



2° MASTER **AGRIBUSINESS & FOOD MANAGEMENT**

Un percorso innovativo per entrare con competenze distintive
in un settore strategico del Made in Italy

PARMA, DAL 9 NOVEMBRE 2015

MASTER FULL TIME

4 mesi di aula e 6 di stage

IN EVIDENZA:

- ▲ Visite aziendali presso importanti imprese della filiera agro-alimentare
- ▲ Digital Media e nuove strategie di comunicazione
- ▲ Strategie di internazionalizzazione



Sponsor:



Con il patrocinio di:



INDICE

- 5 ▲ Presentazione
- 6 ▲ I partner dell'iniziativa: Università degli Studi di Parma - 24 ORE Business School ed Eventi
- 7 ▲ Le caratteristiche del Master
- 10 ▲ Il percorso formativo
- 11 ▲ Il programma
- 13 ▲ I laboratori e le sessioni operative
- 14 ▲ Lo stage: una preziosa opportunità di training on the job
- 15 ▲ Faculty
- 17 ▲ 24ORE Club Alumni
- 18 ▲ Informazioni

COMPETENZE / LAVORO / CARRIERA

Il Sole
24 ORE

Sede del Sole 24 ORE in Milano - Via Monte Rosa 91

PRESENTAZIONE

Le ragioni per lo sviluppo di un Master di eccellenza a Parma

Parma è comunemente riconosciuta in Italia in ragione della sua vocazione agroalimentare. Sul suo territorio risultano, infatti, concentrate tutta una serie di attività agricole e industriali tra loro collegate che consentono di definire l'area parmense come uno dei principali distretti di filiera italiani. Accanto ad un numero elevato di piccole aziende operano nell'area parmense anche alcune grandi marchi agroalimentari leader in campo internazionale, nonché importanti imprese dell'impiantistica alimentare che offrono il supporto meccanico e tecnologico alle attività connesse alle produzioni alimentari. L'esistenza, creatasi negli anni, di eccellenti realtà nel campo

della produzione e della tecnologia trovano giustificazione nella profonda interconnessione fra la tradizione e la cultura secolare dei prodotti tipici e la più recente, ma ormai altrettanto consolidata, crescita di strutture scientifiche e tecnologiche dedicate al mondo degli alimenti e afferente ai Dipartimenti, ai centri di ricerca universitari e alla Stazione Sperimentale per l'Industria Conserviera. A supporto di queste attività si è sviluppato un polo fieristico che presenta alcune manifestazioni di valenza internazionale tra cui Cibus e CibusTEC in tema di eccellenza in campo alimentare. Dal 2002, infine, a Parma ha sede l'EFSA, (European Food Safety

Authority), l'Ente dell'Unione Europea che si occupa di interfacciare i diversi Paesi in tema di valutazione dei rischi relativi alla qualità e alla sicurezza di alimenti e mangimi.

Per queste ragioni l'Università degli Studi di Parma e la Business School del Sole 24 ORE hanno deciso di avviare questo master in partnership, finalizzato a formare giovani con competenze innovative e distintive in un settore di eccellenza del Made in Italy, oggi in rilevante crescita.

Un percorso formativo che anche in quest'occasione si distingue per la presenza di docenti e testimonial di grande prestigio, per il taglio operativo della didattica, nonché per lo stretto rapporto con il mondo delle imprese.

Guido Cristini

*Direttore del Master
Università degli Studi di Parma*

Antonella Rossi

*Direttore Business School
Il Sole 24 ORE
Direttore
Il Sole 24 ORE Formazione ed Eventi*



I PARTNER DELL'INIZIATIVA



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PARMA

L'Ateneo registra un posizionamento di alto profilo nel contesto universitario nazionale: **18 Dipartimenti, 35 corsi di laurea triennale, 38 corsi di laurea magistrale e 6 a ciclo unico** e oltre 37 master e 18 corsi di perfezionamento di lungo termine. L'Ateneo conta circa 900 docenti, 900 componenti del personale tecnico amministrativo ed oltre **25.000 studenti**.

L'Università è impegnata altresì a sviluppare un'intensa attività di cooperazione nell'ambito dei programmi dell'Unione Europea e di altri progetti internazionali in tema di ricerca scientifica.

Il Master Agribusiness and Food Management sarà ospitato nelle aule del nuovo plesso didattico di Via Kennedy, angolo Vicolo Santa Maria, situato di fronte al Parco Ducale, a due passi dal centro storico della città ed inserito nel cosiddetto "Campus Universitario Urbano" dove sono a disposizione degli studenti, numerose aule studio, biblioteche, punti ristoro.

LA FORMAZIONE DAI PRIMI NELL'INFORMAZIONE

24ORE Business School ed Eventi ha sviluppato un'offerta formativa sempre più innovativa e differenziata volta a soddisfare, da un lato, le esigenze di formazione di giovani neo laureati o con brevi esperienze di lavoro, e, dall'altro, le necessità di aggiornamento di manager e professionisti di imprese pubbliche e private.

La completezza dell'offerta trova una continua fonte di **innovazione e di aggiornamento** nel quotidiano, nelle riviste specializzate, nei libri e nei prodotti editoriali multimediali. La scelta dei temi attinge dal confronto con esperti e giornalisti, dal dialogo continuo con gli oltre 6000 manager che ogni anno frequentano le aule di 24 ORE Business School ed Eventi a Milano e a Roma.

Un'offerta formativa di valore sui temi di attualità, economia, finanza e management e focalizzata sulle diverse esigenze formative di giovani manager e professionisti.

Il sistema di **prodotti**:

- Annual ed Eventi
 - Conferenze annuali presso la sede del Sole 24 ORE
 - Eventi speciali
 - Roadshow sul territorio
- Master di Specializzazione in formula weekend
- Executive Master
- MBA
- Corsi e Convegni
- E-learning
- Formazione in house personalizzate
- Formazione professionisti
- Corsi serali di lingue



MASTER CON DIPLOMA

▲ **Master post laurea full time** che prevedono un periodo di stage e sono indirizzati a quanti intendono inserirsi nel mondo del lavoro con un elevato livello di qualificazione e competenza, requisiti oggi indispensabili sia per i giovani laureati sia per i neo inseriti in azienda.

▲ **MBA e Executive Master** strutturati in formula blended, con sessioni in distance learning alternate a sessioni in aula, per manager e imprenditori che vogliono conciliare carriera e formazione. In particolare l'MBA, realizzato in collaborazione con Altis - Università Cattolica, è un percorso di alta specializzazione sui temi dell'innovazione, internazionalizzazione e imprenditorialità.

▲ **Education Online**, Master interamente online per conseguire il Diploma della Business School del Sole 24 ORE. 90% di lezioni a distanza con esami in presenza per l'ottenimento del Diploma.

INOLTRE

▲ **Formazione Professionisti**, percorsi itineranti accreditati dagli Ordini Professionali in materia fiscale, lavoro e legale su tutto il territorio nazionale.

▲ **English Programs**: percorsi erogati interamente in lingua inglese che si caratterizzano per la faculty internazionale e la multiculturalità dei partecipanti.

LE CARATTERISTICHE DEL MASTER IN AGRIBUSINESS & FOOD MANAGEMENT

DESTINATARI, OBIETTIVI E SBocchi PROFESSIONALI

Il Master si rivolge a giovani laureati nelle discipline scientifiche ed economiche provenienti da due percorsi universitari differenti. Si rivolge pertanto sia a coloro che hanno terminato il proprio percorso di studi nelle aree disciplinari dell'economia, dell'ingegneria gestionale, delle scienze della comunicazione, sia a coloro che si sono laureati in ambito scientifico, in particolare nelle aree delle scienze degli alimenti, della chimica, dell'ingegneria meccanica (impiantistica degli alimenti). Il Master si indirizza anche a figli di imprenditori del settore, interessati a sviluppare l'azienda di famiglia.

Lo sbocco prioritario dei partecipanti risulta essere quello delle funzioni R&D, marketing, comunicazione e relazioni esterne, controllo qualità, e Branding, delle imprese operanti nella filiera agroalimentare (imprese di produzione e di trasformazione, imprese di marca, distribuzione moderna, consorzi, operatori nell'HORECA ed enti che si occupano della promozione dei prodotti agroalimentari in Italia ed all'estero).

La partecipazione al Master consente agli iscritti di:

- ▲ **completare il livello di preparazione universitaria** attraverso l'assunzione di conoscenze specialistiche nell'ambito delle tematiche di valorizzazione dei prodotti agroalimentari;

- ▲ **acquisire competenze distintive** su temi di frontiera inerenti i processi di produzione, la strategia, le politiche per l'internazionalizzazione la R&D, il controllo e la certificazione di qualità, il marketing a sostegno degli obiettivi di valorizzazione dei prodotti;
- ▲ **valorizzare**, attraverso il costante ricorso a strumenti di didattica attiva, **le capacità individuali** in modo da favorire l'inserimento in azienda in posizioni connotate da elevate responsabilità;
- ▲ **assicurare una costante relazione con la business community**, in virtù del coinvolgimento di testimoni provenienti dalle principali imprese operanti nella filiera.

DURATA E STRUTTURA

Il Master, a tempo pieno, numero chiuso e frequenza obbligatoria, ha una durata complessiva di **10 mesi (4 di aula full time e 6 di stage)** con inizio il **9 novembre 2015**.

Sono previste 850 ore di formazione individuale (600 di aula e 250 di studio per la preparazione alle verifiche periodiche) e circa 850 ore di stage in azienda. Quattro mesi sono dedicati alla **formazione in aula**: nel primo mese sono previsti insegnamenti relativi ad aspetti economici e/o scientifici di base, mentre i successivi tre sono dedicati allo sviluppo di problematiche specifiche del contesto agro-alimentare

nella relazione tra R&D, controllo qualità e sviluppo dei prodotti.

Alla fine del periodo d'aula, i partecipanti sono chiamati a presentare un **piano di management** volto a verificare il grado di apprendimento maturato e la capacità di ottenere risultati mediante l'apporto del gruppo. A seguito del percorso d'aula, prendono avvio i **Field Project** presso le sedi delle imprese e degli enti partner. Nei mesi di stage i partecipanti realizzano un project work sulle attività svolte in azienda che sarà oggetto di valutazione da parte di una Commissione formata da docenti del Master. Il **Diploma di Master** viene conseguito a seguito della positiva valutazione della parte di aula e dello stage in azienda.

CORPO DOCENTE

La docenza è affidata a **manager d'azienda, consulenti e docenti universitari** che hanno maturato distintive esperienze nell'ambito delle diverse discipline oggetto di approfondimento. La progettazione e il coordinamento dei singoli corsi viene affidata ai responsabili di ciascun modulo ai quali è attribuito altresì il compito di assicurare un elevato grado di soddisfazione dell'aula.

METODOLOGIA DIDATTICA

La metodologia didattica utilizzata è orientata a coniugare aspetti di natura teorica con la gestione pratica dei processi presso le imprese e si concretizza con la realizzazione di **project work, discussioni di casi, esercitazioni, lavori di gruppo, business game e role playing.**

Inoltre sono previste iniziative dedicate ad accrescere le competenze individuali attraverso i laboratori

manageriali, il coaching di gruppo e l'outdoor training.

Sono previste numerose testimonianze di protagonisti del settore agro-alimentare che conferiscono all'aula la concretezza di esempi reali attraverso l'esperienza assunta in contesti di eccellenza.

La **settimana** si articola, di norma, in 40 ore, dal lunedì al venerdì, nel seguente modo:

- ▲ **mattina:** i contenuti vengono approfonditi attraverso lezioni/discussioni tenute dai docenti;

- ▲ **pomeriggio:** le tematiche sono oggetto di applicazione attraverso forme di didattica attiva che prevedono il coinvolgimento diretto dei partecipanti.

Il venerdì è dedicato al **Corso di Business English** e alla presentazione delle imprese partner del Master, attraverso la testimonianza istituzionale di manager appartenenti alla Direzione Risorse Umane e/o alle funzioni di linea.



MATERIALE DIDATTICO

Ai partecipanti viene messo a disposizione il materiale didattico necessario per l'apprendimento dei contenuti presentati in aula:

- ▲ **dispense** strutturate ad hoc;
- ▲ **2 testi o manuali** editi dal Sole 24 ORE;
- ▲ **quotidiano Il Sole** 24 ORE, distribuito a tutti i partecipanti durante la fase d'aula;
- ▲ accesso alle **banche dati** del Sole 24 ORE e del CERD dell'Università degli Studi di Parma;
- ▲ accesso alla **biblioteca del Dipartimento di Economia ed a quello di Scienze dell'Alimentazione dell'Università di Parma.**

A complemento della formazione in aula, inoltre, ai partecipanti verranno resi disponibili, su piattaforma virtuale, alcuni **corsi on line tratti dalle collane multimediali "Master24 Gestione e Strategia di Impresa" e "Marketing & Comunicazione digitale"**, dei format innovativi con video lezioni, case histories, book di approfondimento, che andranno ad integrare le competenze di economia, management e digitale acquisite in aula. particolare, per la successiva crescita professionale.

ORGANIZZAZIONE DIDATTICA

L'organizzazione didattica prevede la presenza di:

- ▲ un **Comitato Scientifico** e di un **Comitato dei Garanti**, composti rispettivamente da docenti accademici e manager delle imprese che garantiscono la qualità e l'attualità dei contenuti, nonché favoriscono il processo di inserimento presso le imprese da parte dei partecipanti;
- ▲ dei **Coordinatori dei moduli didattici** che garantiscono la sequenzialità dei contenuti di ciascun argomento così come il grado di soddisfazione dell'aula;
- ▲ del **Direttore** che assicura che il percorso di apprendimento sia realizzato nei modi e nei tempi previsti;
- ▲ di un **Coordinatore operativo e responsabile dei rapporti con le imprese** che cura l'integrazione dei contenuti con le esigenze aziendali e le relazioni con le strutture finalizzate alla ricerca degli stage
- ▲ di un **Tutor d'aula** che pianifica gli interventi di docenza e valuta gli effetti didattici dell'azione formativa.

IL CORSO DI INGLESE INCLUSO NEL PERCORSO FORMATIVO

Realizzato in collaborazione con:



La conoscenza della lingua inglese è un fattore essenziale e imprescindibile per l'ingresso nel mondo del lavoro e, in particolare, per la successiva crescita professionale. Per questo motivo il Master prevede, all'interno del percorso formativo, un **corso intensivo** di Inglese tenuto da **docenti madrelingua**. Il corso si articola in 60 ore erogate in modo da fornire gli strumenti per affrontare un contesto lavorativo internazionale.

I partecipanti hanno modo di imparare a gestire in modo efficace e produttivo meeting, presentazioni, business writing e telephoning.

IL PERCORSO FORMATIVO

TOTALE 80 GIORNATE D'AULA + 120 GIORNATE DI STAGE

Il Master si articola in tre principali periodi:

1. Il primo periodo prevede un percorso di base multidisciplinare volto a rispondere alle diverse esigenze formative dei partecipanti. In tale ambito, alcune tematiche sono volte a colmare conoscenze e fornire strumentazioni adeguate per studenti provenienti da percorsi di studio di tipo **scientifico e tecnico**.

2. Nel secondo periodo si analizzano le specificità che qualificano i settori agro-alimentari - anche mediante l'ausilio di visite in azienda e di testimonianze di manager ed esperti - e che approfondiscono le tematiche attinenti la valorizzazione dei prodotti e dei processi da parte dell'impresa. In questo ambito, l'architettura del Master prevede una coerente ed approfondita analisi delle politiche e delle strumentazioni a supporto della qualità nel processo di offerta, nonché lo studio e la gestione delle politiche da adottare al fine di creare valore per i prodotti alimentari e i servizi connessi nel mercato nazionale ed internazionale.

3. Nel terzo periodo i partecipanti saranno selezionati per svolgere uno stage volto ad applicare le cognizioni acquisite a specifiche esigenze aziendali nel campo del controllo qualità, della ricerca & sviluppo, del marketing di prodotto, del branding e della comunicazione, delle politiche di relazione con i clienti distributori, dei servizi di valorizzazione culturale della tradizione alimentare italiana.



IL PROGRAMMA

I CORSI PROPEDEUTICI

Introduzione all'economia dei settori

- ▲ Struttura, condotta e performance nei settori industriali
- ▲ Differenziazione del prodotto
- ▲ Politica della concorrenza
- ▲ La politica industriale

Sistemi di Budgeting e controllo

- ▲ Sistema delle determinazioni quantitative d'azienda
- ▲ Voci del conto economico
- ▲ Sistemi di budgeting
- ▲ Valutazione e determinazione dei costi

Sistemi informativi e strumentazioni statistiche per la gestione dei mercati

- ▲ Analisi esplorative univariate, bi-variate e multivariate
- ▲ Modelli di regressione lineare multipla
- ▲ Riduzione delle dimensioni
- ▲ Cluster analysis per la segmentazione e il posizionamento

Comportamento Organizzativo e sviluppo delle capacità individuali

- ▲ Il comportamento individuale nelle organizzazioni
- ▲ La personalità
- ▲ I comportamenti interpersonali nelle organizzazioni
- ▲ Il processo decisionale

I MODULI DI STUDIO

Marketing strategico nei mercati del LCC alimentare

- ▲ Concorrenza nel settore e vantaggio competitivo
- ▲ Le risorse e le competenze distintive
- ▲ La gestione strategica
- ▲ La pianificazione strategica
- ▲ Segmentazione e target

Evoluzione dei modelli di comportamento della domanda

- ▲ I nuovi trend del consumo e le nuove direzioni delle ricerche di mercato
- ▲ La scelta di consumo: razionalità, emozioni e relazioni
- ▲ Protagonismo del consumatore, ranking e co-produzione del valore
- ▲ Come cambiano i sentimenti dei consumatori e come si analizzano?

Strategie di Branding

- ▲ Il valore della marca: awareness, fedeltà ed astrazione della relazione
- ▲ I processi e i driver dello sviluppo
- ▲ Le strategie e gli strumenti di sviluppo della brand identity

Economia e strategie nei mercati agro-alimentari

- ▲ Economia e struttura del settore agro-alimentare: numeri, attori coinvolti e dimensioni del settore in Italia e all'estero
- ▲ Il peso dell'agroalimentare nell'economia italiana e l'impatto sulla competitività internazionale
- ▲ Regolamentazione della qualità e certificazioni volontarie
- ▲ Le denominazioni di origine protette: aspetti normativi ed economici
- ▲ Politiche agricole e commerciali europee: ruolo e funzioni delle istituzioni ed implicazioni per le filiere
- ▲ Aspetti economici delle politiche di food safety
- ▲ Mercati finanziari delle commodities agricole
- ▲ La sostenibilità delle filiere agroalimentari

Politiche d'internazionalizzazione dei prodotti agroalimentari

- ▲ I fattori di globalizzazione dei settori e dei mercati
- ▲ La selezione dei Paesi e la valutazione dell'attrattività dei mercati esteri
- ▲ La teoria di presenza e le alleanze nei mercati internazionali
- ▲ I sistemi di certificazione nazionale ed internazionale

R&D: politiche, processi e sistemi innovativi nelle imprese agroalimentari

- ▲ Innovazione e strategia aziendale
- ▲ Un bene immateriale: R&D
- ▲ Drivers dell'innovazione
- ▲ Difesa della proprietà intellettuale
- ▲ Politiche di branding e target di consumo

Sicurezza Alimentare e sistemi di certificazione nazionali ed internazionali

- ▲ La certificazione di gestione della sicurezza
- ▲ Le certificazioni di gestione della qualità
- ▲ Analisi quantitativa del rischio e modelli predittivi
- ▲ L'etichettatura degli alimenti: esempi di applicazioni della legislazione
- ▲ Claims e legislazione europea ed internazionale

I sistemi di produzione nell'industria alimentare e processi logistici

- ▲ Le sfide per le "operations"
- ▲ La programmazione della produzione
- ▲ La misurazione delle performance
- ▲ Il Supply Chain Management
- ▲ La gestione dei flussi fisici ed informatici
- ▲ La dimensione dei costi della logistica

Packaging nel settore agroalimentare

- ▲ Principi e metodi del calcolo della shelf-life dei prodotti confezionati
- ▲ Imballaggi metallici
- ▲ Imballaggi in vetro
- ▲ Imballaggi in polimeri plastici
- ▲ Caratteristiche dei materiali, tecnologia di costruzione
- ▲ Tecnologie di riempimento e chiusura
- ▲ Interazione con gli alimenti durante il processo distributivo
- ▲ Aspetti legali ed economici

Politiche di Trade Marketing

- ▲ Analisi dello scenario distributivo e strategie di sviluppo.
- ▲ L'articolazione dei canali e delle variabili di servizio
- ▲ Il marketing distributivo e la gestione delle leve
- ▲ Il branding distributivo

Strategie e politiche di comunicazione tra strumenti tradizionali e media digitali

- ▲ Introduzione alla comunicazione
- ▲ Costruzione del piano di comunicazione
- ▲ Regole del linguaggio e delle immagini
- ▲ Le basi della creatività
- ▲ Le opportunità offerte del web e dai nuovi media digitali
- ▲ Social media management e nuove strategie di comunicazione

Analisi di due filiere alimentari

- ▲ Il vino
- ▲ I prodotti derivati dal latte

LABORATORI E SESSIONI OPERATIVE

Il Master si caratterizza per la presenza di numerosi laboratori, project work e sessioni operative.

Laboratori

- ▲ Innovazione distributiva e nuovi format
- ▲ Sperimentazione culinaria
- ▲ Analisi banche dati "retail"
- ▲ Laboratorio manageriale: flessibilità, public speaking, team bulding
- ▲ Analisi dei settori e strategie d'impresa
- ▲ Esercitazioni applicative sui metodi statistici
- ▲ Laboratorio di ottimizzazione dei sistemi agroalimentari

SESSIONI IN OUTDOOR

Accanto alle lezioni frontali, ai laboratori e alle sessioni operative, il percorso formativo del master include numerose **visite aziendali presso imprese della filiera agroalimentare**, che daranno ai partecipanti l'opportunità di "entrare in azienda" e di "vivere" le reali dinamiche aziendali, confrontandosi con il management sulle scelte gestionali e produttive adottate negli ultimi mesi dalle aziende visitate.

Alcune attività e visite della precedente edizione:

- ▲ Visita agli impianti di lavorazione e stagionatura del Prosciutto Crudo di Parma - Prosciuttificio Ruliano
- ▲ Visita agli impianti di produzione e stagionatura del Parmigiano Reggiano - Caseificio La Traversetolese
- ▲ Visita allo stabilimento di produzione della Cargill Animal Nutrition
- ▲ Partecipazione al VI International Forum on Food and Nutrition
- ▲ Visita a Cibus Tech
- ▲ Sperimentazione culinaria - Academia Barilla



LO STAGE: UNA PREZIOSA OPPORTUNITÀ DI TRAINING ON THE JOB

ORIENTAMENTO

Nel corso dei mesi d'aula e attraverso **colloqui individuali con lo staff**, ciascun partecipante viene supportato nell'individuazione delle proprie capacità e opportunità di carriera. L'attività di orientamento serve infatti anche a supportare i partecipanti nell'affrontare con maturità e consapevolezza il colloquio di selezione agli stage.

Coordinatore didattico e Tutor affiancano il partecipante anche durante il periodo di stage.

TRAINING ON THE JOB

Lo stage è un importante valore aggiunto del Master in quanto permette di passare alla complessità del mondo del lavoro con solidi strumenti professionali. Rappresenta, quindi, non solo un'importante opportunità di continuare la propria formazione con una significativa esperienza di training-on-the-job, ma anche un

accesso privilegiato al mondo del lavoro reso possibile dal network di contatti con le imprese attivati dal Master.

Durante lo di stage i partecipanti sviluppano un project work - oggetto dell'attività lavorativa svolta in azienda - che in seguito presentano ad una Commissione composta da docenti.



FACULTY

Il Master si avvale di diversi organismi di indirizzo e coordinamento che consentono alla Direzione di finalizzare la progettazione della didattica, con l'obiettivo di rispondere al meglio in termini di competenze e capacità.

COMITATO SCIENTIFICO

Compito prioritario del Comitato è quello di supervisionare l'impianto progettuale delle diverse aree disciplinari in cui è articolato il percorso didattico.

Filippo Arfini

Università degli Studi di Parma

Guido Cristini

Università degli Studi di Parma

Arnaldo Dossena

Università degli Studi di Parma

Gianni Galaverna

Università degli Studi di Parma

Germano Mucchetti

Università degli Studi di Parma

Erasmus Neviani

Università degli Studi di Parma

Andrea Summer

Università degli Studi di Parma

COMITATO DEI GARANTI

Il Comitato dei Garanti è composto da top manager di imprese industriali, consorzi, gruppi distributivi leader operanti all'interno della filiera agroalimentare nazionale ed internazionale.

Compito del Comitato è quello di assicurare un costante interscambio di esperienze tra business community e Faculty accademica del Master.

Cesare Azzali

Direttore
Unione Parmense degli Industriali

Giorgio Beltrami

Quality and Food Safety
Director Barilla

Giuliano Carletti

Amministratore Delegato
Parmareggio

Antonio Cellie

Amministratore Delegato
Fiere di Parma

Davide Paolini

Giornalista e conduttore radiofonico
"Il Gastronomo"

Marco Pedroni

Presidente
COOP Italia

Francesco Pugliese

Amministratore Delegato
CONAD

Annalisa Sassi

Presidente Gruppo Giovani
Federalimentari

Costantino Vaia

Direttore Generale
Consorzio Casalasco del Pomodoro

Gianluigi Zenti

Presidente e Amministratore Delegato
Accademia Barilla

DOCENTI

Oswaldo Adinolfi

Senior Vice President
Marketing and Creative Director
Edelman

Franco Antoniazzi

Università degli Studi di Parma

Filippo Arfini

Università degli Studi di Parma

Roberto Bucaneve

Centromarca

Guido Cristini

Università degli Studi di Parma

Valentina Fornari

Università Bocconi di Milano

Gianni Galaverna

Università degli Studi di Parma

Massimo Gelati

Gelati srl

Beatrice Luceri

Università degli Studi di Parma

Marco Luzzini

Università degli Studi di Parma

Pierluigi Marchini

Università degli Studi di Parma

Davide Menozzi

Università degli Studi di Parma

Francesco Miggiani

Università Ca Foscari Venezia

Roberto Montanari

Università degli Studi di Parma

Franco Mosconi

Università degli Studi di Parma

Germano Mucchetti

Università degli Studi di Parma

Erasmus Neviani

Università degli Studi di Parma

Chiara Orsingher

Università di Bologna

Marco Riani

Università degli Studi di Parma

Andrea Summer

Università degli Studi di Parma

Marco Tupponi

Avvocato

Studio Associato Tupponi

De Marinis & Partners

Docente di Diritto del Commercio Internazionale

Università di Macerata

TESTIMONI**Vincenzo Carrozzino**

Ministero delle Politiche Agricole

Roberto Ciati

Scientific Relations

& Sustainability Director

Barilla G.R. F.Ili SpA

Filippo Corsello

Export Director

Mutti S.p.a.

Fabio Era

Senior Researcher

Ipsos

Paolo Ganzerli

International Sales Director

Parmareggio S.p.a.

Davide Paolini

Giornalista e conduttore radiofonico

Il Gastronomo

Radio24

Matteo Pauri

Bakery Marketing Innovation Director

Barilla G.R. F.Ili SpA

Andrea Pini

M&A Director

Barilla G.R. Fratelli S.p.A.

Roberto Reniero

Head of Nestlé Product

Technology Center

Lisieux – France

Fernanda Roggero

Caporedattore,

Food & Wine Editor

Il Sole 24 ORE

William Salice

Presidente

Fondazione COLOR YOUR LIFE

Stefano Serra

Presidente

IGS

Michele Suman

Development & Quality

Food Chemistry

& Safety Research

Manager

Barilla G.R. F.Ili SpA Research

Paolo Tramelli

Marketing Manager – Estero

Consorzio del Prosciutto di Parma

Fernando Cano Treviño

Presidente

Consorzio Tequila

El khal Wissam

Corporate R&D Director

Parmalat Italia S.p.a.

Daniele Zaccaria

STP Department Manager

GfK

Eurisko s.r.l.

Maurizio Zappatore

Direttore Commerciale

Orogel S.p.a.

Manuel Zoppetta

Trade Marketing Director

Parmalat Italia S.p.a.

**LA STRUTTURA ORGANIZZATIVA
DEL MASTER****UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PARMA****Guido Cristini**

Direttore Scientifico

Enza Odorisio

Coordinatore Operativo

*e Responsabile dei Rapporti
con le Imprese*

Barbara Zerbini

Tutor d'aula

BUSINESS SCHOOL DEL SOLE 24 ORE**Antonella Rossi**

Direttore

Il Sole 24 ORE Formazione ed Eventi

Silvia Cannoni

Project Consultant

Cristiana Guida

Coordinamento e selezioni

Adelaide Boffa

Responsabile Marketing

Alessandra Enria

Product Manager

24ORE CLUB ALUMNI



Frequentare un master alla Business School del Sole 24 ORE significa avere l'opportunità di entrare a far parte di un network esclusivo di diplomati: Club Alumni24 è il progetto del Gruppo 24 ORE riservato ai diplomati ai Master che consente, attraverso un tesseramento, di avere accesso a un sistema esclusivo di vantaggi:

OPPORTUNITÀ DI CARRIERA

Per i Soci del Club Alumni24 la possibilità di accedere alla bacheca delle opportunità di carriera ed entrare in contatto con le aziende partner della Business School.

LIBRARY ROOM

Un archivio digitale di prestigio organizzato per aree tematiche che permette di accedere a documenti di approfondimento dei Master, Progetti in aula e video interviste realizzate dalla Business School a testimonial d'eccellenza.

BLOG TEMATICI

Un'area di conversazione e dibattito tra gli esperti del Sole 24 ORE e i diplomati; un confronto diretto per affrontare sia temi di attualità che approfondimenti legati alle aree di specializzazione.

COLLABORARE CON LA BUSINESS SCHOOL

La possibilità di collaborare con la Business School del Sole 24 ORE come Partner, Docente o Tutor in aula.

LIFELONG LEARNING

Garanzia di aggiornamento professionale: 10 corsi on line gratuiti all'anno e per i professionisti 20 crediti formativi.

MEET THE LEADER

Un calendario annuale ricco di incontri: ogni mese dibattiti su temi di attualità con i giornalisti e gli Esperti del Sole 24 ORE.

ENTRA NEL SISTEMA SOLE 24 ORE

Solo per i soci tesserati del Club sconti unici dal 15 al 30% sui prodotti anche digitali del Gruppo Sole 24 ORE.

EVENTI SPORTIVI

Un calendario di appuntamenti sportivi a Milano e Roma.

EVENTO ANNUALE E PREMIO BEST CAREER

Ogni anno la Business School organizza un grande evento riservato ai diplomati, con un momento speciale: il premio Best Career. Una giuria presieduta dal Direttore del Sole 24 ORE premierà i migliori progetti imprenditoriali e professionali.

Per candidarsi al premio 2015
www.alumni24.ilssole24ore.com

**CLUB ALUMNI24:
ENTRA NEL NETWORK**

**SHARE
YOUR EXPERIENCE**

OLTRE 7.500 DIPLOMATI

INFORMAZIONI

CANDIDATI

Il Master si rivolge a giovani laureati nelle discipline scientifiche ed economiche provenienti da due percorsi universitari differenti.

Si rivolge pertanto sia a coloro che hanno terminato il proprio percorso di studi nelle aree disciplinari dell'economia, dell'ingegneria gestionale, delle scienze della comunicazione, sia a coloro che si sono laureati in ambito scientifico, in particolare nelle aree delle scienze degli alimenti, della chimica, dell'ingegneria meccanica (impiantistica degli alimenti).

Il Master si indirizza anche a figli di imprenditori del settore, interessati a sviluppare l'azienda di famiglia.

DURATA E ORARIO DELLE LEZIONI

Il Master ha una durata complessiva di **10 mesi** (4 di aula e 6 di stage) con inizio il **9 novembre 2015**.

Orari delle lezioni:

- ▲ dal lunedì al venerdì dalle 9.00 alle 18.00.

Nel corso della giornata sono previsti tre intervalli.

SEDE DEL MASTER

Dipartimento di Economia
Via Kennedy, 6
43124 Parma
www.bs.ilsole24ore.com
mafood@unipr.it

Lo staff del Master fornisce ai partecipanti informazioni a supporto della ricerca di soluzioni abitative per il periodo di permanenza a Parma.

SEGRETERIA ORGANIZZATIVA

Il Sole 24 ORE Business School ed Eventi

Via Monte Rosa, 91 - Milano
Tel. 02 (06) 3022. 3147/ 3811
Fax 02 (06) 3022.4462
business.school@ilsole24ore.com
www.bs.ilsole24ore.com/mafood

CREDITI FORMATIVI

Al conseguimento del Diploma è previsto il riconoscimento fino a un massimo di **25 crediti formativi** per l'iscrizione alla laurea magistrale in Trade Marketing e Strategie Commerciali presso l'Università degli Studi di Parma.

MODALITÀ DI AMMISSIONE E PROCESSO DI SELEZIONE

Il Master è a numero chiuso e prevede un processo di selezione finalizzato a valutare le competenze tecniche acquisite durante gli studi, le attitudini individuali e la motivazione dei candidati.

Il processo di selezione si articola in 2 fasi:

- ▲ screening e analisi della domanda di ammissione e del CV;
- ▲ colloquio motivazionale;
- ▲ test logico numerale e test di conoscenza della lingua inglese.

Per iniziare il processo di selezione è necessario **compilare la domanda di ammissione online** sul sito della Business School del Sole 24 ORE, nella sezione dedicata al Master, allegando i seguenti documenti:

- ▲ Curriculum vitae
- ▲ Certificato di laurea con dettaglio degli esami e votazione
- ▲ foto tessera

Domande di ammissione, date di selezione e aggiornamenti sono disponibili sul sito:
www.bs.ilsole24ore.com

Nel corso della giornata di selezione è possibile incontrare lo staff della Business School e dell'Università di Parma, alcuni Docenti e Diplomi, assistere alla presentazione dettagliata del percorso e sostenere le prove scritte e il colloquio.

Le selezioni terranno conto dei seguenti fattori:

- ▲ risultati delle prove scritte e del colloquio motivazionale
- ▲ titolo di studio e votazione
- ▲ conoscenza delle lingue straniere
- ▲ eventuale esperienza di lavoro

Il termine per chi intende candidarsi all'assegnazione delle **borse di studio** è il **31 maggio 2015**.

Si terrà conto della data di invio della domanda di ammissione per la convocazione alle diverse sessioni di selezione.

Domande di ammissione, date di selezione e **aggiornamenti** sono disponibili sul sito:
www.bs.ilsole24ore.com

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

La quota di partecipazione è di € 9.900 (esente IVA) comprensiva di tutto il materiale didattico.

È rateizzabile in tre soluzioni:

- ▲ € 3.300 al momento dell'iscrizione,
- ▲ € 3.300 entro il 15 dicembre 2015
- ▲ € 3.300 entro il 15 febbraio 2016.

BORSE DI STUDIO

Come tradizione del Master importanti aziende ed enti mettono a disposizione dei partecipanti **borse di studio** a copertura parziale o totale della quota di iscrizione, per sostenere i candidati più meritevoli.

Per candidarsi è necessario compilare la voce "Richiesta di Borse di Studio" nella domanda di ammissione on line sul sito della Business School del Sole 24 ORE, allegando i documenti richiesti **entro il 30 settembre 2015**.

L'assegnazione delle borse di studio avverrà sulla base dei seguenti criteri:

- ▲ Esito delle selezioni
- ▲ Votazione di laurea (uguale o superiore a 100/110 o a 90/100)
- ▲ Conoscenza delle lingue straniere
- ▲ Eventuale esperienza professionale
- ▲ Situazione economico-finanziaria del candidato

Si segnala, inoltre, che alcune Regioni o enti territoriali bandiscono annualmente un concorso per l'assegnazione di borse di studio ai propri residenti per favorire la frequenza di corsi post-universitari. La Business School del Sole 24 ORE è **Ente accreditato** presso la Regione Lombardia e **associato Asfor** e quindi in linea con i requisiti richiesti da molti bandi regionali per l'assegnazione di Borse di Studio.

Per queste borse si consiglia di contattare direttamente gli uffici regionali preposti.

FINANZIAMENTI

Al fine di sostenere i partecipanti nella copertura della quota del Master, la Business School ha stipulato una convenzione con Banca Sella che permette la concessione di prestiti bancari a tasso agevolato, ottenibili senza presentazione di garanzie reali o personali di terzi, con pagamento della prima rata dopo 6 mesi dalla fine del Master.

I dettagli sono disponibili sul sito della Business School del Sole 24 ORE.



MODALITÀ DI PAGAMENTO

Il pagamento può essere effettuato tramite:

- ▲ **Bonifico bancario**, indicando la causale **2° Master Agribusiness and Food Management 2015 - MAFOOD - LA7415** - da effettuarsi a favore dell'Università degli Studi di Parma Coordinate Bancarie:
Banca Popolare di Sondrio
Ag. di Parma
Via Emilia Est, 3/B - 43100
IBAN IT09 L 05696 12700 0000 25302X40

24 ORE BUSINESS SCHOOL: DA STUDENTE A PROFESSIONISTA.

MASTER PER GIOVANI LAUREATI
EDIZIONI 2015

AVVIA IL TUO PERCORSO DI CARRIERA CON GLI ESPERTI DEL SOLE 24 ORE



MASTER FULL TIME CON DIPLOMA - AULA E STAGE

Economia e Finanza

CORPORATE FINANCE MANAGEMENT

Milano, dal 18 maggio - 16ª Edizione
Roma, dal 21 ottobre - 17ª Edizione

Marketing, Comunicazione, Digital & Sales

MARKETING COMUNICAZIONE E DIGITAL STRATEGY

Milano, dal 18 maggio - 23ª Edizione
Roma, dal 21 ottobre - 24ª Edizione

COMUNICAZIONE, PUBLIC AFFAIRS E RELAZIONI INTERNAZIONALI

Roma, dal 25 maggio - 6ª Edizione

MARKETING MANAGEMENT

Parma, dal 26 ottobre - 16ª Edizione

RETAIL MANAGEMENT & CONSUMER MARKETING

Milano, dal 26 ottobre - 4ª Edizione

COMUNICAZIONE E MEDIA DIGITALI

Milano, dal 16 novembre - 17ª Edizione

SALES MANAGEMENT

Milano, dal 16 novembre - 2ª Edizione

Risorse Umane e Gestione d'Impresa

HUMAN RESOURCES

Milano, dal 18 maggio - 17ª Edizione
Roma, dal 21 ottobre - 18ª Edizione

EXPORT MANAGEMENT E SVILUPPO DI PROGETTI INTERNAZIONALI

Roma, dal 25 maggio - 5ª Edizione

GESTIONE E STRATEGIA D'IMPRESA

Milano, dal 16 novembre - 14ª Edizione

Fisco e Legale

DIRITTO E IMPRESA

Roma, dal 25 maggio - 23ª Edizione
Milano, dal 16 novembre - 24ª Edizione

TRIBUTARIO

Milano, dal 12 ottobre - 21ª Edizione

Luxury & Fashion

LUXURY & FASHION MANAGEMENT

Milano, dal 18 maggio - 5ª Edizione

LUXURY MANAGEMENT

Milano, dal 23 novembre - 2ª Edizione - English language

Arte e Beni Culturali

ECONOMIA E MANAGEMENT DELL'ARTE E DEI BENI CULTURALI

Milano, dal 27 maggio - 8ª Edizione
Roma, dal 25 novembre - 9ª Edizione

Food

AGRIBUSINESS & FOOD MANAGEMENT

Parma, dal 21 settembre - 2ª Edizione

MANAGEMENT DELL'ENOGASTRONOMIA

Roma, dal 25 novembre - 2ª Edizione

Master di settore

SPORT BUSINESS MANAGEMENT

Roma, dal 22 giugno - 6ª Edizione
Milano, dal 26 ottobre - 7ª Edizione

MANAGEMENT DELL'ENERGIA E DELL'AMBIENTE

Roma, dal 21 ottobre - 7ª Edizione

DESIGN MANAGEMENT

Milano, dal 26 ottobre - 4ª Edizione

MANAGEMENT DEL SETTORE SANITÀ, PHARMA E BIOMED

Milano, dal 16 novembre - 6ª Edizione

MASTER PART TIME CON DIPLOMA

GIORNALISMO POLITICO-ECONOMICO E INFORMAZIONE MULTIMEDIALE

Roma, dall'8 maggio - 6ª Edizione

MANAGEMENT DELLE IMPRESE TURISTICHE

Roma, dal 18 giugno - 6ª Edizione

ECONOMIA E MANAGEMENT DELLE ORGANIZZAZIONI NON PROFIT

Roma, dal 22 ottobre - 2ª Edizione

COMUNICAZIONE E INFORMAZIONE MULTIMEDIALE

Milano, dal 12 novembre - 7ª Edizione

CRIMINOLOGIA E REATI ECONOMICI

Milano, dal 13 novembre - 2ª Edizione

MANAGEMENT POLITICO

Roma, dal 26 novembre - 2ª Edizione

Oltre 6.200 DIPLOMATI e 200 BORSE DI STUDIO a disposizione dei migliori candidati. FINANZIAMENTI AGEVOLATI con pagamento della prima rata dopo 6 mesi dalla fine del Master. Farai parte della business community del Gruppo 24 ORE.

Brochure, domanda di ammissione, date di selezione e orientamento www.bs.ilsole24ore.com

