

MASTER
per
OPERATORE DEL SETTORE GASTRONOMICO-TURISTICO E CULTURALE

Organizzato da BAICR Sistema Cultura

OBIETTIVI

Il corso, con un approccio multidisciplinare ed uno stretto legame con il mondo delle imprese, vuole formare figure professionali in grado di promuovere la valorizzazione della cultura e delle tradizioni enogastronomiche, con competenze specifiche nei settori della comunicazione e del marketing orientato al territorio.

Il percorso è infatti finalizzato:

- alla trasmissione di conoscenze e all'acquisizione di competenze per valorizzare le tradizioni enogastronomiche;
- alla conoscenza dei modi di produzione e di trattamento del cibo e dei prodotti agroalimentari sia in chiave storica che in chiave attuale
- all'ideazione degli abbinamenti degli itinerari enogastronomici con gli altri aspetti della cultura del territorio.

DESTINATARI

Il master si rivolge:

- a giovani laureati, disoccupati ed inoccupati, interessati a specializzarsi nella promozione e valorizzazione del territorio e delle tradizioni enogastronomiche.

OPPORTUNITA' e SBOCCHI PROFESSIONALI

Attraverso le competenze trasmesse il percorso formativo prepara una figura professionale in grado di proporsi in strutture pubbliche o private per:

- promuovere l'immagine del territorio attraverso le tradizioni gastronomiche locali;
- rafforzare il valore del turismo culturale e organizzarne l'offerta;
- sviluppare e ideare itinerari enogastronomici;
- favorire la riscoperta del territorio rurale e del sistema delle *Green Ways*;
- curare il management delle imprese e dei servizi che operano nel settore;
- gestire la comunicazione per l'organizzazione di eventi (fiere, esposizioni, mostre e premi) utili alla promozione dei prodotti enogastronomici locali.

POSSIBILE IMPATTO POSITIVO DELLA FORMAZIONE PER LA CRESCITA DEL TERRITORIO

Il percorso formativo intende, da una parte, creare nuove figure professionali in grado di programmare, progettare e gestire interventi e servizi relativi alla promozione e valorizzazione del territorio e delle sue tradizioni enogastronomiche, dall'altra permettere l'aggiornamento degli operatori del settore. La figura dell'operatore del settore gastronomico-turistico e culturale dà un indiscutibile valore aggiunto al territorio in quanto, con la sua professionalità, è in grado di promuovere l'immagine del territorio attraverso le tradizioni gastronomiche locali, rafforzare il valore del turismo e organizzarne l'offerta sviluppando e ideando itinerari enogastronomici legati ai prodotti tipici locali, favorire la riscoperta del territorio rurale, gestire la comunicazione legata al territorio per l'organizzazione di eventi (fiere, esposizioni, mostre e premi) utili alla promozione dei prodotti enogastronomici locali.

INFORMAZIONI SU PROSPETTIVE OCCUPAZIONALI ANCHE SULLA BASE DI EVENTUALI PRECEDENTI EDIZIONI

I corsisti che hanno frequentato percorsi formativi relativi agli stessi contenuti, hanno trovato, nel corso degli anni, una collocazione lavorativa soddisfacente ed inerente al percorso formativo presso enti pubblici e privati.

CONTENUTI e ORGANIZZAZIONE DEL MASTER

Il Master di 800 ore complessive, è articolato in attività didattiche in aula (500 ore di formazione in presenza e formazione a distanza) e 300 ore di stage presso enti e imprese operanti nel settore della promozione e valorizzazione del territorio e delle tradizioni enogastronomiche.

MODULO I

Storia e cultura enogastronomica

Il Sistema Cultura per uno sviluppo integrato del territorio. I prodotti tipici. La civiltà della tavola in

Italia: campo di studio, fonti e strumenti di conoscenza.

MODULO II

Contenuti e metodi dell'offerta turistica: paesaggi, cultura ed itinerari gastronomici

Teorie sociali del turismo contemporaneo. Antropologia e cultura del viaggio. Analisi del territorio e ideazione di itinerari enogastronomici. Turismo culturale e organizzazione dell'offerta. Prodotti tipici, agriturismo e nuovi stili di vita metropolitani. Riscoperta del territorio rurale e sistema delle Green Ways.

MODULO III

Management per il turismo, i consorzi di tutela e le imprese alimentari

Mappa della produzione agroalimentare, distribuzione ed evoluzione della domanda e dell'offerta. La qualità dei Consorzi di tutela. Management delle imprese e dei servizi: strutture, strategie di sviluppo e modelli organizzativi. Il progetto imprenditoriale ed il Business Plan.

MODULO IV

Comunicazione e marketing del territorio, dell'impresa agrituristica, dell'enogastronomia

Logiche e metodi del marketing. Il tempo libero. Il ruolo degli eventi (fiere, esposizioni, mostre e premi) nel progetto della comunicazione. Gli strumenti della comunicazione enogastronomica (materiali, istituzionali, promozionali e editoriali). Comunicazione multimediale e progettazione siti web per la promozione del territorio, delle tipicità e delle aziende agroalimentari

FREQUENZA E COSTO

La durata del Master è di 800 ore complessive così ripartite:

- 160 ore in presenza
- 340 ore a distanza
- 300 ore di stage

Il costo del master è di Euro 3.000,00