

CORSO DI FOOD MARKETING (120 Ore)

Obiettivi: Il corso si propone la finalità di formare futuri professionisti in grado di supportare le aziende operanti nel settore food e nella filiera enogastronomica in riferimento alle loro attività di comunicazione e di business. Verranno trasferite agli allievi le competenze necessarie a conciliare i nuovi trend di mercato, l'attenzione al territorio e alle materie prime con le strategie gestionali e promozionali volte a migliorare la customer experience.

Modulo 1 (8h teoria - 8h pratica) *Fondamenti di Marketing Territoriale*

Territorialità e prodotti tipici - La cookery experience: raccontare un territorio attraverso la cucina - Analisi ambientale, analisi di mercato e dei competitors - Strategic planning per lo sviluppo del business - Social media e food communication (strategie multiplatforma e piani editoriali).

Modulo 2 (8h teoria - 8h pratica) *Elementi di Marketing Esperienziale*

La progettazione dell'esperienza- Moduli strategici esperienziale e customer experience - Experience providers - Lo sviluppo del concept e il modello di business - Case History: l'esperienza olistica di Eataly.

Modulo 3 (8h teoria - 8h pratica) *Marketing della Ristorazione*

Nuovi modelli di consumo - Anatomia del foodies market - Ideazione del Menù.

Modulo 4 (8h teoria - 8h pratica) *Food Storytelling: vedere esperienze raccontando emozioni*

Tipologie di food storytelling - La struttura narrativa: creatività, sviluppo - #foodporn: il cibo da mangiare con gli occhi - Content strategy e food influencers.

Modulo 5 (8h teoria - 8h pratica) *Il Food Design: il cibo come arte visiva*

Elementi di food design - Storia del design dei prodotti enogastronomici - Percezione e comunicazione visiva - Architettura del cibo: geometrie, cromie, consistenze e volumi nella presentazione dei piatti.

Modulo 6 (6h teoria - 6h pratica) *I Format e gli spazi del cibo*

Slow food, fast food e street food - Spazi di vendita e concept store - La grande distribuzione organizzata come area espositiva - Progettazione di un ambiente di ristorazione.

Modulo 7 (4h teoria - 4h pratica) *La Food Experience nei prodotti industriali*

Analisi del mercato food in Italia e dei nuovi trends - Analisi dei bisogni dei consumatori - Variabili di sviluppo del food product - Il packaging: il venditore silenzioso.

Modulo 8 (4h teoria - 4h pratica) *Il New Business del cibo*

Comunicazione online - #socialcating: quando il cibo diventa socialità - Le cene a tema.

Modulo 9 (4h teoria) *Il Diritto Alimentare*

Direttive comunitarie e legislazione nazionale: la food policy - Denominazione alimenti, dichiarazioni nutrizionali, etichette - Gli OGM - Norme sanzionatorie relative al settore food - Le responsabilità del produttore.

Modulo 10 (8h teoria) *Moduli Obbligatori*

D.lgs 81/08: Salute e Sicurezza sui luoghi di lavoro (4h teoria)
Diritti e Doveri dei Lavoratori in Somministrazione (4h teoria)