

CORSO FOOD MARKETING (80 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 (4h teoria - 4h pratica) *Fondamenti di marketing territoriale*

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

Modulo 2 (4h teoria - 4h pratica) *Marketing esperienziale*

La progettazione dell'esperienza- Moduli strategici esperienziali 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 food market- Il nuovo target dei foodies-Ideazione del menu'

Modulo 4 (4h teoria - 4h pratica) *Food storytelling: vendere esperienze raccontando emozioni*

Tipologie di food storytelling- La struttura narrativa: creatività e sviluppo- #Foodporn: il cibo da mangiare on gli occhi- Content strategy e food influencers

Modulo 5 (4h teoria - 4h 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 sensoriale- Il packaging: il venditore silenzioso- La pubblicità

Modulo 8 (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- La responsabilità del produttore

Modulo 9 (4h 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)