



FOOD & WINE MANAGEMENT

UNA SPECIALIZZAZIONE DISTINTIVA
IN UNA DELLE AREE DI ECCELLENZA
DEL MADE IN ITALY

29 Marzo 2021
Acireale (Catania)

MASTER FULL TIME
5 mesi di aula full time
e 6 di stage

01

AUTOREVOLEZZA

IL BRAND LEADER NEL SETTORE DELLA BUSINESS EDUCATION

Presente da oltre 26 anni, 24ORE Business School è un'eccellenza unica grazie alla solidità della sua **storia** e all'**innovazione** della sua offerta formativa.

02

PERSONALIZZAZIONE

UN'OFFERTA AMPIA, INNOVATIVA, MODULARE E DINAMICA

12 Aree Tematiche verticali e 8 linee di prodotto ad elevata flessibilità:

- **IN AULA**
- **ONLINE**
- **BLENDED**

03

APPROCCIO

UNA FORMAZIONE NATIVA PER IL BUSINESS

Un'offerta formativa strutturalmente costruita per portare valore nei **momenti chiave** della carriera, dall'inserimento nel mondo del lavoro alla crescita professionale, con docenti italiani e internazionali di estrazione aziendale:

- **PROFESSIONISTI**
- **IMPRENDITORI**
- **TOP MANAGER D'AZIENDA**
- **CONSULENTI**

04

ENGAGEMENT

UN INVESTIMENTO A LUNGO TERMINE

Executive Master & EMBA per un percorso formativo ricco e personalizzato. Una comunità di studenti per coltivare il valore del networking.

05

PLACEMENT

OLTRE 900 AZIENDE PARTNER

Opportunità professionali e di stage, project work, testimonianze aziendali e borse di studio per una prossimità unica con il mondo delle Imprese.



95%

**nostri studenti
confermati
nel mondo del lavoro**

MORE ACHIEVEMENTS

+26 ANNI DI
ESPERIENZA

5500 STUDENTI
L'ANNO

TRA
340 *FULL TIME
PART TIME
E ONLINE*

SEDI
3 *MILANO
ROMA
CATANIA*

1500 DOCENTI



PARTNER



Barilla
The Italian Food Company Since 1877.



BRISCOLA
PIZZA SOCIETY

CANTINA URBANA
MILANO
WINE COLLECTIVE



Coca-Cola



coop



MILIZIA ESERCITO, EMERGENCY TRASFERIRE



DONNA FUGATA
www.donnafugata.it
info@donnafugata.it

EAT ALY
ALTA CIBI

elior

FABBRI
1905

felicetti

FFUDI DI SAN GREGORIO

Findus

FINI
MODENA
1912

Franciacorta
Unione di Passioni

FRATELLI Carli
— DAL 1911 —

g GRANAROLO
DAL 1957 ITALIANA BONTÀ



IGOR
Gorgonzola

IDEA
FOOD & BEVERAGE

IGINIO MASSARI
ALTA PASTICCERIA



il mercato CENTRALE
FIRENZE



GRUPPO MONTENEGRO

Pernod Ricard Italia

Rocca delle Macie
FAMIGLIA ZINGARELLI

Strada del **BAROLO**
e grandi vini di **LANGA**

Tartuf Langhe



VINHOOD

CARATTERISTICHE DEL MASTER

ELEMENTI DISTINTIVI

- Offre una **specializzazione distintiva** in una delle aree di eccellenza del **Made in Italy**, oggi in fase di forte trasformazione a causa dell'emergenza sanitaria
- **Focus sui nuovi Trend** del settore: **Food Delivery, Ghost Restaurant e Dark Kitchen, Etica e Food Sustainability**
- **Approfondimento** sui temi di maggiore attualità: **l'impatto della pandemia Covid-19 nella ristorazione** e le nuove strategie e **opportunità di Business** per il rilancio del settore
- **Project Work** con primarie aziende del settore. Alcuni Brand con cui sono stati realizzati i progetti: **Coca Cola, Granarolo, Pastificio Felicetti, Caffè Vergano**
- Tra le aziende **Partner per Stage**, docenze e testimonianze: **Barilla, Nespresso, Eataly, Coca Cola, Fico, Cova, Fratelli Carli, Igor Gorgonzola, Granarolo, Findus, Franciacorta, Gruppo Fini, Alce Nero, Fabbri, Antinori, Feudi di San Gregorio**
- **150 diplomati** inseriti nelle aziende agroalimentari e di eccellenza del Food e del Wine Made in Italy
- **Business English con certificazione EF**

OBIETTIVI

Il Master fornisce ai giovani gli strumenti e le competenze tecniche e manageriali per **inserirsi e crescere professionalmente nel settore Food & Wine**, trasformando la passione per il settore enogastronomico nella propria professione.

OPPORTUNITÀ PROFESSIONALI

Al termine del percorso formativo d'aula le aree prevalenti di inserimento e gli sbocchi professionali saranno:

- **Aziende di produzione e trasformazione** di prodotti alimentari e vitivinicoli
- Aziende della **grande distribuzione**
- **Operatori dell' HORECA**
- **Società di consulenza**
- **Agenzie di comunicazione ed eventi**
- Realtà affermate nel **settore ristorativo**

DESTINATARI

Il Master si rivolge a **giovani laureandi e neolaureati in tutte le aree disciplinari.**

DOCENTI

La docenza è affidata a **professionisti, manager, imprenditori e consulenti del settore Food & Wine.**

DURATA E STRUTTURA

Il Master ha una durata complessiva di **11 mesi, 5 di formazione in aula e 6 di Stage, con inizio il 29 Marzo 2021.**

Il Master è frequentabile anche interamente in modalità Live Streaming, con interazione real time con i docenti.

Per garantire a tutti gli iscritti che abbiano optato per la fruizione in presenza l'opportunità di partecipare al Master nel pieno rispetto del distanziamento sociale, potrebbe essere necessario dividere i partecipanti in gruppi, che si alterneranno nella fruizione della lezione in presenza oppure in Live Streaming.



METODOLOGIA DIDATTICA, AULA VIRTUALE E FORMAZIONE ONLINE

Approccio "Learning By Doing" che affianca alle sessioni d'aula, simulazioni, Role Play, Project Work, esercitazioni e che consente di applicare immediatamente quanto appreso in un costante confronto con gli altri studenti e con i docenti.

I partecipanti avranno accesso alla **piattaforma eLearning** di 24ORE Business School, e potranno consultare:

- **materiali didattici e dispense** strutturate ad hoc
- **corsi Online**
- **Chat e Forum** con i colleghi di master e i docenti
- **questionari di valutazione**

DIPLOMA DI MASTER

Conseguimento del Diploma di Master al superamento di:

- **verifiche periodiche**
- **6 mesi di Stage** previsti al termine delle lezioni in aula

IL PERCORSO



MODULO INTRODUTTIVO: TREND E NUOVI SCENARI DEL SETTORE FOOD & WINE NEL NUOVO CONTESTO ECONOMICO POST PANDEMIA

- Lo sviluppo del Food Delivery nel nuovo contesto di mercato
- I nuovi modelli di Business nel settore della ristorazione: Ghost Restaurant e Dark Kitchen
- Etica e Food Sustainability

OUTDOOR E COMPANY VISIT

Giornate di formazione e percorsi di degustazione svolte presso alcune delle più importanti aziende di produzione alimentare e vitivinicole.

MODULI PROPEDEUTICI

- Fondamenti di Management: elementi di economia, organizzazione aziendale e diritto societario
- Principi base di nutrizione e dietetica

1° MODULO
IL SISTEMA ENOGASTRONOMICO E
AGROALIMENTARE

2° MODULO
ECONOMICS E GESTIONE
DELL'IMPRESA ALIMENTARE E
VITIVINICOLA

3° MODULO
DIRITTO ALIMENTARE E GESTIONE
DEL RISCHIO

4° MODULO
MARKETING MANAGEMENT PER IL
FOOD & WINE

5° MODULO
LA COMUNICAZIONE NEL
FOOD & WINE TRA STRUMENTI
TRADIZIONALI E DIGITALI

6° MODULO
TRADE MARKETING E NUOVI CANALI
DI VENDITA

7° MODULO
STRATEGIE DI
INTERNAZIONALIZZAZIONE

8° MODULO
OPERATIONS MANAGEMENT

9° MODULO
MANAGEMENT DELLA
RISTORAZIONE COMMERCIALE

10° MODULO
IL LANCIO DI UNA START UP NEL
SETTORE ENOGASTRONOMICO

LABORATORI

- Laboratorio Manageriale: Public Speaking, Team Working, Personal Branding e preparazione ai colloqui di lavoro
- Il Business Plan per il lancio di un'impresa innovativa
- Project Work in collaborazione con aziende
- RetailLAB
- Business English
- Laboratorio di informatica

IL PROGRAMMA

MODULI PROPEDEUTICI

FONDAMENTI DI MANAGEMENT: ELEMENTI DI ECONOMIA E ORGANIZZAZIONE AZIENDALE

- L'azienda all'interno del sistema economico
- Il **sistema impresa**: struttura, attività, risultati
- L'impresa e la sua rete: clienti, fornitori e strumenti
- Elementi di **diritto societario**

PRINCIPI BASE DI NUTRIZIONE E DIETETICA

- Elementi base di nutrizione ed alimentazione
- Le principali patologie legate all'alimentazione
- La dieta mediterranea e la cultura del cibo
- Nutrizione ed età: le diversi fasi della vita



A man's silhouette is shown in profile, facing right. Inside his torso, a detailed cityscape is visible, featuring several prominent skyscrapers, including the Petronas Towers. He is wearing glasses and holding a pen in his right hand, which is positioned as if writing on a document. The background is white, with orange decorative lines forming a frame around the content.

1° modulo

IL SISTEMA ENOGASTRONOMICO E AGROALIMENTARE

INQUADRAMENTO DEL SETTORE ENOGASTRONOMICO

- Storia e tradizione del patrimonio gastronomico
- Il **sistema agroalimentare**, i distretti e le organizzazioni territoriali
- **Modelli di consumo** ed evoluzione della spesa

IL "NUOVO" CONSUMATORE

- Le principali **tendenze gastronomiche**
- L'impatto del fenomeno della **globalizzazione** sui gusti e le preferenze del consumatore
- I modelli di consumo alimentare

L'IMPATTO DELLA DIGITAL TRANSFORMATION NEL SETTORE FOOD & WINE

- **Innovazione** di processo e di prodotto nel settore enogastronomico
- Ricerca di nuovi prodotti in risposta alle esigenze dei **nuovi segmenti di clientela**
- **Ricerca e sviluppo** nelle aziende del Food

2° modulo

ECONOMICS E GESTIONE DELL'IMPRESA ALIMENTARE E VITIVINICOLA

ORGANIZZAZIONE E PROCESSI AZIENDALI

- L'**organizzazione** e i **processi** in azienda: mappatura ed analisi
- **Funzioni, ruoli e responsabilità** in azienda
- Esempi ed analisi di organigrammi aziendali
- La gestione delle risorse umane

BILANCIO, CONTABILITÀ ANALITICA E BUDGET: GUIDA ALLA LETTURA DEI DATI AZIENDALI

- Lettura e interpretazione del **bilancio d'esercizio**
- La **contabilità analitica** e le metodologie di determinazione dei costi
- Il **Budget** come strumento di pianificazione e controllo
- Gli strumenti di **analisi e controllo** dei **risultati** aziendali
- Scelte di finanziamento per una PMI del settore. Case History: l'impiego di Mini Bond in un'impresa alimentare

BUSINESS CASE

La redazione del Master Budget

CASE STUDY

Costruzione di un Business Plan per un'azienda vitivinicola

3° modulo

DIRITTO ALIMENTARE E GESTIONE DEL RISCHIO

ELEMENTI DI LEGISLAZIONE E DI GESTIONE DEL RISCHIO

- Analisi del rischio e principio di precauzione
- Requisiti generali in materia di **informazione, sicurezza, etichettatura e presentazione** dei prodotti alimentari
- Gli **alimenti di qualità**: denominazioni di origine protetta (DOP) e indicazioni geografiche protette (IGP). I prodotti biologici.

4° modulo

MARKETING MANAGEMENT PER IL FOOD & WINE

MARKETING WARFARE: COME VINCERE LA BATTAGLIA DEL MERCATO

- **I vantaggi competitivi**: cosa sono, come si costruiscono, come si difendono
- **L'innovazione del prodotto**: fattore di successo e forte vantaggio competitivo
- **L'analisi del consumatore** come base delle scelte strategiche
- **Il Marketing territoriale**

LA SEGMENTAZIONE DI MERCATO

- La **segmentazione strategica** e operativa del mercato
- La scelta del Target
- **La Cross Swot Analysis**

IL CONSUMATORE OMNICANALE

- I nuovi comportamenti d'acquisto: il consumatore digitale e la nuova Customer Journey
- Dalla multicanalità all'omnicanalità: capire il Funnel d'acquisto

IL MARKETING DEL GUSTO: SVILUPPO E DEFINIZIONE DELLA STRATEGIA E DEL PIANO DI MARKETING

- **Brand Management:** strategie e leve
- La definizione delle risorse: il **Budget**
- Pianificazione di Marketing: il **Marketing Plan** come Roadmap dell'impresa Food & Wine
- **Case History** del settore

LA PIANIFICAZIONE DEL MARKETING MIX

- Gli obiettivi e le variabili del **Marketing Mix: le 4P**
- Le principali decisioni relative a: prezzo, distribuzione, comunicazione e **sviluppo dell'offerta di prodotto**
- Il **Pricing:** il ruolo del prezzo nel Marketing Mix

WEB MARKETING E DIGITAL STRATEGY

- **Pianificazione di una strategia digitale:** determinazione degli obiettivi e scelta degli strumenti e dei canali digitali
- Tempi di realizzazione e definizione del Budget
- Il funnel nel Marketing Digital
- Valutazione dei canali di comunicazione diretta in funzione degli obiettivi di **Awareness, Consideration, Conversion, Transaction**
- Display, email, canali social, landing page, blog e forum
- **Video + mobile + social: gli ultimi trend**
- Esempi di **pianificazione e gestione di una campagna Social: Facebook, Instagram, LinkedIn**
- La pubblicità attraverso l'**Influencer Marketing, il Branded Content** e il **Native ADV**

5° modulo

LA COMUNICAZIONE NEL FOOD & WINE TRA STRUMENTI TRADIZIONALI E DIGITALI

LA COMUNICAZIONE NEL SETTORE FOOD & WINE

- Le **leve di comunicazione** e la loro applicazione nel settore alimentare
- Dal piano di Media alle **strategie di comunicazione multicanali di marca**
- La **comunicazione digitale** e il suo impatto sulla reputazione aziendale
- Le strategie di Advertising
- Media Planning tradizionale e digitale
- I **nuovi Trend** della comunicazione food: **l'impatto del digitale dai Food Blogger ai Food selfie**. Nuovi attori e nuove regole di relazione
- Il ruolo dell'**ufficio stampa nel settore enogastronomico**
- Comunicazione b2c ed **eventi gastronomici**: le opportunità di relazione e visibilità

LA STRATEGIA E PIANO DI COMUNICAZIONE

- Definizione degli obiettivi di comunicazione
- Il Target: **dalla segmentazione tradizionale al modello Personas**
- La **strategia creativa**
- Attività e strumenti di comunicazione: **il piano Media, Social, In-store**
- **Digital PR**: coinvolgere gli Influencer come "ambasciatori" del Brand
- Il **Communication Mix per le aziende del settore Food & Wine**

LA COMUNICAZIONE DI CRISI NEL SETTORE ALIMENTARE

- La gestione della crisi
- Il Recovery Plan

ESERCITAZIONE

Wine Experience e progettazione dell'accoglienza

6° modulo

TRADE MARKETING E NUOVI CANALI DI VENDITA

LA RELAZIONE FOOD INDUSTRY E DISTRIBUZIONE

- Rapporto tra produzione, distribuzione e GDO
- Le politiche di mercato dell'industria agroalimentare e vitivinicola

TRADE MARKETING

- Il Trade Management nelle aziende food e vitivinicole: cos'è, a cosa serve, come gestirlo
- Vendita all'ingrosso e al dettaglio
- Canali di vendita: la tradizione vs l'innovazione digitale
- Food Shopping Experience & Innovazione
- La Channel Relationship R-evolution per la gestione dell'Omnicanalità

LO SVILUPPO COMMERCIALE DELL'IMPRESA ALIMENTARE

- Gli step per impostare e gestire una rete commerciale efficiente
- La determinazione del prezzo di vendita
- GDO: format, contesto nazionale ed internazionale, performance dei player

PIANIFICAZIONE DELLE VENDITE

- La pianificazione degli obiettivi e dei piani di vendita
- Condivisione delle strategie con il Management e gli Store Manager
- Il processo di assegnazione degli obiettivi

PRIVATE LABEL & BRAND STRATEGY

- La competizione tra Brand e Private Label
- Le politiche di Marketing del Brand in risposta alla Private Label

NEGOZIARE CON LA GDO

- Le dinamiche comportamentali nei diversi tipi di negoziazione
- Le fasi della negoziazione
- Case History

LABORATORIO

RetailLab: dall'analisi degli Store Concept dei principali Player della GDO al Business Model

7° modulo

STRATEGIE DI INTERNAZIONALIZZAZIONE

MODELLI E STRATEGIE DI INTERNAZIONALIZZAZIONE

- **Le istituzioni a supporto delle politiche internazionali:** chi sono e quali ruoli svolgono
- Internazionalizzazione ed Export come fattori strategici di business
- Posizionamento nei mercati a più alta crescita
- Modalità di accesso ai finanziamenti per l'internazionalizzazione

ANALISI DEI NUOVI MERCATI E VALUTAZIONE DELLE OPPORTUNITÀ D'INGRESSO

- **Le strategie per radicarsi sui mercati esteri:** il processo, le fasi e gli strumenti operativi
- Errori da evitare: **l'importanza del cross cultural management**
- Fonti di informazione e criteri di scelta di partner e intermediari
- Valutazione delle risorse necessarie per l'ingresso nel mercato Target
- **Business case e casi di (in)successo**

FOCUS PAESI

Cina, Giappone, Svizzera, UK, USA

TESTIMONIANZE LE ECCELLENZE ITALIANE NEL MONDO

Nelle precedenti edizioni sono intervenuti: **Philippe Léveillé**, Chef "Ristorante Miramonti L'Altro" - due Stelle Michelin; **Giorgio Locatelli**, Chef "Locanda Locatelli" Londra - una Stella Michelin; **Chicco Cerea**, Chef "Da Vittorio" - tre Stelle Michelin; **Davide Oldani**, Chef "Ristorante D'O" - una Stella Michelin, **Mauro Uliassi**, Chef "Il Re del Mare" - tre Stelle Michelin, **Silvano Brescianini**, Presidente Consorzio Franciacorta, Maestro **Iginio Massari** e **Debora Massari**

LE POTENZIALITÀ DELL' ECOMMERCE PER L'EXPORT DEL VINO MADE IN ITALY

- **eCommerce come leva per la crescita del Business:** come raggiungere i mercati Target
- L'impatto dell'eCommerce sul mercato del vino italiano: **casi di successo**

PROJECT WORK

Lo sviluppo di un piano di Export

8° modulo

OPERATIONS MANAGEMENT

SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

- La struttura e i **cambiamenti in atto nell'organizzazione** della distribuzione e dell'industria alimentare
- La filiera corta: **modelli di Short Food Supply Chain**

LA LOGISTICA DISTRIBUTIVA

- Le **leve della logistica distributiva**: gestione ordini, trasporto, magazzini, scorte
- Gestione della logistica: elementi di criticità per alimenti altamente deperibili

INNOVAZIONE E SOSTENIBILITÀ NELLA FOOD INDUSTRY

- Quadro normativo Europeo: il nuovo **Green New Deal**
- **Sviluppo sostenibile**: soggetti interessati, fonti e Network coinvolti
- I **modelli di economia circolare** per ridurre gli sprechi

LA SOSTENIBILITÀ DEL FOOD PACKAGING

- **Ecopackaging**: valori, metodologia, strumenti e normativa per la sostenibilità
- Il ruolo del Packaging nella **Communication Mix**
- I materiali per l'imballo: **Plastic-Free e nuovi materiali**

FOOD INNOVATION LAB

La gestione del piano di innovazione di prodotto

9° modulo

MANAGEMENT DELLA RISTORAZIONE COMMERCIALE

LA SCELTA DEL MODELLO DI BUSINESS

- La ristorazione in Italia: numeri e Case Histories di un'importante crescita
- Gli elementi necessari per la scalabilità dei Format
- Il **Franchising della ristorazione**: un settore in forte sviluppo. I fattori di successo.

FOCUS

I nuovi modelli di Business nel settore della ristorazione: **Ghost Restaurant** e **Dark Kitchen**

PROJECT WORK

Food Delivery & Customer Experience nella ristorazione

10° modulo

IL LANCIO DI UNA START UP NEL SETTORE ALIMENTARE

ELEMENTI STRATEGICI PER L'AVVIO DI UNA START UP

- La costruzione del **Business Plan** e dell'**Executive Summary**
- La pianificazione economico finanziaria per la Start Up
- L'importanza delle simulazioni di Breakeven

LABORATORIO

Il Business Plan per il lancio di un'azienda innovativa

LABORATORI

FOOD IN PROGRESS: IDEAZIONE DI NUOVI FORMAT ENOGASTRONOMICI INNOVATIVI

I partecipanti, divisi in gruppi di lavoro, dovranno ideare un Format enogastronomico attraverso la compilazione di un Business Plan, l'analisi del mercato e dei Competitor, le strategie di Marketing e di comunicazione.

In collaborazione con



LABORATORIO "MY NEW JOB: TECNICHE E METODI PER INSERIRSI NEL MONDO DEL LAVORO"

Un percorso strutturato in più interventi per accompagnare i partecipanti nella fase di **ingresso nel mondo del lavoro** sostenendoli nella **definizione di competenze, attitudini, aspirazioni** e nell'acquisizione di informazioni sulle opportunità occupazionali.

L'obiettivo è fare in modo che i partecipanti siano in grado di individuare i propri punti di forza e le aree di miglioramento per rendere quanto più spendibile il proprio profilo sul mercato del lavoro e orientare la carriera verso il percorso più consono alle competenze ed aspirazioni individuali.



In collaborazione con

GENERAL & BUSINESS ENGLISH CON CERTIFICAZIONE EF

Il Master include un corso di Business English organizzato in collaborazione con EF. **EF Education First** è la scuola digitale innovativa e sempre a portata di mano per apprendere il Business English e consolidare la propria formazione professionale. Il corso include:

General English: fino a 2.000 ore di studio disponibili, contenuti interattivi e video, esercizi di comprensione orale, lezioni di scrittura con Feedback 1-to-1 da docenti madrelingua

Business English: approfondimenti di studio verticali per specifici contesti di lavoro: Presentation Skills, Social Skills, Negotiation, Telephoning

LABORATORIO DI INFORMATICA

Corso di Excel avanzato per l'analisi dei dati aziendali e gestione dei Database.

PROJECT WORK

IL VALORE AGGIUNTO DEL MASTER

Coinvolgimento degli studenti in **progetti commissionati da aziende Partner** per un'applicazione reale dei modelli e delle strategie studiate in aula.

La tematica è individuata dall'azienda e collegata ad **una reale esigenza di sviluppo del Business.**

Alcuni Project Work svolti nelle precedenti edizioni:

Granarolo Group, "Valorizzare il latte dei nostri produttori"

Le Conserve della Nonna - Gruppo Fini SpA - "Lancio di una nuova linea di prodotti"

Pastificio Felicetti, "Lancio del nuovo piano di comunicazione e Marketing"

Casa del Caffè Vergnano, "Il riposizionamento della gamma di capsule compostabili"

The Coca-Cola Company, "Creazione di un piano di comunicazione e di una Digital Strategy per il brand Fanta"



GLI ITINERARI DEL GUSTO: SESSIONI IN OUTDOOR E COMPANY VISIT

VISITE AZIENDALI E SESSIONI DI DEGUSTAZIONE IN OUTDOOR

Il percorso formativo del master include numerose Company Visit presso **imprese di produzione** alimentare, aziende **vitivinicole**.

Alcune Company Visit svolte nelle precedenti edizioni:

Domori, Igor Gorgonzola, Cameo, Gruppo Montenegro, Strada del Barolo e grandi vini di Langa, Tartuflanghe, Consorzio Franciacorta, Eataly, Fratelli Carli, Giovanni Cova & C., Marchesi Antinori, Cantina Urbana Milano, Salumi Pasini, Alce Nero, Granarolo Group, Monini, Urbani Tartufi, Ta' Milano.

LO STAGE

ORIENTAMENTO E PREPARAZIONE AL COLLOQUIO DI SELEZIONE

Nel corso dei mesi d'aula e attraverso colloqui individuali con lo Staff, ciascun partecipante viene accompagnato e guidato nell'**individuazione delle proprie capacità e opportunità** di carriera.

L'attività di orientamento serve infatti a supportare i partecipanti nell'affrontare al meglio i colloqui di Placement.

A tal fine sono previsti specifici momenti di **simulazione di colloqui di lavoro** coordinati dai docenti della Scuola.

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** grazie all'importante Network di contatti di primario livello di 24 ORE Business School.

Lo Stage si conclude con una relazione tecnica sul lavoro svolto presentata dal partecipante nella **Cerimonia di Consegna dei Diplomi**.



DOCENTI



COMITATO SCIENTIFICO

Giampiero Calzolari

Presidente
Granarolo

Lucio Cavazzoni

Presidente
Alce Nero

Antonio Capaldo

Presidente
Feudi di San Gregorio

Renzo Cotarella

Direttore generale
Antinori

Manuele Crupi

Legal & Marketing Manager
IGOR Gorgonzola

Nicoletta Del Carlo

Amministratore delegato
NTFood

Marco Giuri

Avvocato
Studio Giuri

Domenico Gulli

Strategic & Business Development
Consultant

Valentina Lanza

Responsabile Comunicazione
FICO Eataly Word

Luigi Maccalini

Digital Communication Expert

Daniele Manzone

Direttore Strada del Barolo e
grandi vini di Langa

Andrea Marchelli

Direttore Marketing
Monini

Andrea Muzzi

Titolare
G. Cova & C.

Davide Paolini

Giornalista e conduttore radiofonico
Il Gastronomo

Matteo Sarzana

General Manager
Deliveroo

Fabrizio Savigni

Communication Consultant

Luciano Sbraga

Responsabile Ufficio Studi
FIPE

**DOCENTI E
TESTIMONIAL**

Claudio Achilli

Consulente

Andrea Antognazza

Partner
Key Project

Alessandra Argiolas

Direttore Marketing Argiolas
Formaggi

Francesco Aversano

Avvocato

Massimo Barbieri

Consulente aziendale

Lucia Barzanò

Presidente Strada del
Franciacorta

Marco Benadi

Founder&CEO
Benadi & Associati

Paolo Bertani

Responsabile Sviluppo
Birra Del Borgo

Gabriella Binello

Owner, Food&Wine Consulting
GBExport Alba

Alessandro Bocchini

Nomad foods, Europe talent, Acquisition
Manager
Findus

Matteo Bonoli

R&D Product Specialist
Amaro Montenegro

Silvano Brescianini

Vicepresidente del Consorzio
Franciacorta e Direttore Generale di
Barone Pizzini

Giangiaco Calovini

Consulente

Vincenzo Carluccio

Direttore Supply Chain & Service
Excellence
Elior Italia

Francesca Carsana

Junior Buyer
Esselunga

Andrea Cartoccio

Group Marketing & Innovation Director
Elior Italia

Marco Castelletti

Packaging specialist
Innovation Center Gerosa SpA

Chicco Cerea

Chef tre stelle Michelin
"Da Vittorio"

Angelica Ciasca

Incoming Office Eataly

Maurizio Contardi

Trade marketing, Route to Market and
Sales Development
Ursus Breweries – Birra Peroni

Daniele Contini

Country Manager
Just Eat

Michela Corvino
Communication Manager
Vinòforum

Raffaele D'Amato
Consulente Business Partner

Gabriele D'Amore
Head of Marketing Dessert
Cameo SpA

Federico De Cerchio
CEO & Founder
WineOwine

Giuseppe De Marinis
Senior Partner Studio Associato Tupponi
De Marinis Russo & Partners

Giovanna Del Carlo
Titolare NT Food

Andrea De Panfilis
Avvocato
Russo De Rosa Associati

Riccardo Felicetti
Titolare
Pasta Felicetti

Michela Ferrante
Direttore Hospes Italy/Divisione Retail
Elior Italia

Myriam Rosaria Finocchiaro
Responsabile Comunicazione Relazioni
Esterne e CSR
Granarolo

Raffaele Forlini
Senior Consultant e Imprenditore
BMC Oltre la Consulenza SRL

Valentina Fornari
Docente di Marketing
Università Bocconi

Tiziana Frescobaldi
Comunicazione e progetti culturali
Consigliere di Amministrazione
Compagnia
de' Frescobaldi S.p.A

Gaia Gombi
Product Development & Center Of
Expertise Manager
Barilla

Caterina Lamanna
Commerciale Barilla Group

Vincenzo Lebano
Chef
Terrazza Gallia

Philippe Léveillé
Chef due stelle Michelin
"Ristorante Miramonti L'Altro"

Giorgio Locatelli
Chef una stella Michelin
"Locanda Locatelli"

Giuliana Mantovano
Marketing Director
The Coca-Cola Company

Alessandro Martire
Consultant
Bain & Company Partner

Francesca Massazza
Nutrizionista
Elior Food Academy

Marco Milani

Deputy Manager
Tenute Piccini

Elisabeth Molling

Responsabile Product
Management Latte Montagna Alto
Adige

Paolo Montanaro

CEO TartufLanghe

Domenico Montano

Direttore generale Mercato Centrale
Firenze

Massimo Monti

Amministratore Delegato
Alce Nero

Isabella Mozzoni

Dottore Commercialista
Docente Università degli Studi di Parma

Stefano Murialdo

Direttore
Eatly Distribuzione srl

Silvia Panepinto

Retail Manager Domori

Lorenzo Paoli

Manager
Strategic Management Partners

Roberta Parollo

Consulente

Daniela Pasini

Head of Marketing & Communication
Salumi Pasini

Antonio Ravidà

PSC Europe FP&A Specialist Gruppo
Campari

Cristina Re Calegari

Senior Brand Manager
The Coca-Cola Company

Marco Roccabianca

CoFounder e Partner
TUS Company
Owner
Diverthink

Camilla Rota

Trade Marketing Manager
Cameo SpA

Alessandro Ruggeri

Responsabile R&D Western Europe
Barilla Group

Gaia Saccani

Business Manager Food & Beverage Chr.
Hansen

Andrea Sansoni

Responsabile Assicurazione Qualità e
Agronomico
Vignabaldo Group

Alessandro Silvestrelli

Managing Director Italy Rijkzwaan

Tommaso Simili

Communication and External Relations
Specialist
Granarolo

Elio Sironi

Chef
Ceresio7

Giuseppe Taccari

International Markets Director Illy Caffè

Paola Terenziano

Direzione Marketing
Urbani Tartufi

Antonella Tolomelli

Marketing Director Fabbri 1905 S.p.A.

Emanuela Truzzi

Presidente AIF Piemonte

Roberta Trilli

Docente di informatica

Pietro Vanazzi

Innovation Manager
Innovation Center Gerosa SpA

Ilaria Vitale

Head of Marketing & Communication
Elior Italia

Persino Walter

Senior Supply Chain Controller
Bindi - Sipa S.p.A.



LE TESTIMONIANZE DI CHI HA FREQUENTATO IL MASTER

Il ricordo del Master mi riporta a una frase: "Ogni volta che impariamo qualcosa di nuovo, noi stessi diventiamo qualcosa di nuovo".

Il desiderio di toccare con mano il mondo del lavoro, di avvicinarmi ad esso con la maggior professionalità possibile e la passione per il Food mi ha portato a frequentare il Master Food&Wine di 24ORE Business School. L'approccio con persone con esperienze, Background universitari e caratteri diversi hanno fatto da ingrediente nella ricetta della formazione. Gli insegnanti, lavoratori professionisti nella realtà quotidiana delle aziende prima che docenti hanno, da veri Chef, arricchito di sapore un piatto molto diverso da quello servito nelle università; dove

oltre al materiale didattico il vero cuore sono state discussioni, incontri con aziende e professionisti del settore, Teambulding, Project Work, presentazioni e affinare capacità personali espositive, relazionali e soprattutto lo stimolo alla criticità.

"Dimmi e io dimentico; mostrami e io ricordo; coinvolgimi e io imparo".

Motivo che mi fa credere che il Master sia il metodo più formativo e completo per affrontare il mondo del lavoro attuale.



PIETRO VANAZZI

Innovation Manager
Innovation Center Gerosa SpA

Ricordo come se fosse ieri lo sguardo (forse un po' impaurito e smarrito) dei miei colleghi il primo giorno d'aula. Sapevamo tutti che stavamo per intraprendere un percorso sia professionale che di vita, che stavamo per vivere delle emozioni che solo quel master poteva farci conoscere. Tutti con la stessa passione, coltivata in modi diversi, ma tutti con la stessa voglia: approfondire prima e diventare poi dei veri professionisti nel mondo del Food e del Wine.

Penso sia stato proprio questo a fare la differenza al Master Food&Wine Management : una classe diversificata negli studi e nelle esperienze ma con un unico obiettivo in testa, un'unica Mission che ci ha permesso non solo di ottenere degli ottimi risultati nei fantastici Project Work ma anche di dar vita a delle amicizie che ancora oggi risultano fondamentali dentro e fuori l'ambito lavorativo.

Ricordo come se fosse ieri lo sguardo (pieno di coraggio e di ambizione) dei miei colleghi l'ultimo giorno d'aula. Eravamo tutti lì, pronti ad affrontare e conquistare quel mondo che ormai sentivamo nostro.

MARCO CHIBBARO
Digital Core Specialist
Metro Italia Cash&Carry



INFORMAZIONI

SEDE DEL MASTER

24ORE BUSINESS SCHOOL
Via Sclafani 40/b Acireale (CT)
24orebs.com

DURATA E ORARIO DELLE LEZIONI

Il Master ha una durata complessiva di **11 mesi (5 di aula e 6 di Stage)** con inizio il **29 Marzo 2021**.

Orari delle lezioni:

■ da lunedì a giovedì dalle 9.15 alle 17.15

COORDINAMENTO DIDATTICO

Laura Tolotti
Cel. 348 5334366
laura.tolotti@24orebs.com

CANDIDATI

Giovani laureati e laureandi in tutte le aree disciplinari.

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 CV

- prove scritte e colloquio motivazionale

Per candidarsi è necessario compilare la **domanda di ammissione Online** allegando:

- curriculum Vitae

- certificato di laurea con dettaglio degli esami e votazione

- foto tessera

Ai fini dell'ammissione si terrà conto di:

- risultati delle prove scritte e del colloquio motivazionale

- titolo di studio e votazione

- Conoscenza delle lingue straniere

- Esperienza di lavoro

Dato l'elevato numero di domande, si terrà conto della data di invio della stessa per la convocazione alle selezioni.

Domande di ammissione, date di selezione e **aggiornamenti** sono disponibili Online: **24orebs.com**

Nel corso della giornata di selezione è possibile incontrare lo Staff di 24ORE Business School, assistere alla presentazione del Master, sostenere le prove scritte e il colloquio motivazionale.

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

La quota di partecipazione è di **10.900 Euro + IVA** comprensiva di tutto il materiale didattico.

È **rateizzabile** in tre soluzioni:

- 1^a rata: entro il 29/03/2021

- 2^a rata: entro il 31/05/2021

- 3^a rata: entro il 30/06/2021

BORSE DI STUDIO

Come tradizione della Business School, importanti aziende e società di consulenza mettono a disposizione dei partecipanti **borse di studio a copertura totale o parziale** della quota di iscrizione, per sostenere i candidati più meritevoli.

Per candidarsi alle borse di studio è necessario compilare la voce "Richiesta di Borse di Studio" nella domanda di ammissione Online, allegando i documenti richiesti entro il **28 febbraio 2021**.

L'assegnazione delle borse di studio avverrà in base a una graduatoria che considera i seguenti criteri:

- esito delle selezioni
- votazione di laurea (uguale o superiore a 105/110 o a 95/100)
- 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 postuniversitari.

Business School24 S.p.A. 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.

MODALITÀ DI PAGAMENTO

Il pagamento può essere effettuato tramite:
Bonifico bancario

Intestazione/Coordinate bancarie del Bonifico
Business School24 S.p.A.
Banca Intesa Sanpaolo Filiale di Via Quarenghi
20100 – Milano
IBAN IT76 J030 6909 5571 0000 0006 824

Come causale di versamento, occorre indicare:
rata/saldo
il codice del Master **LA1373**
gli estremi della fattura (se pervenuta)

FORMAZIONE IN HOUSE E E-LEARNING

Il Master può essere personalizzato e realizzato c/o l'azienda cliente, anche in modalità blended (aula e Online).

FINANZIAMENTI

PRESTITI ALLO STUDIO

Per i clienti 24ORE Business School è possibile accedere ai prestiti allo studio **BNL - Gruppo BNP Paribas**, in particolare ai prodotti **BNL Futuriamo** e **BNL Scuola Più**, dedicati agli studenti di ogni età, per sostenere l'investimento nel futuro a condizioni molto vantaggiose.



BNL
GRUPPO BNP PARIBAS

Maggiori informazioni sul sito
24orebs.com
o sul sito dell'azienda Partner

PRESTITO D'ONORE

24ORE 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.



BANCA SELLA

Maggiori informazioni sul sito
24orebs.com
o sul sito dell'azienda Partner

CREDITO AL CONSUMO

Grazie all'accordo stretto tra 24ORE Business School e Compass puoi acquistare il tuo Master (o Corso formativo) direttamente presso le sedi di 24ORE Business School e rimborsarlo in comode rate mensili.



Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. Salvo approvazione di Compass Banca S.p.A. alla richiesta di finanziamento. Per le condizioni contrattuali si rimanda ai documenti informativi disponibili presso le sedi 24ORE Business School convenzionate senza esclusiva con Compass Banca S.p.A.

Maggiori informazioni sul sito
24orebs.com
o contattando il nostro Servizio Clienti
info@24orebs.com
Tel. 02 30300602

FORMAZIONE FINANZIATA

Le attività formative proposte sono sostenibili con le risorse dei fondi interprofessionali. **HRC FundTraining**, partner di 24ORE Business School, favorisce l'accesso e l'utilizzo delle risorse messe a disposizione dai Fondi Interprofessionali per i dipendenti e i dirigenti delle aziende iscritte. Il costo del servizio sarà dovuto solo in caso di approvazione del Piano Formativo.



Maggiori informazioni sul sito
24orebs.com,
sul sito dell'azienda Partner
oppure email:
hrc.fundtraining@hrcgroup.com;
Tel. 345 8043046
o 051 328455

Aim for
more

Via Monte Rosa 91, Milano
P.zza dell'Indipendenza 23 b/c, Roma
Via Sclafani 40/b, Acireale (CT)
24orebs.com

