

Piano didattico per il Master in CULTURA, ORGANIZZAZIONE E MARKETING DELL'ENOGASTRONOMIA TERRITORIALE

	Titolo	Settore S.S.D.	CFU assegnati	Ore didattica	Ore studio individuale	Eventuali ore di didattica integrativa		Prova per l'acquisizione dei crediti
Economia e marketing dei P.T.	Organizzazione e gestione di aziende enogastronomiche (con seminari)	AGR/01	4	32	48	20		Giudizio
	Marketing dei Prodotti Tipici	SECS-P/08	3	24	36	15		
	La regolamentazione europea sui prodotti di qualità	AGR/01	2	16	24	10		
Cultura dei P.T.	Storia dei Prodotti Tipici (con visite e seminari)	M-STO/01; M-STO/04	5	40	60	25		Giudizio
	Il cibo nell'arte (con visite tecniche)	L-ART/03	3	24	36	15		
Comunicazione e promozione dei P.T.	Turismo enogastronomico/ Organizzazione eventi	SPS/08	4	32	48	20		Giudizio
	Training di giornalismo enogastronomico (con visite tecniche)	SPS/08	2	16	24	10		
Conoscenza dei Prodotti Tipici	La tipicità dei vini	AGR/15	3	24	36	15		Giudizio
	Prodotti Tipici fermentati	AGR/16	3	24	36	15		Giudizio
	Valutazione della qualità nutrizionale dei Prodotti Tipici	BIO/09	3	24	36	15		Giudizio
	La tipicità dei Prodotti Agroalimentari Tradizionali (Visite tecniche e seminari)							Giudizio
	Mod.1 - Concetti generali	AGR/15	2	16	24	10		
	Mod. 2 - Prodotti agroalimentari tradizionali: prodotti di origine vegetale	AGR/03	3	16	24	10		
	Mod. 3 - Prodotti agroalimentari tradizionali: prodotti di origine animale	AGR/19	3	24	36	15		
	Tirocinio		19	152	228	95		
	Prova Finale		1	8	12	5		
	Totale		60	480	720	300	Totale ore	1500