



# FOOD & WINE MANAGEMENT

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

MASTER FULL TIME

MILANO, 11 NOVEMBRE 2019

5 MESI DI AULA FULL TIME E 6 DI STAGE

*Disegna il tuo futuro*



# PERCHÉ UN MASTER DI 24ORE BUSINESS SCHOOL

**24ORE Business School**, da oltre 25 anni nel mercato dell'education, presenta un'offerta innovativa e differenziata per industry e aree tematiche. Docenti di estrazione aziendale, un'offerta completa in termini di education e la possibilità di scegliere tra formazione in aula, online e mista. **25 mila presenze annue tra** giovani neo laureati, manager, professionisti e partecipanti agli eventi. Duemila studenti l'anno inseriti nel mondo del lavoro con tassi di **conferma superiori al 95%**.

## MASTER FULL TIME CON STAGE

L'offerta formativa di 24ORE Business School indirizzata ai neo laureati comprende 40 **master con modalità di frequenza in aula full-time** in più di 20 diverse aree tematiche. I programmi mirano a preparare gli studenti al mondo del lavoro attraverso competenze tecniche e manageriali, formazione linguistica, visite aziendali, discussione di casi, lavori di gruppo e project work realizzati in partnership con aziende italiane e internazionali. Lo stage garantisce inoltre la specializzazione e facilita l'ingresso nel mondo del lavoro.

## EXECUTIVE MASTER

In **formula mista (aula e online) per manager e imprenditori** che desiderano accrescere e innovare le loro competenze ottimizzando la loro disponibilità di tempo.

## MBA

Realizzato **in collaborazione con Altis - Università Cattolica** - sui temi dell'innovazione, internazionalizzazione e imprenditorialità.

## INTERNATIONAL PROGRAM

**Percorsi in lingua inglese** che si caratterizzano per la faculty, la multiculturalità dei partecipanti.

## 24 ORE E-LEARNING

Master **interamente online** sfruttando la piattaforma proprietaria di elearning per conseguire il Diploma di 24ORE Business School.

## FORMAZIONE PROFESSIONISTI

Percorsi **accreditati dagli Ordini Professionali** in materia fiscale, lavoro e legale in aula e online erogati sul territorio.

## CONFERENZE

Eventi annuali organizzati per industry, **eventi co-branding e road show sul territorio** in collaborazione con grandi aziende.

## PROGETTI FORMATIVI CORPORATE

Dalla rilevazione dei fabbisogni formativi alla progettazione sino all'erogazione e gestione dei percorsi di formazione **anche presso la sede dell'azienda**.

# I PARTNER DEL MASTER



**BRISCOLA**  
— PIZZA SOCIETY —

**CANTINA  
URBANA**  
MILANO  
\_WINE COLLECTIVE



## MEDIA PARTNER



# CARATTERISTICHE DEL MASTER

## OBIETTIVI

L'Enogastronomia rappresenta uno dei settori economici di grande sviluppo grazie al connubio vincente tra le ricchezze ambientali e turistiche del nostro Paese e la varietà della tradizione enogastronomica che da sempre contraddistingue le nostre regioni. Accanto alle aziende multinazionali di settore e alle aziende della GDO sono nate e si sono sviluppate piccole e medie imprese che hanno creato un vero e proprio filone parallelo per la produzione, promozione e commercializzazione dei loro prodotti. In questo contesto il Master si pone l'obiettivo di formare nuovi profili professionali di tecnici e manager del Food & Wine con una conoscenza approfondita del settore e dei processi dell'industria alimentare.

Ai giovani che vogliono entrare in questo settore il Master consente di:

- completare il livello di preparazione universitaria attraverso l'assunzione di conoscenze specialistiche sulle tematiche di valorizzazione dei prodotti alimentari, focalizzando l'attenzione non solo sui prodotti di largo consumo ma anche su quelli di nicchia
- acquisire competenze distintive su temi chiave quali il management e la gestione dell'impresa alimentare, il marketing e la comunicazione nell'industria alimentare, le strategie di Export Management e gli elementi strategici ed operativi per l'avvio di una start up nel settore alimentare
- creare network costante con la business community, grazie al coinvolgimento di testimoni provenienti

- dalle più importanti realtà operanti nel settore
- sviluppare le soft skills necessarie per inserirsi all'interno del contesto aziendale con consapevolezza e professionalità

## 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** (appartenenti alla GDO e PMI)
- Operatori dell'**HORECA**
- **Aziende vitivinicole**
- Enti che si occupano della **promozione di prodotti agroalimentari**
- **Associazioni di settore**
- Agenzie di **comunicazione ed eventi** del settore enogastronomico
- Realtà affermate nel **settore ristorativo**

## DESTINATARI

Il Master si rivolge a giovani laureati in tutte le discipline **tecnico-scientifiche, economiche, umanistiche e giuridiche.**

## DOCENTI

La docenza è affidata a professionisti, manager, imprenditori e consulenti che, con una collaudata metodologia didattica assicurano un apprendimento graduale e completo della materia.

## DURATA E STRUTTURA

Il Master, a tempo pieno, numero chiuso e frequenza obbligatoria, ha una durata complessiva di 11 mesi, 5 di aula e 6 di stage, con inizio l'11 novembre 2019 a Milano.

## METODOLOGIA DIDATTICA, AULA VIRTUALE E FORMAZIONE ON LINE

La metodologia didattica utilizzata è fortemente orientata alla **gestione pratica della vita aziendale**. Gli argomenti affrontati trovano infatti un immediato riscontro nella simulazione dei processi aziendali, attraverso la realizzazione di **project work, discussioni di casi, esercitazioni, lavori di gruppo e business game**.

L'organizzazione didattica prevede:

- un **comitato scientifico** composto da manager e professionisti del settore che garantiscono la qualità dei contenuti del Master;
- i **coordinatori scientifici** che si alternano per garantire lo sviluppo omogeneo del programma;
- un **coordinatore didattico** e un **tutor** dedicati, che pianificano gli interventi di docenza, valutano gli effetti didattici dell'azione formativa, coordinano le

relazioni con le aziende finalizzate alla ricerca stage. Tutti i partecipanti avranno accesso alla **piattaforma di e-learning** di 24ORE Business School. All'interno di questa aula virtuale saranno in particolare disponibili:

- i **materiali didattici** e le **dispense** strutturate ad hoc dai docenti
- **corsi on line in autoapprendimento** ad integrazione delle lezioni in aula
- **chat e forum** con i colleghi di master e con i docenti
- **questionari di valutazione e di gradimento** del corso

## IL CORSO DI INGLESE

Nel Master è previsto un corso intensivo di Inglese, tenuto da docenti madrelingua, che si articola in circa 40 ore, erogate in modo differenziato in funzione del livello di conoscenza iniziale

## DIPLOMA

Conseguimento del diploma di fine Master al superamento di:

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



# IL PERCORSO

## CORSI PROPEDEUTICI

- Fondamenti di management: elementi di economia e organizzazione aziendale
- Principi base di nutrizione e dietetica

## SESSIONI IN OUTDOOR

Nel corso del Master sono previste Company visit e percorsi di degustazione presso le più importanti aziende di produzione alimentare e vitivinicole.

# I CORSI

## 1° CORSO

Il sistema enogastronomico e agroalimentare

## 2° CORSO

Economics e gestione dell'impresa alimentare e vitivinicola

## 3° CORSO

Diritto alimentare e gestione del rischio

## 4° CORSO

Marketing, comunicazione e sviluppo commerciale nel settore enogastronomico

## 5° CORSO

Strategie di internazionalizzazione

## 6° CORSO

Operations Management

## 7° CORSO

Management della ristorazione organizzata

## 8° CORSO

Il lancio di una start up nel settore enogastronomico

## LABORATORI

- Laboratorio Manageriale
- Il Business Plan per il lancio di un'impresa innovativa
- Project Work in collaborazione con aziende
- RetailLAB
- Laboratorio di informatica

# IL PROGRAMMA

## 1° CORSO

### IL SISTEMA ENOGASTRONOMICO E AGROALIMENTARE

#### CORSI PROPEDEUTICI

##### Fondamenti di Management: elementi di economia e organizzazione aziendale

- Nozione di 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

#### 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° CORSO

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

## 3° CORSO

DIRITTO ALIMENTARE E GESTIONE  
DEL RISCHIO

### ELEMENTI DI LEGISLAZIONE E DI GESTIONE DEL RISCHIO

- I principi generali e le fonti del Diritto Alimentare
- Analisi del rischio e il principio di precauzione
- Requisiti per la sicurezza alimentare e sistemi di prevenzione
- Requisiti generali in materia di etichettatura e presentazione dei prodotti alimentari
- Responsabilità degli operatori del settore alimentare
- I segni distintivi e i marchi
- I segni del territorio, l'indicazione dell'origine del prodotto: le denominazioni di origine protetta (DOP) e le indicazioni geografiche protette (IGP)



# 4° CORSO

## MARKETING, COMUNICAZIONE E SVILUPPO COMMERCIALE NEL SETTORE ENOGASTRONOMICO

### I FONDAMENTI DI MARKETING

- Pianificazione e obiettivi del marketing mix
- Le variabili del marketing mix: le 4P
- Le principali decisioni relative a prezzo, distribuzione, comunicazione e sviluppo dell'offerta di prodotto

### IL MARKETING DEL GUSTO: NUOVI CANALI E STRATEGIE DI SVILUPPO

- Il marketing nelle aziende alimentari: obiettivi, strumenti e modelli
- Le strategie di posizionamento di una azienda alimentare: analisi del target di riferimento
- Analisi della domanda e definizione della concorrenza
- Le strategie di relazione con il cliente: dalle promozioni alle sponsorizzazioni
- Il marketing territoriale

### TRADE MARKETING

- L'articolazione dei canali distributivi
- Evoluzione del rapporto tra produzione e distribuzione: cosa cambia tra GDO e prodotti di nicchia
- Il channel relationship management per la gestione della multicanalità

### LO SVILUPPO COMMERCIALE DELL'IMPRESA ALIMENTARE

- Rapporto tra produzione, distribuzione e GDO
- Ciclo di vita del prodotto e struttura di mercato
- La determinazione del prezzo di vendita
- Gli step per impostare e gestire una rete commerciale efficiente

### 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

### FOCUS

GDO & ECOMMERCE

### LE NUOVE STRATEGIE DI DIGITAL MARKETING

- Le leve di comunicazione e la loro applicazione nel settore alimentare
- Le strategie di Advertising
- Il ruolo dell'ufficio stampa nel settore enogastronomico
- I nuovi trend della comunicazione food: l'impatto del digitale dai food blogger ai food selfie: nuovi attori e nuove regole di relazione
- La comunicazione e social media marketing
- La comunicazione in ambito nutrizionale

# 5° CORSO

## STRATEGIE DI INTERNAZIONALIZZAZIONE

- Comunicazione b2c ed eventi gastronomici: le opportunità di relazione e visibilità
- Valorizzazione delle attività e misurazione dei risultati

### LA COMUNICAZIONE DI CRISI NEL SETTORE ALIMENTARE

- La preparazione alla crisi
- La gestione della crisi
- Il recovery plan

#### PROJECT WORK

Retail Lab

### MODELLI E STRATEGIE DI INTERNAZIONALIZZAZIONE

- Processi di internazionalizzazione e modalità di ingresso nei mercati esteri
- Il posizionamento del prodotto e il mercato internazionale
- Processi di export: le fonti di informazione, gli strumenti di valutazione
- Modalità di accesso ai finanziamenti per l'internazionalizzazione
- Il ruolo delle istituzioni e della rete camerale nel supporto alle aziende

### LE NORME INTERNAZIONALI IN MATERIA DI COMMERCIO DEI PRODOTTI ALIMENTARI

- Food security, food safety e food quality nei trattati internazionali
- Le norme del WTO
- Controllo di qualità nelle filiere agro alimentari per il commercio internazionale

# 6° CORSO

## OPERATIONS MANAGEMENT

### IL BUSINESS PLAN PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE

- La sintesi del progetto: definizione degli obiettivi, swot analysis, indicazione dei risultati attesi
- L'analisi dei clienti, i bisogni e la segmentazione
- La valutazione e previsione della domanda
- La definizione dell'offerta
- La strategia di ingresso nel mercato di riferimento
- La descrizione della struttura aziendale e le risorse
- L'organizzazione aziendale in vista dell'internazionalizzazione
- La verifica della fattibilità economico-finanziaria

### E-COMMERCE E E-BUSINESS

- L' e-commerce come nuovo canale distributivo: evoluzione del rapporto tra produzione e distribuzione
- L'impatto dell'e-commerce sui processi di internazionalizzazione d'impresa

#### PROJECT WORK

Lo sviluppo di un piano di Export

### SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

- Dalla logistica al supply chain management
- Struttura e organizzazione della distribuzione
- Controllo di qualità nelle filiere agro alimentari
- La struttura e i cambiamenti in atto nell'organizzazione della distribuzione e dell'industria alimentare

### LA LOGISTICA DISTRIBUTIVA

- I diversi modelli per la logistica distributiva e i tipi di flusso coesistenti
- Le leve della logistica distributiva: gestione ordini, trasporto, magazzini, scorte
- Gestione della logistica: elementi di criticità per alimenti altamente deperibili

### IL PACKAGING NEL SETTORE AGROALIMENTARE

- I materiali per l'imballaggio: plastiche, vetro, acciaio, alluminio, materiali cellulosici
- Materiali ed innovazione: il legame con il dipartimento R&D

## 7° CORSO

### MANAGEMENT DELLA RISTORAZIONE ORGANIZZATA

#### LA SCELTA DEL MODELLO DI BUSINESS

- La ristorazione in Italia: numeri e case histories di un importante crescita
- La ristorazione come collegamento tra produttore e consumatore
- Gli elementi necessari per la scalabilità dei format
- Il Franchising della ristorazione: un settore in forte sviluppo. I fattori di successo.

#### FOCUS

Visite ad aziende leader del mercato

## 8° CORSO

### IL LANCIO DI UNA START UP NEL SETTORE ALIMENTARE

#### ELEMENTI STRATEGICI PER L'AVVIO DI UNA START UP

- La costruzione del Business Plan: le informazioni minime da presentare a terzi finanziatori e banche
- Executive Summary per presentare obiettivi, servizi e prodotti offerti, il mercato di riferimento, risultati attesi, persone chiave, piano di azioni
- La pianificazione economico finanziaria per la start up: come costruire una simulazione economico finanziaria per pianificare i bisogni finanziari
- L'importanza delle simulazioni di breakeven: fatturato e volumi di pareggio in funzione del mix di vendita e delle diverse marginalità del mix di vendita

#### LABORATORIO

Il Business Plan per il lancio di un'azienda innovativa

# LABORATORI

## LABORATORI MANAGERIALI

Accanto allo sviluppo delle competenze tecniche, il percorso formativo prevede numerose giornate di finalizzate all'acquisizione delle competenze relazionali e manageriali oggi fondamentali per crescere professionalmente all'interno delle aziende.

Le tematiche affrontate saranno in particolare:

- Public speaking
- Leadership
- Team building e team working
- L'assessment e il colloquio di selezione
- Problem solving
- Negoziazione

## BLOG DEL MASTER

<https://foodmanagement24.24orebs.com/>

**FoodManagement24** è il blog del Master che vede coinvolti tutti i partecipanti, dopo una fase di formazione specifica sugli strumenti e le caratteristiche del web e dei linguaggi digitali. Grazie al Blog del Master è possibile seguire il "live" dell'aula raccontato dalla voce di chi sta vivendo questa esperienza.

## 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.

Sono previsti numerosi incontri con chef stellati e imprenditori del settore e sessioni in outdoor per conoscere il dietro le quinte dei più interessanti ed innovativi progetti sulla scena nazionale.



*Visita Igor Gorgonzola*



*Laboratorio degustazione presso Tartuflanghe*

## TEAM BUILDING

Sotto la guida di grandi chef i partecipanti avranno modo di **acquisire le competenze necessarie per lavorare in gruppo** e per poter raggiungere gli obiettivi mettendo in comune le proprie competenze. **La cucina diventa metafora della realtà aziendale**, in quanto per cucinare occorre utilizzare metodi, risorse, organizzazione e competenze, come in Azienda. Il **Cooking Team Building** stimola quindi la capacità di lavorare in team: in cucina si dividono i compiti e si sperimenta lavorando in armonia proprio come nello staff di un'azienda.

### IN COLLABORAZIONE CON:

*feelingfood*  
MILANO



*I partecipanti in cucina*



*Team building*



*Cooking Team Building"*

# GLI ITINERARI DEL GUSTO: SESSIONI IN OUTDOOR E COMPANY VISIT

## IN COLLABORAZIONE CON:



CANTINA  
URBANA  
MILANO  
WINE COLLECTIVE



FRANCIA  
CORTA  
UNIVERSITÀ PASTORI

FRATELLI  
Carli  
- DAL 1911 -

IGOR  
Gorgonzola

GRANAROLO  
DAL 1957 ITALIANA BONTÀ



ROCCA  
delle Macie  
FABRICA D'EMERILLO

Strada del BAROLO  
e grandi vini di LANGA



Visita Domori

## VISITE AZIENDALI E SESSIONI DI DEGUSTAZIONE IN OUTDOOR

Il percorso formativo del master include numerose company visit presso **imprese di produzione** alimentare, aziende **vitivinicole**, e attività ristorative di alto livello che daranno ai partecipanti l'opportunità di "entrare in azienda" e di confrontarsi con il management sulle scelte gestionali e produttive adottate dalle imprese coinvolte nelle attività.

Gli incontri sono volti ad avvicinare i partecipanti alle **eccellenze enogastronomiche italiane**, **visitando le zone di produzione** e di **assaporare** i prodotti tipici della tradizione italiana, nonché sperimentare dei percorsi di apprendimento basati sull'utilizzo dei sensi con l'obiettivo di **educare al gusto** e imparare a **riconoscere la qualità** dei prodotti attraverso la partecipazione a **sessioni di degustazione**.



Visita Granarolo

# LO STAGE: UNA PREZIOSA OPPORTUNITÀ DI TRAINING ON THE JOB

## 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** con 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 24ORE Business School.

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



Cerimonia di consegna dei diplomi



Giornata conclusiva del Master



# FACULTY

## COMITATO SCIENTIFICO

### **Giampiero Calzolari**

Presidente  
Granarolo

### **Lucio Cavazzoni**

Presidente  
Alce Nero

### **Antonio Capaldo**

Presidente  
Feudi di San Gregorio

### **Renzo Cotarella**

Direttore generale  
Antinori

### **Marco Giuri**

Avvocato  
Studio Giuri

### **Daniele Manzone**

Direttore Strada del Barolo e  
grandi vini di Langa

### **Teo Musso**

Titolare  
Baladin

### **Andrea Muzzi**

Titolare  
G. Cova & C.

## COORDINATORE SCIENTIFICO

### **Domenico Gulli**

Temporary Manager Consulenza  
strategia e Business Development

### **Fabrizio Savigni**

Communication Consultant

## DOCENTI E TESTIMONIAL

### **Claudio Achilli**

Consulente

### **Alessandra Argiolas**

Direttore Marketing Argiolas  
Formaggi

### **Massimo Barbieri**

Consulente aziendale

### **Lucia Barzanò**

Presidente Strada del  
Franciacorta

### **Marco Benadi**

Founder&CEO Benadi & Associati

### **Camilo Bercero**

Sales Manager MCM Alimentari  
Account Manager Feeling Food

### **Paolo Bertani**

Responsabile Sviluppo Birra Del  
Borgo

### **Gabriella Binello**

Owner, Food&Wine Consulting  
GBExport Alba

### **Alessandro Bocchini**

Nomad foods, Europe talent, Ac-  
quisition Manager Findus

### **Silvano Brescianini**

Vicepresidente del Consorzio  
Franciacorta e Direttore Generale  
di Barone Pizzini

### **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

**Manuele Crupi**

Legal & Marketing Manager IGOR  
Gorgonzola

**Raffaele D'Amato**

Consulente Business Partner

**Federico De Cerchio**

CEO & Founder WineOwine

**Giuseppe De Marinis**

Senior Partner Studio Associato  
Tupponi De Marinis Russo &  
Partners

**Giovanna Del Carlo**

Titolare NT Food

**Nicoletta Del Carlo**

Amministratore delegato  
NTFood

**Andrea De Panfilis**

Avvocato  
Russo De Rosa Associati

**Riccardo Felicetti**

Titolare  
Pasta Felicetti

**Myriam Rosaria Finocchiaro**

Responsabile Comunicazione Rela-  
zioni Esterne e CSR  
Granarolo

**Raffaele Forlini**

Consulente di direzione Business  
Partner

**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

**Valentina Lanza**

Responsabile Marketing e  
Comunicazione Gruppo FINI

**Vincenzo Lebano**

Chef  
Terrazza Gallia

**Marco Milani**

Deputy Manager Tenute Piccini

**Elisabeth Molling**

Responsabile Product  
Management Latte Montagna Alto  
Adige

**Lelio Mondella**

General Manager

**Paolo Montanaro**

CEO TartufLanghe

**Domenico Montano**

Direttore generale Mercato Centra-  
le Firenze

**Massimo Monti**

Amministratore Delegato Alce  
Nero

**Isabella Mozzoni**

Dottore Commercialista  
Docente Università degli Studi di  
Parma

**Stefano Murialdo**

Direttore  
Eataly Distribuzione srl

**Silvia Panepinto**

Retail Manager Domori

**Lorenzo Paoli**

Manager  
Strategic Management Partners

**Roberta Parollo**

Consulente

**Suzanne Pilch**

English Teacher

**Antonio Ravidà**

PSC Europe FP&A Specialist Grup-  
po Campari

**Marco Roccabianca**

Consulente di strategia e direzione  
Vice Presidente MTBAdventure

**Alessandro Ruggeri**

Responsabile R&D Western Europe  
Barilla Group

**Alessandro Russo**

Avvocato Studio Associato  
Tupponi De Marinis Russo &  
Partners

**Gaia Saccani**

Business Manager Food & Beverage  
Chr. Hansen

**Alessandro Silvestrelli**

Managing Director Italy Rijkzwaan

**Tommaso Simili**

Communication and External Relations Specialist Granarolo

**Elio Sironi**

Chef Ceresio7

**Adolfo Speranza**

Trade Marketing Manager Birra Peroni

**Giuseppe Taccari**

International Markets Director Illy Caffè

**Lucilla Titta**

Nutrizionista Coordinatrice Progetto Smart Food IEO - Istituto Europeo di Oncologia

**Antonella Tolomelli Marketing**

Director Fabbri 1905 S.p.A.

**Marco Tupponi**

Avvocato Studio Associato  
Tupponi De Marinis Russo & Partners

**Emanuela Truzzi**

Presidente AIF Piemonte

**Roberta Trilli**

Docente di informatica

**Riccardo Zola**

HORECA Ambassador Nespresso Italiana Spa

## DICONO DI NOI

**I**l 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 avvicinarti con la maggior professionalità possibile e la passione per il Food mi ha portato a frequentare il Master Food&Wine della Business School del Sole 24 ORE. L'approccio con persone con esperienze, background universitari e caratteri diversi hanno fatto da ingrediente nella ricetta della formazione. Gli insegnati, 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, teambuilding, 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**

*4a ed. Master Food&Wine Management  
Junior business manager  
Gerosa Group*

**R**icordo 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**

*4a ed. Master Food&Wine Management  
Addetto Comunicazione Interna  
Metro Italia Cash&CarryX*

# INFORMAZIONI

## SEDE DEL MASTER

### 24ORE Business School

Via Monte Rosa, 91 20149 - Milano  
business.school@ilsole24ore.com  
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 l'11 Novembre 2019.

Orari delle lezioni:

- da lunedì a giovedì dalle 9.15 alle 17.15
- venerdì dalle 9.15 alle 13.00

Nel corso della giornata sono previsti tre intervalli.

## COORDINAMENTO DIDATTICO

### Chiara Monaco

Tel 02 30223676  
chiara.monaco@ilsole24ore.com

## CANDIDATI

Giovani laureati e laureandi in discipline economiche, umanistiche, giuridiche e tecnico scientifiche con spiccate attitudini relazionali e di problem solving, interessati e motivati a intraprendere un percorso di carriera in questo settore.

## 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 del CV;
- prove scritte e colloquio

Per iniziare il processo di selezione è necessario compilare la **domanda di ammissione on line** sul sito della Business School, nella sezione dedicata al Master, allegando i seguenti documenti:

- Curriculum Vitae
- Certificato di laurea con dettaglio degli esami e votazione
- foto tessera

Le selezioni terranno conto dei seguenti fattori:

- risultati delle prove scritte e del colloquio motivazionale
- titolo di studio e votazione
- conoscenza delle lingue straniere
- eventuale 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 on line **bs.ilsole24ore.com**

Nel corso della giornata di selezione è possibile incontrare lo staff della Business School e alcuni docenti e Diplomatici, assistere alla presentazione dettagliata del percorso e sostenere le prove scritte e il colloquio motivazionale.

## QUOTA DI PARTECIPAZIONE

12.200 Euro + IVA

### È rateizzabile in tre soluzioni:

- ✓ 1ª rata: entro l'11/11/2019
- ✓ 2ª rata: entro il 13/01/2020
- ✓ 3ª rata: entro il 13/03/2020

## 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 on line, allegando i documenti richiesti entro il **9 settembre 2019**.

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.

## FINANZIAMENTI AGEVOLATI PERSONALI

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.

I dettagli sono disponibili sul sito [24orebs.com](http://24orebs.com)



**BANCA SELLA**

## MODALITÀ DI PAGAMENTO

Il pagamento della quota può avvenire 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 LA0414
- ✓ gli estremi della fattura (se pervenuta)
- ✓ il codice cliente (se in possesso)

## 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.

HRC FundTraining presidia tutte le fasi, dall'analisi della co-finanziabilità, in base al fondo Interprofessionale al quale è iscritta l'azienda, gestendo tutti gli aspetti progettuali, organizzativi, burocratici e amministrativo-rendicontuali. Il costo del servizio sarà dovuto solo in caso di approvazione del Piano formativo!

Contattaci per definire insieme la soluzione migliore per la tua azienda:

[hrc.fundtraining@hrcigroup.com](mailto:hrc.fundtraining@hrcigroup.com)

[www.hrcfundtraining.com](http://www.hrcfundtraining.com)

tel. 345 8043046 o 051 328455



## FORMAZIONE IN HOUSE E ELEARNING

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





# 24

ORE  
SCHOOL

# BUSINESS

*Disegna il tuo futuro*

**24orebs.com**

