

MaFood, la Liuc prepara i “food manager”

Pubblicato: Lunedì 22 Ottobre 2012



Food Management all'insegna dell'innovazione alla LIUC

– **Università Cattaneo**, con un nuovo corso altamente professionalizzante, specializzato nel settore alimentare, che offre una formazione specifica in ambiti chiave per lo sviluppo e la crescita di figure professionali tecniche e gestionali.

Il Master in Food Management (MAFOOD) della LIUC, diretto dal prof. **Giuseppe Toscano**, può vantare la prestigiosa collaborazione con AITA (Associazione Italiana di Tecnologia Alimentare). Premium partner è Whirlpool. Sponsor: Autogrill, Goglio, Illy, Peroni.

“Il Master in Food Management della LIUC – spiega il Direttore, prof. Giuseppe Toscano – è nato dall’esigenza manifestata sia dalle aziende alimentari sia dalle aziende che sono coinvolte a vario titolo nella filiera dell’industria alimentare, di creare nuovi profili professionali di tecnici e manager dei processi dell’industria alimentare che abbiano una preparazione più ampia e trasversale alle diverse aree funzionali. **Questi nuovi profili professionali consentiranno di superare le barriere di competenza che caratterizzano oggi le figure tecniche** (tecnologi alimentari, chimici, biologi, etc.) **rispetto alle figure manageriali** (marketing, ricerca e sviluppo, logistica, ecc.) operanti nella filiera delle produzioni alimentari industriali. Le figure tecniche, infatti, oltre che essere generalmente relegate nei laboratori, mancano degli strumenti manageriali necessari per collaborare in modo efficace con i manager delle altre aree funzionali e per valutare l’impatto che le scelte tecniche possono avere sulle variabili competitive, di marketing ed economiche. Il management delle altre aree funzionali, a sua volta, manca delle elementari competenze di food science necessarie per dialogare in modo efficace con le figure tecniche”.

Il Master soddisfa, in primo luogo, i fabbisogni formativi del tecnico alimentare (tecnologo alimentare, chimico, biologo, ecc.) chiamato ad occupare posizioni gestionali nell’ambito delle aziende alimentari o di aziende che sono coinvolte a vario titolo nella filiera alimentare (anche in qualità di fornitori sia tecnologici sia di know how sia di materie prime). Tali figure sono spesso chiamate ad operare in aree funzionali quali il marketing, la ricerca e sviluppo, il controllo qualità, la gestione produzione, il product management, l’analisi competitiva e di posizionamento, le vendite e la distribuzione. Per svolgere in modo efficace questi ruoli è necessario possedere, oggi, sia forti competenze tecnico-specialistiche sia, soprattutto, valide capacità manageriali (marketing, sensibilità economica, visione strategica, gestione risorse umane, capacità decisionale e di problem solving, ecc.).

In secondo luogo, **il master soddisfa i fabbisogni formativi** di tutti coloro che, pur provenendo da percorsi non necessariamente tecnico-specialistici (imprenditori, laureati in economia, laureati in ingegneria, ecc.), **hanno comunque bisogno di acquisire le conoscenze elementari nell'ambito della food science e di consolidare le proprie competenze nella gestione dei processi dell'azienda alimentare** o di aziende che sono coinvolte a vario titolo nella filiera alimentare.

Il Master si avvale di un network di aziende partner e sponsor. Queste contribuiscono partecipando attivamente: alla progettazione e alla definizione dei contenuti di dettaglio; alla selezione dei candidati; all'erogazione dei project work; all'attività didattica attraverso testimonianze e visite aziendali; al placement. Un Master, quindi, che si configura come un'iniziativa di formazione riconosciuta dalla business community dell'industria alimentare e che garantisce ai partecipanti buone opportunità per inserirsi in nuovi percorsi di carriera o consolidare e rendere spendibile l'esperienza acquisita nel Master stesso.

Il piano didattico si articola in cinque macro-moduli che tratteranno le seguenti aree tematiche:

Gestione strategica dei prodotti alimentari

Performance economico-finanziarie

Industria alimentare e consumer science

Politiche di prodotto nel food

Competenze trasversali

Tra gli sbocchi professionali possibili ci sono la carriera manageriale con responsabilità di product management e di process management in azienda del food; la carriera manageriale in aree funzionali chiave per un'azienda del food quali ricerca e sviluppo, acquisti, marketing, controllo qualità, commerciale e vendite, distribuzione; l'affiancamento di un imprenditore alla guida di un'azienda del food; la carriera dirigenziale alla guida di un'azienda del food, ma anche attività di consulenza. Le lezioni si terranno da gennaio 2013 a ottobre 2013 (1 settimana intensiva d'aula al mese). Al termine dell'attività d'aula è previsto un periodo di project work compreso tra 4 e 8 settimane. Ogni specifico progetto sarà realizzato all'interno delle aziende partner del Master. **Iscrizioni fino al 15 gennaio 2013.**

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it