



SCHEMA DELL'INSEGNAMENTO (SI)

"CULTURA GASTRONOMICA ED ETHICAL FOOD"

SSD AGR-01*

DENOMINAZIONE DEL CORSO DI STUDIO: HOSPITALITY MANAGEMENT

ANNO ACCADEMICO 2023-2024

INFORMAZIONI GENERALI - DOCENTE

DOCENTE: GIANNI CICIA

TELEFONO: 0812539075

EMAIL: CICIA@UNINA.IT

INFORMAZIONI GENERALI - ATTIVITÀ

INSEGNAMENTO INTEGRATO (EVENTUALE):

MODULO (EVENTUALE):

CANALE (EVENTUALE):

ANNO DI CORSO (I, II, III): I

SEMESTRE (I, II): II

CFU: 6

INSEGNAMENTI PROPEDEUTICI (se previsti dall'Ordinamento del CdS)

Economia Politica.

OBIETTIVI FORMATIVI

Il corso è dedicato alla cultura enogastronomica e all'evoluzione delle dimensioni e delle funzioni che la società postmoderna assegna al cibo. Un focus particolare sarà dedicato alle dimensioni etiche del cibo, aspetti questi la cui importanza nel rapporto cibo-consumatore è in costante crescita.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI (DESCRITTORI DI DUBLINO)

- *Autonomia di giudizio e capacità di apprendimento: agli studenti è richiesta la capacità di applicare in maniera critica le conoscenze acquisite riuscendo ad analizzare prodotti alimentari reali così da individuarne le dimensioni qualitative e il posizionamento nella percezione dei consumatori e dei cittadini.*
 - *Abilità comunicative: particolare attenzione viene prestata all'acquisizione di una terminologia adeguata e all'acquisizione di una metodologia adeguata al trasferimento di concetti legati alle diverse dimensioni della qualità alimentare e delle preferenze dei consumatori. La comunicazione dovrà essere efficace per specialisti e non specialisti.*
 - *Capacità di apprendimento: lo studente indirizzare gli studenti all'uso delle fonti classiche ma anche all'uso dei moderni canali informativi utilizzati nel mondo del cibo. Tali fonti dovranno essere valutate in autonomia dallo studente, in modo da renderli in grado di individuare ed interpretare autonomamente la realtà del settore.*
- **Conoscenza e capacità di comprensione**
Il corso intende fornire allo studente gli strumenti e le nozioni essenziali per interpretare in maniera innovativa il ruolo che gli alimenti rivestono nella percezione e nelle preferenze dei consumatori e, più in generale, dei cittadini.
 - **Capacità di applicare conoscenza e comprensione**
Lo studente dovrà comprendere le specificità del cibo in termini di preferenze dei consumatori e di evoluzione del concetto di qualità alimentare. Dovrà quindi essere in grado di identificare le diverse dimensioni della qualità di un alimento da quelle relative agli attributi intrinseci del prodotto a quelle relative alle valenze etiche del processo di produzione e del cibo stesso e alla relativa storia culturale.

PROGRAMMA-SYLLABUS

- *L'evoluzione del concetto di qualità alimentare;*
- *La società post-moderna ed il cibo;*
- *La dimensione storico-culturale dei prodotti alimentari di qualità;*
- *La dimensione etica del processo e del prodotto alimentare;*
- *Il ruolo moderno degli aspetti sensoriali nelle preferenze dei consumatori: la trasformazione dei credence attributes in experience attributes;*
- *Il ruolo della trust nel rapporto fra società e cibo.*

MATERIALE DIDATTICO

Barnhill A, Doggett T., Budolfson M. (2018), The Oxford Handbook of Food Ethics, Oxford University Press;

Cicia, G., Cembalo, L., Del Giudice, T., & Verneau, F. (2012). Il sistema agroalimentare ed il consumatore postmoderno: nuove sfide per la ricerca e per il mercato. Economia agro-alimentare;

Del Giudice, T., Cavallo, C., & Vecchio, R. (2018). Credence attributes, consumers trust and sensory expectations in modern food market: is there a need to redefine their role? International Journal on Food System Dynamics, 9(4), 307-313;

Materiale fornito dal docente.

MODALITÀ DI SVOLGIMENTO DELL'INSEGNAMENTO

Il corso si svolgerà con lezioni frontali condotte con l'ausilio di mezzi audiovisivi. Si incoraggia la partecipazione attiva degli studenti a dibattiti sugli argomenti trattati con continuo riferimento a casi reali. La didattica è arricchita dall'attività di ricerca che il docente costantemente conduce nelle diverse aree del consumer behavior e che trova sbocco in pubblicazioni scientifiche.

VERIFICA DI APPRENDIMENTO E CRITERI DI VALUTAZIONE

a) Modalità di esame:

L'esame si articola in prova	
scritta e orale	
solo scritta	
solo orale	
discussione di elaborato progettuale	X
altro	

In caso di prova scritta i quesiti sono (*)	A risposta multipla	
	A risposta libera	
	Esercizi numerici	

(*) È possibile rispondere a più opzioni

b) Modalità di valutazione:

Elaborato progettuale finale che permetta agli studenti di applicare quanto discusso ed approfondito durante il corso. L'elaborato finale prevederà contatti con attori del settore food. Il corso avrà una base teorica sulla quale verrà costruito un ampio ventaglio di attività operative, con sviluppo di project work da parte degli studenti.