



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PARMA

Davide Pellegrini,  
direttore  
scientificoRoberta Giorgetti,  
coordinatrice  
del corso

**Davide Pellegrini** è Professore Associato di Economia e Direzione delle Imprese all'Università degli Studi di Parma. È anche Docente di Economia e Tecnica della Pubblicità e di Politiche di Prezzo. È inoltre Direttore Operativo del Master in Marketing Management **24 Ore**, del Corso di perfezionamento in distribuzione beverage Horeca-Distech- Univ. di Nancy e del Master in Ristorazione - **Confimprese**.

*Obiettivo del Master è formare giovani destinati a occupare ruoli di responsabilità nei diversi punti di vendita*

FORMAZIONE



LA FACOLTÀ DI ECONOMIA DELL'UNIVERSITÀ DI PARMA ORGANIZZA DA QUATTRO ANNI UN MASTER DEDICATO AI FUTURI MANAGER DELLE CATENE DELLA RISTORAZIONE COMMERCIALE

■ di Walter Govoni

L'Università di Parma, molto orientata al mondo dell'agroalimentare sia per quanto riguarda la Distribuzione sia per la Ristorazione (Cibus docet...) da quattro anni propone, a un numero selezionato di utenti, un Master in "Store Management della Ristorazione di Marca". Abbiamo chiesto a **Davide Pellegrini**, direttore scientifico, e **Roberta Giorgetti**, coordinatrice del corso, di spiegare ai lettori di MIXER, come funziona operativamente.

### *I principali protagonisti*

"Il Master in *Store Management della Ristorazione di Marca* – afferma Davide Pellegrini – nasce nel 2005 da un fabbisogno reale espresso dai partner di questa iniziativa, che sono i principali protagonisti del mondo della Ristorazione di Marca:

**Antogrill, Chef Express, Flunch, Ikea, McDonald's e Vera Ristò.** Il fabbisogno rimanda a un profilo professionale poco diffuso nel mercato italiano, cioè quello di un middle management che possa affrontare le complessità gestionali di una rete di vendita a partire da un'esperienza maturata sul campo. Oggi è giunto alla sua quarta edizione e quest'anno presenta due importanti novità: la formula si è snellita (4 mesi di aula + 4 mesi di stage) per anticipare l'inserimento professionale dei candidati; si è aperto anche ai diplomati ad alto potenziale, che abbiamo voglia di intraprendere una nuova sfida professionale e abbiano già esperienza nel settore". "In effetti – prosegue Roberta Giorgetti – a nostro avviso il master presenta dei reali punti di forza che lo rendono unico nel panorama dei prodotti formativi rivolti alla Ristorazione: innanzitutto, il concreto interesse delle Aziende a offrire reali opportunità di lavoro ai partecipanti che dimostrano interesse per il mondo della Ristorazione; la presenza di uno stage con un taglio operativo e concreto con la finalità di comprendere realmente in cosa consiste il ruolo di *Store Management*; almeno il 30% di docenze tenute da manager aziendali che garantiscono la concretezza degli obiettivi formativi".

### *I candidati ideali*

Ma qual è il profilo del candidato tipo? "Beh – continua il Pellegrini – il corso prevede 4 mesi d'aula e 4 mesi di stage e si rivolge a laureati triennali e quadriennali, con preferenza per discipline economiche o gastronomiche e a diplomati ad alto potenziale, con esperienza lavorativa biennale nel settore della Ristorazione. Il candidato ideale ha una spiccata motivazione commerciale, buone doti relazionali ed è disposto a trasferimenti e l'età è compresa tra i 22 e i 33 anni. I requisiti del candidato vanno al di là della buona preparazione culturale, poiché richiedono spiccate capacità organizzative, buone doti relazionali e ovviamente un interesse per il mondo della ristorazione e del prodotto alimentare".

Qual è, quindi, lo scopo finale che si propone il Master? "In Italia, a differenza di altri Paesi americani e del Nord Europa, esistono Catene – ribadisce la Giorgetti – di Ristorazione di Marca solamente da pochi anni e in numero limitato. Ragione per la quale le Catene italiane oggi esistenti sono costrette a formare il proprio management dall'interno o attingendo dal mercato. Da

*Il candidato ideale ha un'età compresa tra i 22 e i 33 anni. Inoltre deve avere capacità organizzative e buone doti relazionali*

qui l'esigenza di avere un centro di formazione specifico per il middle management, che possa permettere di trovare giovani interessati al nostro tipo di ristorazione, formarli e qualificarli per migliorare l'organizzazione e l'efficienza delle nostre aziende. Obiettivo del progetto è perciò quello di formare figure professionali destinate a occupare ruoli di responsabilità nei PdV della Ristorazione".

### *Frequenza, costi & opportunità*

Tutto ciò richiede un impegno notevole... "In effetti – conferma Davide Pellegrini – la frequenza è obbligatoria dal lunedì al venerdì, 8 ore al giorno. Le lezioni teoriche sono tenute presso l'Università degli Studi di Parma e la

formazione pratica si svolge presso le sedi delle Aziende sostenitrici sponsor. La quota d'iscrizione è di 2.900 euro. Lo Stage è retribuito, a copertura di circa il 90% della quota d'iscrizione. Sono previste numerose Borse di Studio assegnate sulla base della votazione di laurea, dell'esito delle prove di selezione. Infine, delle Borse di Studio saranno offerte a copertura del 50% dall'Università di Parma e una Borsa di Studio dall'azienda Ferrero".

E quali le opportunità di lavoro per chi frequenta questo master? "Il master è rivolto a coloro – conclude Roberta Giorgetti – che intendono intraprendere una carriera professionale nelle aziende partner del progetto. C'è l'interesse da parte loro ad assumere i candidati meritevoli". ■

#### LA STRUTTURA DEL MASTER

##### **Introduzione al Corso**

Presentazione del percorso  
Socializzazione  
Lavoro di gruppo e public speaking

##### **Introduzione al settore**

Scenari strategici  
Fondamenti di Marketing  
Testimonianze del settore  
Conoscere il punto di vendita:  
visite aziendali

##### **Informatica**

Word - Excell - Power Point - Access

##### **Area Retailing Mix**

Location - Operations  
Servizio - Pricing - Promo  
Sistemi informativi - Micromarketing

##### **Sicurezza e Haccp**

Legislazione alimentare - Haccp  
626 - Tracciabilità

##### **Area vendite**

La qualità del servizio  
La relazione con il cliente  
Come si leggono e realizzano  
le analisi di customer satisfaction  
Tecniche di vendita

#### **People management**

Motivazione  
Rapporto capo collaboratore  
Cultura organizzativa  
e comunicazione interna

#### **Gestione risorse umane**

Ricerca e selezione - Inserimento  
Formazione - Valutazione  
Od: l'Organizzazione del lavoro  
La legislazione del personale

#### **Supply Chain e Qualità**

Acquisti - Logistica  
- Sistemi informativi  
Controllo della qualità nella filiera

#### **Economics & Finance**

Controllo di gestione - Reportistica  
Casi pratici e simulazioni  
di rilevazione della produttività  
sul punto di vendita

#### **Modulo di chiusura**

Business Game finale  
-Visite e confronti tra punti  
di vendita strategici  
Presentazione lavori

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