

Principali informazioni sull'insegnamento	
Denominazione dell'insegnamento	<b>Merci e Consumi sostenibili</b>
Corso di studio	Marketing e Comunicazione d'Azienda
Anno di corso	2022.2023
Crediti formativi universitari (CFU) / European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS):	: 6
SSD	SECS-P/13
Lingua di erogazione	Italiano
Periodo di erogazione	II semestre
Obbligo di frequenza	NO

Docente	
Nome e cognome	Annarita Paiano
Indirizzo mail	annarita.paiano@uniba.it
Telefono	
Sede	Dipartimento di Economia, Management e Diritto dell'Impresa-Bari
Sede virtuale	Aula teams codice o4bqtjy (per info e materiale didattico)
Ricevimento (giorni, orari e modalità)	Martedì dalle 9,30 alle 11,00

Syllabus	
<b>Obiettivi formativi</b>	Il corso ha l'obiettivo di fornire le conoscenze e le competenze relativamente all'analisi di alcune importanti categorie di merci, alla loro comunicazione informativa (per esempio attraverso le etichette) ed al relativo mercato di riferimento.
<b>Prerequisiti</b>	Propedeuticità con Ragioneria generale SECS-P/07
<b>Contenuti di insegnamento (Programma)</b>	Società dei consumi e ruolo del consumatore e delle istituzioni. La tutela del consumatore nelle politiche comunitarie. Il codice del consumo. La sicurezza e la qualità dei prodotti. Le frodi Analisi di alcune merci (settori alimentare ed energetico) e relativi mercati L'etichettatura quale strumento di marketing e di informazione del consumatore. Etichettatura dei prodotti alimentari Etichettatura ambientale Etichettatura energetica Il greenwashing Gli imballaggi
<b>Testi di riferimento</b>	-Appunti delle lezioni -M. Proto. Merceologia e tutela del consumatore. – G. Giappichelli 2006 Editore Torino (pg. 21-31; 131-161; 258-289) - M. Ciani Scarnicci et al. Economia, ambiente e Sviluppo sostenibile, Franco Angeli (pg. 160-180)
<b>Note ai testi di riferimento</b>	DISPENSE complete disponibili presso la biblioteca di Scienze Merceologiche, DEMDI (I piano) oppure su richiesta (via mail) alla professoressa

Organizzazione della didattica	
<b>Ore</b>	

Totali	Didattica frontale	Pratica (laboratorio, campo, esercitazione, altro)	Studio individuale
48	48		
<b>CFU/ETCS</b>			
6			

<b>Metodi didattici</b>	
	Lezioni frontali e Project work individuale e/o di gruppo

<b>Risultati di apprendimento previsti</b>	
<b>Conoscenza e capacità di comprensione</b>	Conoscenza e comprensione dei processi di consumo e certificazione come strumento di marketing
<b>Conoscenza e capacità di comprensione applicate</b>	Valutazione della capacità di applicare la competenza acquisita al settore di riferimento.
<b>Competenze trasversali</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Autonomia di giudizio Valutazione della capacità dello studente di formulare una propria analisi critica su tematiche anche multidisciplinari.</li> <li>• Abilità comunicative Capacità di esporre le proprie idee ed elaborazioni sia nei project work sia durante esame finale.</li> <li>• Capacità di apprendere in modo autonomo Valutazione della adeguata partecipazione alle lezioni e seminari, sia della preparazione e studio individuale</li> </ul>

<b>Valutazione</b>	
Modalità di verifica dell'apprendimento	La prova di verifica è orale.
Criteri di valutazione	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Conoscenza e capacità di comprensione:</i> Approfondita conoscenza dei processi di consumo sia dal punto di vista ambientale che economico e delle strategie di azione e strumenti di analisi ambientale e commerciale.</li> <li>• <i>Conoscenza e capacità di comprensione applicate:</i> Valutazione della capacità di applicare la competenza acquisita al settore di riferimento.</li> <li>• <i>Autonomia di giudizio:</i> Valutazione della capacità dello studente di formulare una propria analisi critica su tematiche anche multidisciplinari.</li> <li>• <i>Abilità comunicative:</i> Capacità di esporre le proprie idee ed elaborazioni sia nei project work sia durante esame finale.</li> <li>• <i>Capacità di apprendere:</i> Valutazione della adeguata partecipazione alle lezioni e seminari, sia della preparazione e studio individuale</li> </ul>
Criteri di misurazione dell'apprendimento e di attribuzione del voto finale	Per gli studenti frequentanti, per i quali è prevista l'elaborazione di un project work, la valutazione finale sarà la seguente: 50% esame finale, 40% project work, 10% partecipazione alle lezioni e seminari.