

CORSO DI STUDIO *Laurea Magistrale in Scienze Agro-Ambientali e Territoriali*
ANNO ACCADEMICO 2023-2024

DENOMINAZIONE DELL'INSEGNAMENTO *Marketing agroalimentare e politiche di valorizzazione*

Principali informazioni sull'insegnamento	
Anno di corso	Il anno
Periodo di erogazione	I semestre (25 settembre 2023 - 19 gennaio 2024)
Crediti formativi universitari (CFU/ETCS):	6 CFU
SSD	AGR/01 – Economia ed Estimo rurale
Lingua di erogazione	Italiano
Modalità di frequenza	Facoltativa

Docente	
Nome e cognome	Bernardo Corrado de Gennaro
Indirizzo mail	bernardocorrado.degennaro@uniba.it
Telefono	0805442886
Sede	Il piano plesso Ex presidenza Facoltà di Agraria
Sede virtuale	Microsoft Teams
Ricevimento	Dal lunedì al giovedì il pomeriggio previo appuntamento

Organizzazione della didattica			
Ore			
Totali	Didattica frontale	Pratica (laboratorio, campo, esercitazione, altro)	Studio individuale
150	32	28	90
CFU/ETCS			
6	4	2	

Obiettivi formativi	L'insegnamento intende fornire adeguate conoscenze scientifico-culturali per comprendere in maniera critica e approfondita le evoluzioni recenti del sistema agroalimentare e le conseguenti implicazioni sui processi di creazione del valore nelle filiere dei prodotti alimentari di qualità a connotazione territoriale. Esso fornisce, inoltre, le conoscenze di base del marketing applicato ai prodotti tipici e di qualità al fine di garantire l'acquisizione di metodi e strumenti per una loro adeguata valorizzazione.
Prerequisiti	Conoscenze di base di microeconomia, teoria della domanda e comportamento del consumatore. Conoscenza concetti di base di gestione aziendale. Conoscenze delle principali filiere alimentari.

Metodi didattici	Gli argomenti del corso saranno trattati con l'ausilio di presentazioni in Power Point. Le esercitazioni consisteranno in presentazione di casi studio, proiezione di filmati o visite di studio presso impianti produttivi. Tutto il materiale utilizzato per le lezioni sarà messo a disposizione degli studenti su apposita piattaforma web (MS TEAMS).
-------------------------	--

Risultati di apprendimento previsti	DD1 - Conoscenza e capacità di comprensione: <ul style="list-style-type: none"> Conoscenze scientifico-culturali per comprendere in maniera critica e approfondita le evoluzioni recenti del sistema agroalimentare e le
--	--

<p><i>Da indicare per ciascun Descrittore di Dublino (DD=</i></p> <p>DD1 Conoscenza e capacità di comprensione</p> <p>DD2 Conoscenza e capacità di comprensione applicate</p> <p>DD3-5 Competenze trasversali</p>	<p>conseguenti implicazioni sui processi di creazione del valore nelle filiere dei prodotti alimentari di qualità a connotazione territoriale.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conoscenze di base del marketing applicato ai prodotti tipici e di qualità <p>DD2 - Conoscenza e capacità di comprensione applicate:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacità di applicare un approccio strategico alla progettazione e realizzazione di politiche di promozione dei prodotti alimentari tipici e di qualità • Capacità di progettare un piano di promozione collettiva di prodotti tipici <p>DD3 - Autonomia di giudizio:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacità di orientare correttamente la ricerca di soluzioni di promozione collettiva in linea con i trend del mercato e con l'evoluzione del contesto socio-economico • Capacità di orientare correttamente la ricerca di informazioni e dati per migliorare la pianificazione di attività di promozione <p>DD4 - Abilità comunicative:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacità di descrivere i principali aspetti dei fenomeni evolutivi nella domanda nazionale e internazionale di alimenti e le conseguenti scelte di marketing operativo <p>DD5 - Capacità di apprendere:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacità di descrivere i principali aspetti della evoluzione nella domanda nazionale e internazionale di alimenti e le conseguenti scelte di in termini di progettazione di programmi di promozione collettiva di alimenti tipici
<p>Contenuti di insegnamento (Programma)</p>	<p>Didattica frontale</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Concetti introduttivi: nuove realtà del sistema agro-alimentare, mercati, modelli di consumo,</i> • <i>Nascita ed evoluzione del marketing</i> • <i>Il Marketing e l'ambiente</i> • <i>La globalizzazione e le implicazioni per i sistemi AA</i> • <i>Territorio e valorizzazione dei prodotti tipici</i> • <i>Specificità del marketing dei prodotti tipici</i> • <i>Marketing e promozione collettiva per i prodotti tipici e di qualità</i> <p>Esercitazioni</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Analisi delle fonti di dati e informazioni per la descrizione dell'evoluzione del contesto competitivo</i> • <i>Analisi di casi di processi di sviluppo rurale connessi alla valorizzazione di prodotti alimentari tipici</i> • <i>Analisi di casi studio relativi a processi di valorizzazione di prodotti alimentari di qualità a connotazione territoriale</i>
<p>Testi di riferimento</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Appunti dalle lezioni e materiale didattico distribuito durante il corso e reso disponibile sulla piattaforma MS Teams • AA.VV. Guida per la valorizzazione dei prodotti agroalimentari tipici, ARSIA, Firenze, 2006
<p>Note ai testi di riferimento</p>	<p>Per approfondimenti:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Reviews scientifiche da letteratura di settore • Sitografia (Alcuni esempi) https://www.qualivita.it/ http://www.ismeamercati.it/analisi-e-studio-filiere-agroalimentari
Materiali didattici	Gli argomenti del corso saranno trattati con l'ausilio di presentazioni in PowerPoint, filmati video, esercitazioni in aula, presentazione e discussione di casi studio, lettura di testi normativi, visite didattiche in azienda

Valutazione	
Modalità di verifica dell'apprendimento	<p>L'esame consiste in una prova orale articolata in una prima parte relativa alla presentazione e discussione di un caso studio a scelta dello studente e una seconda sugli argomenti sviluppati durante le ore di lezione teorica e teorico-pratica in aula e/o nelle visite didattiche.</p> <p>Per gli studenti iscritti all'anno di corso nel quale è svolto l'insegnamento è prevista una prova di valutazione intermedia (c.d. esonero) che consiste in una prova orale su argomenti sviluppati entro la data della prova di valutazione intermedia. La prova intermedia sarà valutata in trentesimi ed in caso di esito positivo, nella prova orale finale il colloquio verterà sulla restante parte dei contenuti di insegnamento. L'esito della prova intermedia è comunicato mediante pubblicazione sul registro elettronico dello studente e concorre alla valutazione dell'esame di profitto mediante calcolo della media ponderata ed è valido per un anno accademico.</p> <p>L'esame di profitto degli studenti stranieri può essere svolto in lingua inglese secondo le modalità sopra descritte.</p>
Criteri di valutazione	<ul style="list-style-type: none"> • Conoscenza e capacità di comprensione: <ul style="list-style-type: none"> • Conoscere e comprendere le principali tendenze della domanda dei prodotti alimentari tipici e di qualità e del contesto socio-economico • Conoscenza e capacità di comprensione applicate: <ul style="list-style-type: none"> • Descrivere i fenomeni e i processi da analizzare ai fini di una corretta pianificazione di una campagna di promozione collettiva • Autonomia di giudizio: <ul style="list-style-type: none"> • Capacità di esprimere ipotesi ragionevoli sulla progettazione di una campagna di promozione • Abilità comunicative: <ul style="list-style-type: none"> • Descrivere i principali aspetti delle politiche di promozione collettiva presentati come casi studio • Capacità di apprendere: <ul style="list-style-type: none"> • Ipotizzare un approccio possibile per la raccolta di dati e informazioni utili ai fini della definizione di un corretto approccio di valorizzazione di un prodotto tipico
Criteri di misurazione dell'apprendimento e di attribuzione del voto finale	<p>La valutazione della preparazione dello studente avviene sulla base di criteri prestabiliti in accordo con quanto riportato nel Regolamento Didattico del Corso di Laurea Magistrale in Scienze Agro-Ambientali e Territoriali</p> <p>La Commissione di esame dispone di un punteggio che va da un minimo di 18 sino ad un massimo di 30 punti per la valutazione positiva del profitto. All'unanimità dei componenti, la Commissione può concedere la lode, nei casi in cui il voto finale sia pari a 30.</p>
Altro	
	.