

FACOLTÀ	Agraria
ANNO ACCADEMICO	2013/2014
CORSO DI LAUREA	Viticultura ed Enologia
INSEGNAMENTO	Linguaggio e comunicazione del vino
TIPO DI ATTIVITÀ	Altre attività
AMBITO	A scelta dello studente
CODICE INSEGNAMENTO	08043
ARTICOLAZIONE IN MODULI	NO
NUMERO MODULI	
SETTORI SCIENTIFICO DISCIPLINARI	AGR/01
DOCENTE RESPONSABILE	Da assegnare
CFU	3
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO PERSONALE	50
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLE ATTIVITÀ DIDATTICHE ASSISTITE	25
PROPEDEUTICITÀ	Nessuna
ANNO DI CORSO	Terzo
SEDE DI SVOLGIMENTO DELLE LEZIONI	Facoltà di Agraria - Sede di Marsala
ORGANIZZAZIONE DELLA DIDATTICA	Lezioni frontali Esercitazioni in aula
MODALITÀ DI FREQUENZA	Obbligatoria
METODI DI VALUTAZIONE	Prova Orale
TIPO DI VALUTAZIONE	Voto in trentesimi
PERIODO DELLE LEZIONI	Secondo semestre
CALENDARIO DELLE ATTIVITÀ DIDATTICHE	http://portale.unipa.it/Agraria/home/orario_lezioni/
ORARIO DI RICEVIMENTO DEGLI STUDENTI	

<p>RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI</p> <p>Conoscenza e capacità di comprensione Acquisire conoscenze di base relative allo studio del marketing e della comunicazione, con particolare riferimento al settore vitivinicolo.</p> <p>Capacità di utilizzare il linguaggio specifico tecnico-economico e comunicativo.</p> <p>Capacità di applicare conoscenza e comprensione Interpretare i rapporti tra impresa, mercato, consumatori Essere in grado di saper preparare un programma di comunicazione e di marketing aziendale.</p> <p>Autonomia di giudizio Essere in grado di valutare la performance delle aziende vitivinicole e dei comportamenti dei consumatori e delle aziende vitivinicole.</p> <p>Abilità comunicative Capacità di esporre i risultati e le linee dell'intervento nel tracciare un profilo comunicativo aziendale.</p> <p>Capacità d'apprendimento Aggiornamento, tramite la consultazione delle pubblicazioni scientifiche proprie del settore economico e di quello della comunicazione e del marketing.</p> <p>Capacità di seguire, utilizzando le conoscenze acquisite nel corso, sia master, sia seminari specialistici nel settore dei mercati e del marketing del vino.</p>

<p>OBIETTIVI FORMATIVI DEL CORSO</p> <p>Il corso si pone come obiettivo quello di fornire i principali elementi relativi alla comunicazione ed al marketing con particolare riferimento ai linguaggi comunicativi nel settore vitivinicolo</p>

CORSO	LINGUAGGIO E COMUNICAZIONE DEL VINO
ORE FRONTALI	LEZIONI FRONTALI
4	Introduzione al corso: Le tappe importanti della storia nella comunicazione delle bevande alcoliche
4	Il ruolo del marketing nelle imprese e nella società
2	Concetti fondamentali del marketing e marketing mix
2	Conoscere il comportamento del consumatore
2	I principi della comunicazione
2	Le strategie di comunicazione
2	Come comunicare e con quali mezzi
2	I nuovi linguaggi del vino: internet un rapporto in continua evoluzione
2	Tecniche utilizzate nel marketing come supporto alla comunicazione: il focus group
	ESERCITAZIONI
3	Esercitazione sul Focus Group
TESTI CONSIGLIATI	P. Kotler; V. Scott: <i>Marketing management</i> - ISEDI Editore W. J. Stanton; R. Varaldo : <i>Marketing</i> – Il Mulino Editore