

| | |
|---|--|
| FACOLTÀ | Agraria |
| ANNO ACCADEMICO | 2013/2014 |
| CORSO DI LAUREA MAGISTRALE | Imprenditorialità e qualità per il sistema agroalimentare |
| INSEGNAMENTO | Qualità, certificazione e marketing del sistema agroalimentare; cod. 15383 |
| TIPO DI ATTIVITÀ | Caratterizzante |
| AMBITO DISCIPLINARE | Discipline economico gestionali |
| CODICE INSEGNAMENTO | |
| ARTICOLAZIONE IN MODULI | SI |
| NUMERO MODULI | 2 |
| SETTORI SCIENTIFICO DISCIPLINARI | 07/A1 (AGR/01) |
| DOCENTE RESPONSABILE (MODULO 1) | Pietro Columba Professore Ordinario Università di Palermo |
| DOCENTE COINVOLTO (MODULO 2) | Simona Bacarella Professore Associato Università di Palermo |
| DOCENTE COINVOLTO (MODULO 3) | |
| CFU | 12 |
| NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO PERSONALE | 180 |
| NUMERO DI ORE RISERVATE ALLE ATTIVITÀ DIDATTICHE ASSISTITE | 120 |
| PROPEDEUTICITÀ | Nessuna |
| ANNO DI CORSO | 2° |
| SEDE DI SVOLGIMENTO DELLE LEZIONI | |
| ORGANIZZAZIONE DELLA DIDATTICA | Lezioni frontali, Esercitazioni in aula, Visite in azienda, verifiche periodiche |
| MODALITÀ DI FREQUENZA | Facoltativa |
| METODI DI VALUTAZIONE | Prova Orale, Prova Scritta, Test a risposte multiple, Presentazione di una Tesina |
| TIPO DI VALUTAZIONE | Voto in trentesimi |
| PERIODO DELLE LEZIONI | Primo semestre |
| CALENDARIO DELLE ATTIVITÀ DIDATTICHE | Giorni e orario delle lezioni |
| ORARIO DI RICEVIMENTO DEGLI STUDENTI | Prof. Pietro Columba -Lunedì e Mercoledì ore 10,00-12,00 Prof.ssa Simona Bacarella -Lunedì e Mercoledì ore 10,00 -12,00 |

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

Si riferiscono all'insegnamento e non ai singoli moduli che lo compongono.

Vanno espressi utilizzando i descrittori di Dublino

Conoscenza e capacità di comprensione

Il corso fornisce gli elementi per la conoscenza delle procedure di certificazione, dell'adattamento d'impresa, delle problematiche economiche connesse.

Gli studenti acquisiscono la capacità di comprendere l'efficacia delle strategie imprenditoriali basate sulla qualità e gli effetti del sistema relazionale e sociale nel determinare la competitività del territorio.

Inoltre, gli studenti acquisiscono competenze professionali per comprendere le problematiche relative agli stili di vita ed ai modelli di consumo degli alimenti e, conoscenze tecniche per la promozione e la valorizzazione delle produzioni nel sistema agroalimentare.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

La presentazione e l'elaborazione su casi studio reali è finalizzata a conseguire la capacità di applicare le conoscenze alle problematiche imprenditoriali, comprendendone la reale portata e le implicazioni economiche: ottenimento di sostegni finanziari, ottemperanza a prescrizioni normative, organizzazione di iniziative coinvolgenti diversi operatori della filiera nonché Enti e Istituzioni intorno ad iniziative di sviluppo, di organizzazione dell'offerta, di valorizzazione dei prodotti.

Autonomia di giudizio

A seguito dell'apprendimento dei contenuti somministrati, lo studente acquisisce autonoma capacità di giudizio in merito alle scelte imprenditoriali: fattibilità, convenienza economica, opportunità strategica, impatto sull'ambiente e sulla collettività.

Abilità comunicative

La stesura di elaborati originali e di presentazioni all'aula sviluppa l'abilità di comunicare gli obiettivi, le opportunità, le difficoltà e i vantaggi di interventi imprenditoriali singoli o in associazione tra imprese o operatori del sistema agricolo.

Capacità d'apprendimento

Le capacità acquisite nel corso consentiranno allo studente di proseguire l'apprendimento curando autonomamente lo studio di ricerche, articoli, novità normative, cogliendone i tratti significativi.

OBIETTIVI FORMATIVI DEL MODULO

Formazione di figure professionali capaci di attivare iniziative d'impresa e di filiera inerenti la valorizzazione delle produzioni con caratteri di qualità specifici, tipici, biologici, storici, ecc.; in particolare, la valorizzazione dei prodotti sul mercato comporta la conoscenza approfondita delle tematiche, dell'economia, del mercato, della certificazione di qualità, della specificità territoriale.

| MODULO | CERTIFICAZIONE ED ECONOMIA DELLA QUALITÀ |
|--------------------------|--|
| ORE FRONTALI | LEZIONI FRONTALI |
| 2 | Introduzione al corso: obiettivi, argomenti, organizzazione, verifiche. |
| 4 | Il pensiero economico e la qualità |
| 6 | Concorrenza e differenziazione di prodotto |
| 6 | Differenziazione di prodotto e DAP |
| 2 | I costi di transazione |
| 4 | La certificazione di qualità |
| 4 | Le etichettature e il packaging |
| 4 | Adattamento di filiera per la qualità |
| 4 | Le relazioni tra qualità agroalimentare, ambiente, turismo e sviluppo economico. |
| 4 | La qualità per la competitività del territorio |
| | |
| | ESERCITAZIONI |
| 20 | Esercitazioni e verifiche: casi studio, ricerche avanzate, test di valutazione in itinere |
| TESTI CONSIGLIATI | Dispense, articoli su riviste specializzate, altri materiali forniti dal docente. Distaso M. (2007), L'agro-alimentare tra economia della qualità ed economia dei servizi. ESI, Napoli. |

OBIETTIVI FORMATIVI DEL MODULO

Obiettivo del modulo è di inquadrare il contesto economico del mercato agroalimentare, costruendo il percorso seguito dal prodotto lungo tutta la filiera. Inoltre, il modulo si propone di fornire agli studenti la conoscenza e gli strumenti per l'applicazione del marketing agroalimentare in relazione ai principali fattori caratterizzanti il prodotto e la sua distribuzione, e di identificare gli strumenti per realizzare attraverso il piano di marketing appropriate strategie.

| MODULO | ECONOMIA DI MERCATO E MARKETING DEL SISTEMA AGROALIMENTARE |
|--------------------------|--|
| ORE FRONTALI | LEZIONI FRONTALI |
| 3 | Introduzione: sistema agroalimentare, definizione e concetti di mercato |
| 6 | Mercato al consumo e comportamento del consumatore |
| 3 | Cenni su Domanda ed Offerta |
| 6 | Funzioni del mercato e distribuzione dei prodotti agroalimentari |
| 3 | Origine ed evoluzione del concetto e delle attività di marketing nell'impresa. |
| 3 | Il Piano marketing. |
| 4 | La Segmentazione del mercato. |
| 3 | Il Marketing mix: le 4 P |
| 5 | Prodotto: concetto, definizione, classificazione e strategie relative ai prodotti; il ciclo di vita del prodotto |
| 5 | Prezzi: rilevanza economica e competitiva; determinazione e politiche di prezzo |
| 4 | Promozione e pubblicità. |
| | |
| | ESERCITAZIONI |
| 15 | Esercitazione: casi studio, ricerche avanzate, test di valutazione in itinere |
| | |
| TESTI CONSIGLIATI | <ul style="list-style-type: none"> - Messori F, Ferretti F.: ; Economia del mercato agro-alimentare (Nuova edizione) – Edagricole - Malassis, L.; Ghersi, G. Introduzione all'economia agroalimentare. Bologna: Il Mulino - Philip Kotler: Marketing management; analisi, pianificazione e controllo. ISEDI - Antonio Foglio: Il marketing agroalimentare; mercato e strategie di commercializzazione. Franco Angeli. - Bacarella S.: Appunti delle lezioni e materiale didattico distribuiti durante il corso di insegnamento. |