



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PALERMO

DIPARTIMENTO	Scienze Agrarie, Alimentari e Forestali		
ANNO ACCADEMICO OFFERTA	2021/2022		
ANNO ACCADEMICO EROGAZIONE	2021/2022		
CORSO DILAUREA MAGISTRALE	SCIENZE E TECNOLOGIE AGROINGEGNERISTICHE E FORESTALI		
INSEGNAMENTO	GREEN MARKETING E CERTIFICAZIONI AMBIENTALI		
TIPO DI ATTIVITA'	D		
AMBITO	20758-A scelta dello studente		
CODICE INSEGNAMENTO	20922		
SETTORI SCIENTIFICO-DISCIPLINARI	AGR/01		
DOCENTE RESPONSABILE	GALATI ANTONINO	Professore Ordinario	Univ. di PALERMO
ALTRI DOCENTI			
CFU	3		
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO PERSONALE	51		
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLA DIDATTICA ASSISTITA	24		
PROPEDEUTICITA'			
MUTUAZIONI			
ANNO DI CORSO	1		
PERIODO DELLE LEZIONI	2° semestre		
MODALITA' DI FREQUENZA	Facoltativa		
TIPO DI VALUTAZIONE	Voto in trentesimi		
ORARIO DI RICEVIMENTO DEGLI STUDENTI	GALATI ANTONINO Lunedì 14:00 16:00 Dipartimento SAAF, Edificio 4, Ingresso A, Piano 1, Ufficio 110 Martedì 14:00 16:00 Dipartimento SAAF, Edificio 4, Ingresso A, Piano 1, Ufficio 110		

PREREQUISITI	Nessun pre-requisito
RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI	Conoscenza e capacita' di comprensione Conoscenza dei principi di base del marketing strategico ed operativo e delle principali certificazioni ambientali necessari ai fini di una corretta interpretazione delle esigenze socio-economico-gestionali delle imprese che operano nel settore agro-forestale. Capacita' di applicare conoscenza e comprensione Gli strumenti teorici ed analitici forniti consentiranno agli studenti di interpretare e trarre giudizi consapevoli per una sostenibile gestione dell'azienda, di rilevare le criticita' che implicano il ri-orientamento di tali imprese nel mercato, di individuare i sistemi di gestione piu' appropriati in relazione al contesto di riferimento. Autonomia di giudizio Gli strumenti forniti consentiranno di seguire le procedure per l'ottenimento di una certificazione ambientale ed una chiara valutazione delle implicazioni e dei risultati conseguibili a seguito dell'implementazione di un sistema di gestione ambientale in grado di influenzare la performance della stessa azienda. Abilita' comunicative Gli studenti saranno in grado, utilizzando un linguaggio economico specifico, di discutere su temi studiati e analizzati inquadrandoli nell'attuale processo di cambiamento che investe il settore agro-forestale nel contesto europeo. Avranno, inoltre, la capacita' di esporre i principali concetti del marketing strategico ed operativo, con particolare riferimento alle certificazioni ambientali, e saranno in grado di evidenziare le ricadute dell'applicazione di tali strumenti sul sistema imprenditoriale. Capacita' d'apprendimento Le capacita' di apprendimento conseguite nel percorso di studio saranno valutate attraverso esercitazioni pratiche svolte durante l'attivita' formativa e lavori di gruppo che richiedono un personale approfondimento degli studi.
VALUTAZIONE DELL'APPRENDIMENTO	Le capacita' di apprendimento conseguite nel percorso di studio saranno valutate attraverso esercitazioni pratiche al completamento di ogni unita' didattica, e lavori di gruppo che richiedono un personale approfondimento degli studi. E, altresì, prevista una verifica finale che consta di una prova orale che consiste in un colloquio proponendo domande aperte sugli argomenti trattati. La prova finale consente di valutare, oltre alle conoscenze acquisite dal candidato e alla sua capacita' di applicarle, anche il possesso di proprieta' di linguaggio scientifico e di capacita' di esposizione chiara. La valutazione finale, espressa in trentesimi, sara' formulata sulla base delle seguenti condizioni: a) Conoscenza di base dei principi del marketing strategico ed operativo e delle certificazioni ambientali, capacita' limitata di applicarli autonomamente in situazioni nuove, sufficiente capacita' di analisi dei fenomeni presentati, capacita' espositiva non sufficientemente articolata (voto 18-21); b) Conoscenza buona dei principi del marketing strategico ed operativo e delle certificazioni ambientali, capacita' di applicarli autonomamente a situazioni analoghe a quelle studiate, discreta capacita' di analisi dei fenomeni presentati e discreta capacita' espositiva (voto 22-25); c) Conoscenza approfondita dei principi del marketing strategico ed operativo e delle certificazioni ambientali, capacita' di applicarli nei diversi contesti, ma non sempre prontamente e seguendo un approccio lineare, buona capacita' di analisi dei fenomeni presentati e della capacita' espositiva (voto 26-28); d) Conoscenza approfondita e diffusa dei principi del marketing strategico ed operativo e delle certificazioni ambientali, capacita' di applicarle prontamente e correttamente nei diversi contesti socio-economici, ottima capacita' di analisi dei fenomeni presentati, piena padronanza del linguaggio economico manageriale (voto 29-30L). Alla formulazione della valutazione finale concorrono l'attiva partecipazione degli studenti alle lezioni frontali, esercitazioni pratiche ed all'attivita' svolta sotto forma di partecipazione ai lavori di gruppo, nella misura del 40% della valutazione finale stessa.
OBIETTIVI FORMATIVI	L'obiettivo dell'insegnamento e' di fornire agli studenti una panoramica generale dei principi di marketing strategico ed operativo e degli strumenti cogenti e volontari della gestione ambientale di un'impresa, al fine di individuare le differenze tra gli oneri e le scelte volontarie di un'impresa in materia ambientale. Saranno approfonditi gli aspetti legati all'eco-certificazione ed alle norme volontarie quali la UNI EN ISO 14001, il regolamento comunitario EMAS ed i sistemi di certificazione FSC e PEFC.
ORGANIZZAZIONE DELLA DIDATTICA	L'insegnamento e' semestrale e si svolge nel primo semestre del CdL Magistrale in Scienze e Tecnologie Forestali e Agro-Ambientali, curriculum "Gestione dei Sistemi Forestali" e curriculum "Tutela e Valorizzazione del Territorio Rurale". L'attivita' didattica si sviluppa attraverso lezioni frontali, esercitazioni pratiche e lavori di gruppo. In particolare, le esercitazioni pratiche mirano a testare le capacita' di applicare le conoscenze e costituiscono un utile

	allenamento alla prova finale di esame, esse sono finalizzate ad offrire allo studente una piu' approfondita comprensione dei problemi connessi con le tematiche ambientali e le possibili soluzioni da adottare per una gestione sostenibile dei processi. Infine, i lavori di gruppo hanno lo scopo di aiutare gli studenti a sviluppare una serie di competenze nell'ambito delle strategie di marketing strategico implementabili nel sistema azienda attraverso l'applicazione di un processo di certificazione individuale.
TESTI CONSIGLIATI	Materiale fornito durante il corso Material provided during the course

PROGRAMMA

ORE	Lezioni
4	Concetti generali del marketing. Il marketing management. Strategie di copertura del mercato: la segmentazione del prodotto ed il posizionamento del prodotto. Il marketing strategico ed il marketing operativo. Le azioni di marketing operativo
4	Gli strumenti di gestione ambientale. Evoluzione delle strategie delle imprese in campo ambientale: nuovi modelli manageriali e tecnologie pulite. Green marketing. Strategie di green marketing. La matrice del Green marketing. Problemi e prospettive per la diffusione di sistemi di certificazione ambientale nelle imprese che operano nel settore agro-forestale
2	I sistemi di certificazione ambientale. Linee generali relative alle certificazioni ambientali. Concetti di Ente di accreditamento, Ente di certificazione, Settore di accreditamento, Statistiche in materia di certificazione ambientale. I sistemi di gestione ambientale
8	Regolamento EMAS (Eco-Management and Audit Scheme), Le norme UNI EN ISO 14000 e relative revisioni, I marchi ambientali di prodotto: Ecolabel. Certificazioni forestali: PEFC e FSC
ORE	Esercitazioni
6	Esercitazioni e lavori di gruppo