



Programma di insegnamento per l'anno accademico 2014/2015

Programma dell'insegnamento di: **Economia della qualità e marketing nel sistema agroalimentare**

Course title: Economics of Quality and Marketing in the Agro-Food System

Corso/i di Laurea		Classe	Anno di corso		
Cod. Ateneo	Denominazione Corso di Laurea		I	II	III
0425	Laurea Triennale in Tecnologie Agrarie	CL 25	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
0421	Laurea Triennale in Tecnologie Alimentari	CL 26	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
0427	Laurea Triennale in Scienze Forestali e Ambientali	CL 25	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
0422	Laurea Magistrale in Scienze e Tecnologie Agrarie	CI LM 69	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
0424	Laurea Magistrale in Scienze e Tecnologie Alimentari	CI LM 70	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
0423	Laurea Magistrale in Scienze Forestali e Ambientali	CI LM 73	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
0431	Laurea Magistrale Internazionale in Viticoltura e Ambiente – Viticulture & Environment	CI LM 69	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
0432	Laurea Magistrale Internazionale in Gestione Sostenibile della Qualità Alimentare – Sustainable Management of Food Quality (Edamus)	CI LM 70	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

SSD dell'insegnamento AGR/01 CFU attribuiti all'insegnamento 6

Attività Formativa

Base

Caratt.

Affini

Altre

Codice Esame AGR0229

Semestre I II

Corso Integrato

SI

NO

Tipologia di corso /insegnamento

convenzionale

in teledidattica

misto



Modalità di frequenza

Obbligatoria

Facoltativa

Cognome e Nome docente: Vastola Antonella P. **SSD docente:** AGR/01

Codice Fiscale docente _____

Telefono: _____ **E-mail** antonella.vastola@unibas.it

Posizione del Docente :

Docente Universitario



Docente non Universitario



Attività di supporto alla didattica

Tipologia:

Orari: martedì dalle 15 alle 19; mercoledì dalle 9 alle 15

Tutor didattico di riferimento:

Obiettivi specifici di apprendimento^{1 2}

(risultati di apprendimento previsti e competenze da acquisire)

(max 500 battute)

La conoscenza dei rapporti economici tra gli operatori del sistema agroalimentare e delle variabili strategiche che li condizionano, con particolare attenzione a quelle della qualità e della sostenibilità agroalimentare. La conoscenza e la capacità di gestire strategie di marketing operativo. La conoscenza della struttura di una ricerca di mercato idonea ad essere uno strumento per raggiungere sia gli obiettivi economici dell'impresa che quelli conoscitivi di un ente pubblico.

Learning outcomes³

(risultati di apprendimento previsti e competenze da acquisire)

(max 500 battute)

The knowledge of economic relationships between the agents of the agro-food system and of the strategic variables affecting them, with a specific focus on quality and sustainability in the agro-food system. The understanding and the ability to develop marketing strategies. The knowledge of the structure of a market research and the ability to implement it according to the goals of a firm or a public agency.

¹ Conoscenze, competenze e/o abilità che gli studenti devono aver acquisito al termine dell'insegnamento o altra attività formativa. Indicare

² Nel caso di corso integrato indicare l'obiettivo dell'intero corso.

³ Conoscenze, competenze e/o abilità che gli studenti devono aver acquisito al termine dell'insegnamento o altra attività formativa. Indicare in forma sintetica, anche per mezzo di parole chiave



Contenuti⁴ (max 500 battute)

Concetto economico di qualità nel sistema agroalimentare. Vantaggio competitivo di un settore/sistema paese. Economia e sostenibilità dei prodotti di qualità. Evoluzione del concetto di marketing. Dimensione sociale del marketing. Obiettivi d'impresa e strategie di marketing. Comportamento d'acquisto dei consumatori. Definizione del mercato e sua segmentazione. Il marketing mix. Analisi e ricerche di mercato.

Testi di riferimento⁶⁾

ARFINI, F. ET AL (2010) "PRODOTTI TIPICI E DENOMINAZIONI GEOGRAFICHE), GRUPPO 2013 QUADERNI, ED. TELLUS.

BAGOZZI, R. P., (1998) "Fondamenti di Marketing", Il Mulino.

CANALI, G. (2010) "VERSO UNA POLITICA EUROPEA DELLA QUALITÀ AGROALIMENTARE", GRUPPO 2013 WORKING PAPER, ED. TELLUS. COMMISSIONE CE, COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE SULLA POLITICA DI QUALITÀ DEI PRODOTTI AGRICOLI, COM (2009) 234 DEFINITIVO DEL 28 MAGGIO 2009.

FAO (2009) RAPPORTO FAO-SINERGI "LINKING PEOPLE, PLACE AND PRODUCTS. A GUIDE FOR PROMOTING QUALITY, LINKED TO GEOGRAPHICAL ORIGIN AND SUSTAINABLE GEOGRAPHICAL INDICATION", NOVEMBRE 2009. KOTLER, P. (2004), "Marketing Management", Pearson Prentice Hall. INEA (2010) "Qualità, sicurezza e controllo dei prodotti agroalimentari", supplemento al n. 37 di Agrisole del 24 settembre, Il Sole 24 ORE-AGRISOLE.

MARIANI A., VIGANÒ E. (a cura di) (2004) "Il sistema Agroalimentare dell'Unione Europea", ed. Carocci.

STANTON, W., VARALDO, R. (1989) "Marketing", Il Mulino.

Propedeuticità consigliate⁶⁾

Avere frequentato e superato un corso di Economia di base (macro e micro economia)

Modalità d'esame⁵

Prova scritta

Prova orale

Prova scritta e prova orale

Programmazione didattica per CFU

I credito (credito di lezione/esercitazione/laboratorio)
(da ripetersi per i CFU dell'insegnamento o frazione di essi)

Obiettivo formativo: I credito (di lezione)

Attraverso la frequenza alle lezioni e con lo studio individuale sui testi di riferimento (disponibili sul mercato librario e presso la biblioteca d'Ateneo), lo studente acquisisce il concetto economico di qualità. Attraverso la frequenza alle lezioni e con lo studio individuale sui testi di riferimento (disponibili

⁴ Nel caso di corso integrato indicare distinguendo tra moduli

⁵ Nel caso di corso integrato indicare distinguendo tra moduli



qualità. Attraverso la frequenza alle lezioni e con lo studio individuale sui testi di riferimento (disponibili sul mercato librario e presso la biblioteca d'Ateneo), lo studente acquisisce il concetto di: vantaggio competitivo di un sistema produttivo e di un sistema paese.

Valutazione:

Lo studente dovrà frequentare almeno il 75% delle lezioni. La frequenza è requisito indispensabile per accedere al credito successivo.

Testi di riferimento specifici

ARFINI, F. ET AL (2010) "PRODOTTI TIPICI E DENOMINAZIONI GEOGRAFICHE), GRUPPO 2013 QUADERNI, ED. TELLUS.

CANALI, G. (2010) "VERSO UNA POLITICA EUROPEA DELLA QUALITÀ AGROALIMENTARE", GRUPPO 2013 WORKING PAPER, ED. TELLUS.

COMMISSIONE CE, COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE SULLA POLITICA DI QUALITÀ DEI PRODOTTI AGRICOLI, COM (2009) 234 .DEFINITIVO DEL 28 MAGGIO 2009.

MARIANI A., VIGANO' E. (a cura di) (2004) "Il sistema Agroalimentare dell'Unione Europea", ed. Carocci.

Obiettivo formativo: Il credito (di lezione)

Attraverso la frequenza alle lezioni e con lo studio individuale sui testi di riferimento (disponibili sul mercato librario e presso la biblioteca d'Ateneo), lo studente acquisisce gli strumenti di economia e politica agroalimentare, a livello nazionale, europeo ed internazionale per rendere competitivi i prodotti agroalimentari italiani. Attraverso la frequenza alle lezioni e con lo studio individuale sui testi di riferimento (disponibili sul mercato librario e presso la biblioteca d'Ateneo), lo studente acquisisce il concetto di marketing e il suo campo di applicazione, con una particolare attenzione alla dimensione sociale (marketing sensibile alle istanze etiche, ambientale, sociali, etc.). Il concetto di qualità alimentare dal punto di vista economico ed il suo ruolo nei principali modelli di mercato e nel comportamento d'acquisto del consumatore.

Valutazione:

Lo studente dovrà frequentare almeno il 75% delle lezioni. La frequenza è requisito indispensabile per accedere al credito successivo.

Testi di riferimento specifici

ARFINI, F. ET AL (2010) "PRODOTTI TIPICI E DENOMINAZIONI GEOGRAFICHE), GRUPPO 2013 QUADERNI, ED. TELLUS.

CANALI, G. (2010) "VERSO UNA POLITICA EUROPEA DELLA QUALITÀ AGROALIMENTARE", GRUPPO 2013 WORKING PAPER, ED. TELLUS.

COMMISSIONE CE, COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE SULLA POLITICA DI QUALITÀ DEI PRODOTTI AGRICOLI, COM (2009) 234 .DEFINITIVO DEL 28 MAGGIO 2009.

MARIANI A., VIGANO' E. (a cura di) (2004) "Il sistema Agroalimentare dell'Unione Europea", ed.



Carocci.

BAGOZZI, R. P., (1998) "Fondamenti di Marketing", Il Mulino. KOTLER, P. (2004), "Marketing Management", Pearson Prentice Hall.

STANTON, W., VARALDO, R. (1989) "Marketing", Il Mulino. KOTLER, P. (2004), "Marketing Management", Pearson Prentice Hall.

Obiettivo formativo: III credito (di esercitazione)

Lo studente con la partecipazione attiva da solo o in gruppo, analizzerà criticamente, alcuni casi di produzioni tipiche e/o denominazioni nazionali rilevanti per il settore agroalimentare.

Valutazione:

Per accedere alla prova orale finale, lo studente dovrà frequentare le esercitazioni.

Obiettivo formativo: IV credito (di esercitazione)

Lo studente con la partecipazione attiva da solo o in gruppo, analizzerà criticamente, alcuni casi di produzioni tipiche e/o denominazioni nazionali rilevanti per il settore agroalimentare.

Valutazione:

Per accedere alla prova orale finale, lo studente dovrà frequentare le esercitazioni.

Testi di riferimento specifici

ARFINI, F. ET AL (2010) "PRODOTTI TIPICI E DENOMINAZIONI GEOGRAFICHE), GRUPPO 2013 QUADERNI, ED. TELLUS.

CANALI, G. (2010) "VERSO UNA POLITICA EUROPEA DELLA QUALITÀ AGROALIMENTARE", GRUPPO 2013 WORKING PAPER, ED. TELLUS.

COMMISSIONE CE, COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE SULLA POLITICA DI QUALITÀ DEI PRODOTTI AGRICOLI, COM (2009) 234 .DEFINITIVO DEL 28 MAGGIO 2009.

MARIANI A., VIGANO' E. (a cura di) (2004) "Il sistema Agroalimentare dell'Unione Europea", ed. Carocci.

BAGOZZI, R. P., (1998) "Fondamenti di Marketing", Il Mulino. KOTLER, P. (2004), "Marketing Management", Pearson Prentice Hall.

STANTON, W., VARALDO, R. (1989) "Marketing", Il Mulino. KOTLER, P. (2004), "Marketing Management", Pearson Prentice Hall.

Obiettivo formativo: V credito (di lezione)

Attraverso la frequenza alle lezioni e con lo studio individuale sui testi di riferimento (disponibili sul mercato librario e presso la biblioteca d'Ateneo), lo studente acquisisce il concetto analisi della concorrenza e vantaggio competitivo, nonché le dinamiche del comportamento d'acquisto dei consumatori e gli elementi utili per segmentare il mercato di riferimento.

Attraverso la frequenza alle lezioni e con lo studio individuale sui testi di riferimento (disponibili sul mercato librario e presso la biblioteca d'Ateneo), lo studente acquisisce il concetto di



marketing mix e di ciclo di vita del prodotto. Impara, successivamente, a gestire le strategie di prezzo, prodotto di comunicazione e distribuzione di un prodotto alimentare.

Valutazione:

Lo studente dovrà frequentare almeno il 75% delle lezioni. La frequenza è requisito indispensabile per accedere al credito successivo.

Testi di riferimento specifici

BAGOZZI, R. P., (1998) "Fondamenti di Marketing", Il Mulino. KOTLER, P. (2004), "Marketing Management", Pearson Prentice Hall. S
TANTON, W., VARALDO, R. (1989) "Marketing", Il Mulino.
KOTLER, P. (2004), "Marketing Management", Pearson Prentice Hall.

Obiettivo formativo: VI credito (di esercitazione)

Attraverso la frequenza alle lezioni e con lo studio individuale sui testi di riferimento (disponibili sul mercato librario e presso la biblioteca d'Ateneo), lo studente impara a costruire e svolgere una ricerca di mercato. Lo studente con la partecipazione attiva da solo o in gruppo, propone ed elabora una bozza di ricerca di mercato su di un prodotto/servizio di interesse per il suo corso di studio.

Valutazione:

Per accedere alla prova orale finale, lo studente dovrà frequentare le esercitazioni.

Testi di riferimento specifici

BAGOZZI, R. P., (1998) "Fondamenti di Marketing", Il Mulino. KOTLER, P. (2004), "Marketing Management", Pearson Prentice Hall. S
TANTON, W., VARALDO, R. (1989) "Marketing", Il Mulino.
KOTLER, P. (2004), "Marketing Management", Pearson Prentice Hall.

Curriculum Scientifico del Docente: Prof.ssa Antonella P. Vastola

2002 - ad oggi Professore associato, presso l'Università degli Studi della Basilicata. 2002 – 1998 Ricercatrice presso: l'Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT); l'Istituto per Studi, Ricerche e Informazioni sul Mercato Agricolo (ISMEA); presso l'Istituto Nazionale di Economia Agraria (INEA).

1995 Dottore di ricerca in Economia e Politica Agraria. 1994 Diploma di Specializzazione in Marketing dei Prodotti Agroalimentari, del C.I.H.E.A.M.

Titolare dei corsi : "Politica della concorrenza e Marketing nel settore agroalimentare", "Marketing dei prodotti vitivinicoli", "Economia della qualità e marketing agroalimentare".



Linee di ricerca: Studio della qualità come strumento strategico per la commercializzazione dei prodotti agroalimentari. Dimensione sociale del marketing. Opportunità economiche della viticoltura non convenzionale.

Membro: Società Italiana di Economia Agraria (SIDEA). Responsabilità editoriali: membro dell'Advisory Board della Rivista "WEP" Esperto economico del Mipaf in ambito OIV e nel settore del vino biologico.