

**Insegnamento: PRINCIPI DI ECONOMIA AGRARIA (cod. 74874)
(6 CFU; n. 46 ore di lezione frontale e 14 ore di esercitazioni e seminari)**

**Corso di laurea: Produzioni Animali
Prof. Marco Setti – Dott. Alfonso Bonezzi**

Modulo 1 – PRINCIPI DI ECONOMIA

Prof. Marco Setti

LEZIONI FRONTALI (26 ore)

Temi e competenze	Argomenti	Contenuti specifici	Ore
1. PRINCIPI DI ECONOMIA (lo studente acquisirà le conoscenze di base per comprendere il funzionamento dei mercati, I processi decisionali delle imprese e dei consumatori, le cause di fallimento del mercato e le ragioni che sottendono i fenomeni di inquinamento e le opportunità offerte dalla green economy)	Elementi di base dell'economia politica: microeconomia	Mercato: definizione, forme, meccanismi ed analisi statica comparata	6
		Teoria del consumo: legge di Engel, legge della domanda, fattori condizionanti, surplus del consumatore	6
		Teoria dell'impresa: scelte di settore e di livello produttivo, offerta, fattori condizionanti, surplus dell'impresa	6
	Concorrenza imperfetta	Catena del valore dei prodotti alimentari. Mercati non concorrenziali e settori agro-alimentari: meccanismi ed analisi critica	4
Economia ambientale	Economia del benessere: relazioni equità – efficienza; distorsioni del mercato Economia dell'ambiente: natura delle risorse comuni, esternalità, mercato ed ambiente, curva ambientale di Kuznets	4	
ESERCITAZIONI E SEMINARI (4 ore)			
2. SEMINARI ED ESERCITAZIONI	Politiche fiscali agrarie	Figure professionali, società agricole, imposte dirette ed indirette	4

Modulo 2 – ELEMENTI DI POLITICA AGRARIA ED AMBIENTALE**Dott. Alfonso Bonezzi****LEZIONI FRONTALI (24 ore)**

3. ELEMENTI DI POLITICA AGRARIA ED AMBIENTALE Lo studente acquisirà le competenze sulle principali strategie e tecniche di marketing con specifiche applicazioni al settore alimentare ed all'agro-ambiente per potere meglio assimilare le nozioni tecniche sulla produzione e trasformazione delle materie prime agricole in funzione della loro destinazione finale.	Definizione, finalità ed evoluzione storica del marketing. Analisi dell'ambiente di marketing.	Analisi dell'ambiente di marketing: A. Esterno ed Ambiente Interno. L'analisi SWOT.	6
	Pianificazione di marketing.	Pianificazione strategica di marketing: visione, missione, definizione degli obiettivi, controllo del piano.	6
	Tattiche di marketing. Le peculiarità dei beni alimentari ed il loro legame con l'ambiente.	Marketing tattico: significato, prodotto, prezzo, promozione, posto, prova fisica, persone. Gli alimenti: origine, cultura, simbolismi, nascita della gastronomia. Scelte alimentari, ruolo dei media, e dei social-media. Produzione, distribuzione e consumo dei beni alimentari ed impatto sui sistemi agroambientali.	12
ESERCITAZIONI E SEMINARI (6 ore)			
Temi e competenze	Argomenti	Contenuti specifici	Ore
4. SEMINARI ED ESERCITAZIONI	Spreco alimentare	Definizione e cause dello spreco alimentare, implicazioni ambientali, politiche di contrasto.	2
	Parchi ago-alimentari	Visita guidata a FICO Eataly World.	4