

Corso di laurea magistrale in Sicurezza e qualità delle produzioni animali
A.A. 2022-2023

Insegnamento: Marketing
(cod. 65840, 3 CFU, 30 ore di lezioni frontali)

Prof. Maurizio Aragrande

Sett.	Argomenti	Contenuti specifici	Competenze	O re
1	Presentazione del Corso	<ul style="list-style-type: none"> - Obiettivi - Programma e contenuti - Metodo didattico - Materiali - Metodi di verifica 	<ul style="list-style-type: none"> - Acquisire la consapevolezza di motivazioni e obiettivi del corso - Condividere il metodo didattico 	1
	Definizione e ruolo del marketing	<ul style="list-style-type: none"> - Il ruolo del marketing nell'organizzazione aziendale - Marketing e marketing agro-alimentare 	<ul style="list-style-type: none"> - Comprendere la necessità del marketing in un contesto competitivo per i prodotti agro-alimentare 	2
2 3	L'analisi di marketing	<ul style="list-style-type: none"> - L'analisi del consumatore - La segmentazione del mercato - L'analisi della concorrenza 	<ul style="list-style-type: none"> - Comprendere i vincoli e le opportunità offerte dalle risorse aziendali e dal contesto competitivo 	6
4 5	La strategia di marketing	<ul style="list-style-type: none"> - Livelli di strategia nell'o.a. - La scelta dell'area strategica di affari (modello di Abell) - Targeting e posizionamento del prodotto - Il marketing mix - La valutazione della strategia di marketing - Impostazione di un esercizio di marketing per gruppi di Studenti 	<ul style="list-style-type: none"> - Comprendere il processo e gli strumenti necessari alla formulazione di una strategia di marketing 	6
6	Aspetti peculiari del marketing dei prodotti agro-alimentari	<ul style="list-style-type: none"> - Vincoli strutturali, organizzativi e tecnologici ed economici della produzione agricola - Aspetti normativi e di sistema 	<ul style="list-style-type: none"> - Comprendere la natura specifica del marketing agro-alimentare 	3
7	Esercizio di marketing	<ul style="list-style-type: none"> - Restituzione dei lavori dei gruppi di Studenti 	<ul style="list-style-type: none"> - Applicare le nozioni apprese nelle lezioni precedenti 	3
8	Prodotti agro-alimentari e valorizzazione del territorio	<ul style="list-style-type: none"> - Cenni di marketing del territorio - Aspetti normativi e strategici della qualità dei prodotti agro-alimentari - Strategie di valorizzazione della qualità e del territorio 	<ul style="list-style-type: none"> - Comprendere il rapporto prodotto/territorio ai fini della strategia di marketing 	3
9	Interventi di esperti	<ul style="list-style-type: none"> - La valorizzazione del territorio attraverso i gruppi di azione locale (GAL): il caso della Valtellina (Dr G. Macchi) 	<ul style="list-style-type: none"> - Acquisire conoscenze su casi specifici di marketing agro-alimentare - Stimolare la discussione critica 	3
10	Interventi di esperti	<ul style="list-style-type: none"> - I contratti di fornitura nel settore suinicolo (Dr. G. Zama) 	<ul style="list-style-type: none"> - Acquisire conoscenze su casi specifici di marketing agro-alimentare - Stimolare la discussione critica 	3