

ANNO ACCADEMICO: 2016/2017

Economia della qualità e marketing nel sistema agroalimentare

TIPOLOGIA DI ATTIVITÀ FORMATIVA: Caratterizzante

DOCENTE: Prof.ssa Antonella P. Vastola

e-mail: antonella.vastola@unibas.it

sito web:

<http://www2.unibas.it/dottoratostafa/wordpress/?p=1403>

telefono: 0971 205433

cell. di servizio (facoltativo):

Lingua di insegnamento: italiano

n. CFU: 6 (5 F + 1 E)

n. ore: 56 (40 F + 16 E)

Sede: Potenza  
Scuola: SAFE  
CdS: LM Scienze e Tecnologie  
Alimentari

Semestre: primo

#### OBIETTIVI FORMATIVI E RISULTATI DI APPRENDIMENTO

Il corso di Economia della qualità e marketing agroalimentare nel sistema agroalimentare ha lo scopo di fornire ai futuri tecnologi alimentari le capacità di analisi e di gestione degli strumenti per la valorizzazione economica dei prodotti agroalimentari al fine di un'ottimale attività di commercializzazione.

##### ○ **Conoscenze fornite dal corso:**

- il concetto economico di qualità nel sistema agroalimentare;
- il concetto di vantaggio competitivo di un settore/sistema paese ;
- gli strumenti economici per una corretta sostenibilità dei prodotti di qualità;
- la relazione tra obiettivi dell'impresa e strategie di marketing;
- gli strumenti del marketing mix: definizione del prodotto, del prezzo, della strategia di distribuzione e di promozione/comunicazione di un prodotto e/o servizio del settore agroalimentare;
- gli obiettivi di una ricerca di mercato.

##### ○ **Abilità fornite dal corso:**

- In funzione di un prodotto/servizio agroalimentare: saperne analizzare le qualità oggettive e soggettive e la loro valorizzazione attraverso certificazioni, marchi d'impresa e/o collettivi.
- In funzione di un prodotto/servizio agroalimentare: identificare il mercato/i e i suoi segmenti più competitivi e quindi più economicamente vantaggiosi per l'impresa e/o un gruppo di esse.
- In funzione di un prodotto/servizio agroalimentare: valutare e dimensionare rispetto alla struttura economica dell'impresa una strategia di marketing appropriata.
- In funzione di un prodotto/servizio agroalimentare: utilizzare tutte le banche dati e la letteratura tecnica e scientifica disponibile per predisporre un'analisi di mercato e/o un *case study* aziendale.

#### PREREQUISITI

Per una proficua frequenza al corso sono necessarie le conoscenze di economia aziendale e politica agraria solitamente fornite nei corsi di laurea triennali di Tecnologie Alimentari.

#### CONTENUTI DEL CORSO

##### **Concetto di qualità agroalimentare (6 ore di lezione)**

Introduzione al concetto di qualità e sua evoluzione in funzione dello sviluppo industriale.

La definizione di qualità agroalimentare e il nesso con la sicurezza alimentare.

Le condizioni economiche e di mercato che rendono necessaria la tutela della qualità agroalimentare.

##### **Economia della qualità agroalimentare (8 ore di lezione + 4 ore di esercitazione)**

Gli strumenti per la tutela della qualità agroalimentare: certificazioni, standard, classi.

---

Enti preposti alla tutela della qualità agroalimentare e il loro ruolo nel mercato.

Certificazioni: obbligatorie, volontarie, regolamentate.

Marchi d'impresa e collettivi.

### **Marketing agroalimentare e il vantaggio competitivo (8 ore di lezione + 4 ore di esercitazione)**

Definizione degli obiettivi d'impresa

Definizione di mercato e il vantaggio competitivo di Porter

Comportamenti d'acquisto

Segmentazione del mercato

Targeting e posizionamento

Mappe percettive

### **Le strategie del marketing mix (8 ore di lezione + 8 ore di esercitazione)**

Il ciclo di vita del prodotto

Le strategie di definizione del prodotto

Le strategie di definizione del prezzo

Le strategie per la definizione del canale distributivo più adatto alla commercializzazione di un prodotto agroalimentare

Le strategie di definizione della comunicazione/promozione di un prodotto/servizio agroalimentare

### **La ricerca di mercato (2 ore di lezione)**

Misure dei consumi e analisi della domanda

Scelta del mercato obiettivo

---

### **METODI DIDATTICI**

Il corso prevede 56 ore di didattica tra lezioni ed esercitazioni. In particolare sono previste 40 ore di lezione in aula e 16 ore di esercitazioni in aula con l'analisi di casi studio e la visita ad alcune aziende del settore.

---

### **MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO**

L'obiettivo della prova d'esame consiste nel verificare il livello di raggiungimento degli obiettivi formativi precedentemente indicati. Al termine del corso, la prova di esame è divisa in 2 parti:

- una prova scritta (individuale). Si tratta di un test composto da domande (15) a risposta multipla (8) e aperta (7) basate su tutti gli argomenti trattati nel corso. La prova ha lo scopo di valutare lo studio della materia e la comprensione degli argomenti di base e ha carattere di selezione (lo studente che non mostri una sufficiente conoscenza degli argomenti non è ammesso alle prove successive); per superare la prova è necessario acquisire almeno 18 punti su 30. Il tempo previsto per la prova è di 2 ore. Non è consentito consultare testi o utilizzare PC, e/o altri *devices*;
- una presentazione orale in PowerPoint (per gruppi di lavoro al massimo composti da 4 persone) avrà come tema l'analisi in chiave di marketing del mercato di un prodotto agroalimentare scelto dal gruppo e concordato con il docente, attinente agli interessi di studio/lavoro degli studenti. Per superare la prova è necessario acquisire almeno 18 punti su 30. Il voto è assegnato al gruppo di lavoro. Il tempo previsto per la prova è di circa 20 minuti. La presentazione avviene tramite l'uso di un PC e un video proiettore;
- le due prove avvengono a distanza di circa 2 settimane l'una dall'altra e tenendo conto delle esigenze degli studenti legate alla concomitanza delle date di esame degli altri corsi svoltisi nel semestre;
- il voto finale è dato dalla media dei 2 punteggi. Qualora una delle 2 prove risulti insufficiente o qualora il punteggio totale sia inferiore a 18 è necessario ripetere tutte e 2 le prove.

---

### **TESTI DI RIFERIMENTO E DI APPROFONDIMENTO, MATERIALE DIDATTICO ON-LINE**

Durante il corso sarà distribuito del materiale didattico a cura del docente. Questo materiale è sufficiente al superamento delle prove d'esame solo se accoppiato alla frequenza alle lezioni ed esercitazioni e allo studio integrativo con la consultazione dei seguenti libri di testo (disponibili se necessario presso il docente):

---

- 
- Arfini, F. et al (2010). Prodotti Tipici e Denominazioni Geografiche. Gruppo 2013 Quaderni, Ed. Tellus.
  - Bagozzi, Richard P., (1998). Fondamenti di Marketing, Il Mulino. Capitoli: 1, 2, 3, 4, 6.2, 6.3, 9.1, 10.1, 10.3, 11.
  - 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. <http://www.foodquality-origin.org/guide/guide.pdf>
  - 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. Cap. 1 e cap. 7
  - Stanton, W., Varaldo, R. (1989). Marketing. Il Mulino.

---

#### METODI E MODALITÀ DI GESTIONE DEI RAPPORTI CON GLI STUDENTI

All'inizio del corso, dopo aver descritto obiettivi, programma e metodi di verifica, il docente mette a disposizione degli studenti il materiale didattico di volta in volta che l'argomento è stato svolto a lezione tramite invio/condivisione di cartelle su Dropbox. Contestualmente, si raccoglie l'elenco degli studenti che intendono iscriversi al corso, corredato di nome, cognome, matricola ed email.

L'orario di ricevimento potrà essere comunicato con precisione solo dopo la formalizzazione dell'orario delle lezioni; indicativamente saranno almeno 2 ore alla settimana (il martedì e il mercoledì) presso lo studio del docente.

Oltre all'orario di ricevimento settimanale, il docente è disponibile in ogni momento per un contatto con gli studenti attraverso la propria e-mail tramite la quale è possibile fissare un appuntamento personalizzato.

---

#### DATE DI ESAME PREVISTE<sup>1</sup>

09/02/2017, 08/03/2017, 05/04/2017, 10/05/2017, 14/06/2017, 12/07/2017, 20/09/2017, 11/10/2017, 15/11/2017, 13/12/2017, 24/01/2018.

---

SEMINARI DI ESPERTI ESTERNI    SI     NO

---

#### ALTRE INFORMAZIONI

Commissione d'esame: prof.ssa Antonella Vastola, prof. Mario Cozzi, dott.ssa Gabriella Nicastro

---

<sup>1</sup> Potrebbero subire variazioni: consultare la pagina web del docente o del Dipartimento/Scuola per eventuali aggiornamenti