



# UNIVERSITÀ DI PISA

---

## MARKETING DEI PRODOTTI ALIMENTARI

### ADANELLA ROSSI

Anno accademico	2022/23
CdS	SCIENZE AGRARIE
Codice	441GG
CFU	2

Moduli	Settore/i	Tipo	Ore	Docente/i
MARKETING DEI PRODOTTI ALIMENTARI	AGR/01	LEZIONI	20	ADANELLA ROSSI

#### Obiettivi di apprendimento

##### *Conoscenze*

Il laboratorio intende fornire agli studenti le conoscenze di base degli strumenti e delle leve del marketing per comprendere le strategie di marketing dei prodotti agro-alimentari.

##### *Modalità di verifica delle conoscenze*

Per la verifica della comprensione dei concetti trattati e la capacità di loro applicazione verranno svolte esemplificazioni ed esercitazioni su casi di studio.

##### *Capacità*

Al termine del laboratorio lo studente/la studentessa dovrebbe aver acquisito familiarità con i concetti e le tecniche di marketing ed essere in grado di comprendere la loro applicazione in contesti reali.

##### *Modalità di verifica delle capacità*

Il laboratorio, oltre che all'esposizione di concetti e strumenti, dedica ampio spazio al diretto coinvolgimento degli studenti/delle studentesse nella discussione di esempi e nell'approfondimento di specifiche tematiche.

##### *Comportamenti*

Lo studente/la studentessa potrà acquisire e/o sviluppare familiarità con i concetti e le tecniche del marketing, ma anche senso critico verso la loro applicazione. Particolare attenzione viene rivolta allo sviluppo di consapevolezza rispetto alle dinamiche sociali che stanno dietro ai comportamenti di consumo e alle strategie di marketing delle imprese.

##### *Modalità di verifica dei comportamenti*

Nelle attività del laboratorio gli studenti/le studentesse sono incoraggiati/e ad esporre il proprio punto di vista e a interagire sulle tematiche e i casi di volta in volta analizzati. Questo consente di far emergere il grado di consapevolezza e padronanza acquisita.

##### *Indicazioni metodologiche*

Il laboratorio prevede la trattazione di concetti e strumenti del marketing e l'utilizzo di esempi da discutere e l'approfondimento di specifiche tematiche attraverso il diretto coinvolgimento degli studenti/delle studentesse.

Saranno utilizzate slides, immagini e video, condivise su l'e-learning.

La partecipazione attiva degli studenti/delle studentesse è indispensabile.

Gli studenti/le studentesse possono interagire in modo continuo con la docente tramite e-mail.

##### *Programma (contenuti dell'insegnamento)*

Il laboratorio copre i concetti principali del marketing e gli aspetti più significativi relativi alla sua applicazione ai prodotti alimentari.

In particolare, il laboratorio affronta le relazioni tra l'impresa e il suo ambiente socio-economico e come questo è andato evolvendosi, la gestione del rapporto con i consumatori, le scelte relative alla costruzione del prodotto, alla comunicazione con i consumatori, ai prezzi e alle modalità di distribuzione. Questi aspetti sono analizzati attraverso esempi e casi di studio specifici.

##### *Bibliografia e materiale didattico*



## UNIVERSITÀ DI PISA

---

Le slides utilizzate a lezione  
Eventuali altri materiali forniti dalla docente.

### Modalità d'esame

Redazione e presentazione di un report di approfondimento (PPT) su una tematica scelta.

*Ultimo aggiornamento 25/11/2022 12:40*