



UNIVERSITÀ DI PISA

MARKETING DEI PRODOTTI ALIMENTARI

ADANELLA ROSSI

Anno accademico 2021/22
CdS SCIENZE AGRARIE
Codice 441GG
CFU 2

Moduli	Settore/i	Tipo	Ore	Docente/i
MARKETING DEI PRODOTTI ALIMENTARI	AGR/01	LABORATORI	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 ed organizzare 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 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 e alla loro comprensione attraverso esempi, dedica ampio spazio al diretto coinvolgimento degli studenti nella trattazione di casi di studio.

Comportamenti

Lo studente 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 le strategie di marketing delle imprese e i comportamenti di consumo.

Modalità di verifica dei comportamenti

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

Prerequisiti (conoscenze iniziali)

Elementi di economia agraria.

Indicazioni metodologiche

Il laboratorio prevede la trattazione di parti teoriche su concetti e strumenti del marketing, l'utilizzo di esempi da discutere e lo sviluppo di casi di studio attraverso il diretto coinvolgimento degli studenti.

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

La partecipazione attiva degli studenti è indispensabile.

Gli studenti 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



UNIVERSITÀ DI PISA

distribuzione. Questi aspetti saranno analizzati attraverso esempi e casi di studio specifici.

Bibliografia e materiale didattico

Le slides utilizzate a lezione

Eventuali altri materiali forniti dalla docente.

Modalità d'esame

Redazione e presentazione di un report su un caso di studio scelto.

Ultimo aggiornamento 04/08/2021 22:32