

Syllabus

Syllabus

Titul dl curs	Estimo e marketing per il settore agro-forestale
Codesc dl curs	40221
Titul suplementar	
SSD	AGRI-01/A
Lingaz	Italiano
Curs de laurea	Corso di laurea in Agricoltura sostenibile e gestione forestale in ambiente montano
D'autri cursc de laurea (cursc deberieda)	
Dozenc	dr. Massimiliano Calvia, Massimiliano.Calvia@unibz.it https://www.unibz.it/en/faculties/agricultural-environmental-food-sciences/academic-staff/person/50382 dr. Alberto Ceccacci, Alberto.Ceccacci@unibz.it https://www.unibz.it/en/faculties/agricultural-environmental-food-sciences/academic-staff/person/55112
Assistent didatich	
Semester	Primo semestre
Ann/Agn de stude	2
Credic universitars	5
Ores de insegnament	30
Ores de laboratore	20
Ores de stude individual	15
Ores de riceviment prevedudes	75
Ressum� di contegnus	Estimo: il modulo di estimo fornisce agli studenti le conoscenze e gli strumenti metodologici per la valutazione economica in agricoltura: dalla stima dei fondi rustici e dei fabbricati rurali alla valutazione degli investimenti, con applicazioni in campo legale, ambientale e catastale. A completamento del corso gli studenti

	dovranno essere in grado di elaborare perizie di stima, analisi tecnico-economiche degli investimenti negli ambiti tecnico professionali tipici dell'estimo rurale sia dell'azienda agro-zootecnica sia della filiera agro-alimentare. Marketing: il modulo di marketing mira a dotare gli studenti delle conoscenze di base del marketing e della loro applicazione al mercato agroalimentare e forestale, partendo dalle materie prime (commodities) sino ai prodotti finiti. Tra gli obiettivi principali, vi sono: 1) comprendere il pensiero economico alla base del marketing; 2) comprendere il mercato e i suoi attori principali. Particolare attenzione è posta alla soddisfazione della domanda attraverso la valorizzazione dei prodotti agroalimentari e forestali; 3) comprendere gli strumenti e le strategie di marketing idonei ad affrontare le dinamiche del mercato agroalimentare e forestale attraverso esempi concreti (case-studies). Al termine del corso lo studente è in grado di applicare in modo critico e autonomo i concetti e gli strumenti di marketing per la valorizzazione del prodotto agroalimentare e forestale.
Argomenc dl curs	Marketing: 1. introduzione al ragionamento economico; 2. fondamenti del marketing con particolare focus sul mercato agro-alimentare e forestale; 3. analisi di case-studies inerenti il marketing agro-alimentare e forestale. Estimo: 1. estimo rurale; 2. estimo ambientale; 3. valutazione degli investimenti; 4. catasto.
Paroles clef	Marketing; estimo.
Prerequisic aconsiés	
Cursc propedeutics	No
Modalité de ensegnament	Marketing (30 ore): slides in formato power point saranno disponibili su Teams al termine di ogni gruppo di lezioni. Eventuali altri materiali rilevanti (papers, case studies, ...) saranno resi disponibili su Teams. Il docente stimolerà il dialogo in classe. Sarà organizzato almeno un incontro con esperti del settore agri-food e/o forestale. Estimo (20 ore): lezioni, esercitazioni. Il materiale didattico (slides, articoli) di supporto verrà fornito al termine di ogni unità.

Oblianza de frecuencia	No
Obietifs formatifs y competenzes da arjonje	Conoscenza e comprensione Il corso di laurea fornisce conoscenze avanzate per la formazione di figure professionali in grado di svolgere attività di gestione e coordinamento del settore agrario di montagna e forestale, nonché di preparare con efficacia gli studenti per l'eventuale proseguimento degli studi. Le conoscenze e competenze acquisite forniscono al laureato e alle laureate capacità di pianificazione, gestione, controllo, coordinamento e formazione nell'ambito agrario e forestale. L'insieme di tali competenze saranno trasmesse al laureato e alle laureate mediante didattica frontale, esercitazioni tecnico-pratiche di laboratorio, esercitazioni campo, escursioni didattico-scientifiche. L'elaborazione della tesi sperimentale potrà essere svolta sia presso i laboratori della facoltà, sia presso aziende ed enti territoriali. Al termine degli studi il laureato triennale in Agricoltura sostenibile e gestione forestale in ambiente montano possiede conoscenze di base della matematica, della fisica, della chimica, della statistica, della biologia degli organismi vegetali, animali e dei microrganismi. I risultati di apprendimento attesi sono pertanto riassumibili in: - adeguate competenze statistiche e di analisi dei dati; - saper leggere e comprendere testi avanzati relativi ai diversi aspetti caratterizzanti l'ambito agrario e agroforestale in ambiente montano; - saper comunicare e discutere delle problematiche inerenti al percorso formativo in modo appropriato nelle tre lingue (italiano, inglese, tedesco); Le conoscenze e le capacità di comprensione sopraelencate sono conseguite tramite la partecipazione alle lezioni frontali, alle esercitazioni, ai seminari, e tramite lo studio personale guidato, e lo studio individuale previsti dalle attività formative attivate. Alcuni corsi del programma didattico potranno venire offerti nella modalità doppia (lezioni frontali e in forma video registrata e resa disponibile sulla piattaforma intranet di ateneo); La verifica del raggiungimento dei risultati di apprendimento avviene principalmente mediante esami di profitto ed eventuali prove in itinere. Le prove potranno essere scritte e/o orali, nonché consistere anche in relazioni ed esposizioni orali di progetti o seminari.

	Capacità di applicare conoscenza e comprensione Oltre ad acquisire solide basi scientifico-tecnologiche, viene stimolata la capacità di affrontare nuovi problemi, pratici e reali, con l'obiettivo di far acquisire allo studente un metodo di lavoro. Il laureato triennale in agricoltura sostenibile e gestione forestale in ambiente montano, grazie ad una formazione di tipo tecnico-scientifica integrata con materie economico-gestionali, deve: saper operare per il corretto funzionamento dell'azienda agraria; saper operare nell'ambito della produzione dei prodotti agrari; saper impostare e gestire sistemi agro-forestali sostenibili in contesti ambientali di montagna, basati sulla conoscenza di sistemi produttivi agrari e dei relativi aspetti economici e di marketing, considerando l'impatto ambientale, la qualità dei prodotti e la salute dei consumatori; "Il raggiungimento delle capacità di applicazione delle conoscenze avviene tramite la riflessione critica sui testi proposti per lo studio individuale sollecitata dalle attività in aula, lo studio di casi di ricerca e di applicazione mostrati dai docenti, lo svolgimento di esercitazioni pratiche di laboratorio, in campo, la ricerca bibliografica, lo svolgimento di progetti individuali e/o di gruppo previsti nell'ambito degli insegnamenti fondamentali e degli insegnamenti opzionali inseriti nel piano didattico, oltre che in occasione del tirocinio e della preparazione della prova finale. Le verifiche effettuate tramite esami scritti e/o orali, relazioni ed esercitazioni prevedono lo svolgimento di specifici compiti in cui lo studente dimostra la padronanza di strumenti, metodologie e autonomia critica. Nelle attività di tirocinio la verifica avviene tramite la presentazione di una relazione da parte dello studente al docente di riferimento. Autonomia di giudizio Al termine degli studi il laureato possiede una consapevolezza ed autonomia di giudizio che gli permettono di acquisire le informazioni necessarie, e di valutarne le implicazioni in un contesto produttivo, ambientale e di mercato, per attuare interventi atti a migliorare la qualità e l'efficienza e la sostenibilità dei processi produttivi agro-forestali. Il laureato, nel rispetto delle conoscenze acquisite, è in grado di
--	---

	esprimere giudizi in piena autonomia su problemi inerenti alla gestione complessiva dell'azienda agraria ed attinenti la propria attività professionale; L'autonomia di giudizio è sviluppata e verificata tramite le attività di esercitazione, i seminari organizzati, la preparazione di elaborati nell'ambito degli insegnamenti, oltre che in occasione dell'attività di tirocinio e dell'attività assegnata dal docente relatore per la preparazione della prova finale. Abilità comunicative Il laureato ha la capacità di usare i mezzi di comunicazione più moderni ed efficaci per divulgare le ricerche svolte e le analisi relative alle problematiche dell'azienda agraria e nel settore della gestione forestale; è in grado di confrontarsi con le realtà produttive in ambito agro-forestale e di interagire con le figure di settore e di settori affini. Le abilità comunicative sono particolarmente sviluppate in occasione delle esercitazioni, dei seminari organizzati, nonché nell'ambito di attività formative che prevedono anche la preparazione di relazioni e documenti scritti e l'esposizione orale dei medesimi. Dal momento che il corso è trilingue, i laureati sono in grado di comunicare correttamente, in forma scritta e orale, in italiano e in altre due lingue (tedesco e inglese). Nelle attività di esercitazione e nei seminari gli studenti sono incoraggiati ad intervenire pubblicamente per migliorare la propria capacità di descrivere in modo chiaro e comprensibile eventuali dubbi e/o richieste di chiarimento su argomenti specifici. L'acquisizione e la valutazione/verifica del conseguimento delle abilità comunicative sono altresì previste in occasione dello svolgimento del tirocinio e della relazione conclusiva, nonché nel momento della redazione e della discussione della prova finale. Capacità di apprendimento Il corso di laurea fornisce gli strumenti cognitivi di base indispensabili per l'aggiornamento continuo delle conoscenze, anche con strumenti che fanno uso delle nuove tecnologie della comunicazione e dell'informatica. Il laureato è in grado di applicare i metodi e gli strumenti di apprendimento sviluppati per aggiornare ed approfondire i contenuti studiati, anche in contesti professionali e per intraprendere studi successivi.
--	---

Obietifs formatifs y competenzes da arjonje (informaziuns suplementares)	
Sort de ejam	esame scritto
Criters de valutazion	matching tra gli argomenti spiegati in classe e le domande d'esame (voto finale: marketing 60% - estimo 40%).
Bibliografia obligatora	marketing: slides e capitoli messi a disposizione dal docente. estimo: Gallerani, V., Viaggi, D., & Zanni, G. (2011). <i>Manuale di estimo</i> . Seconda edizione. McGraw-Hill.
Bibliografia aconsieda	marketing: slides e capitoli messi a disposizione dal docente. estimo: Gallerani, V., Viaggi, D., & Zanni, G. (2011). <i>Manuale di estimo</i> . Seconda edizione. McGraw-Hill.
Deplù informaziuns	
OSS	Sconfiggere la povertà, Sconfiggere la fame, Partnership per gli obiettivi, Utilizzo responsabile delle risorse, Utilizzo sostenibile della terra, Buona occupazione e crescita economica