

Syllabus

Descrizione corso

Titolo insegnamento	Marketing e diritto agroalimentare
Codice insegnamento	40457
Titolo aggiuntivo	
Settore Scientifico-Disciplinare	
Lingua	Italiano
Corso di Studio	Corso di Laurea in Scienze alimentari ed enogastronomiche
Altri Corsi di Studio (mutuati)	
Docenti	dr. Massimiliano Calvia, Massimiliano.Calvia@unibz.it https://www.unibz.it/en/faculties/agricultural-environmental-food-sciences/academic-staff/person/50382 prof. Matteo Ferrari, Matteo.Ferrari@unibz.it https://www.unibz.it/en/faculties/agricultural-environmental-food-sciences/academic-staff/person/47259
Assistente	
Semestre	Primo semestre
Anno/i di corso	1st
CFU	6
Ore didattica frontale	36
Ore di laboratorio	24
Ore di studio individuale	90
Ore di ricevimento previste	18
Sintesi contenuti	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. Diritto alimentare: il modulo sul diritto alimentare introdurrà gli studenti alla normativa europea e nazionale in materia alimentare. Gli obiettivi principali del corso sono, da un lato, offrire una panoramica generale dei diversi ambiti normativi che regolano la produzione e la commercializzazione dei prodotti alimentari e, dall'altro, introdurre gli studenti alla logica e alle funzioni che caratterizzano le diverse norme che saranno presentate in classe. Al fine di raggiungere tali obiettivi, l'analisi si concentrerà non solo sulla legislazione, ma anche sulle decisioni dei tribunali e su altri materiali politici. In particolare, il modulo tratterà i seguenti argomenti: la regolamentazione della sicurezza alimentare, compresa l'analisi dei rischi, il principio di precauzione, la tracciabilità e l'HACCP; la regolamentazione della qualità alimentare, compresi i marchi DOP e IGP, nonché i marchi di certificazione; l'etichettatura degli alimenti e la protezione dei consumatori, comprese le indicazioni nutrizionali e salutistiche; la regolamentazione dell'innovazione alimentare, compresi gli OGM, i nuovi alimenti e gli additivi alimentari; la sostenibilità alimentare, compresa la regolamentazione biologica e altri tipi di indicazioni ecologiche Al termine del modulo, gli studenti saranno in grado di identificare e applicare i principali strumenti giuridici utilizzati per regolamentare la produzione e la commercializzazione degli alimenti.
Argomenti dell'insegnamento	food 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.

	food law: 1.evoluzione storica del diritto alimentare; 2.sicurezza alimentare; 3.denominazioni e indicazioni geografiche; etichettatura; 4.standard e certificazioni; 5.novel food e alimenti geneticamente modificati; prodotti biologici.
Parole chiave	marketing agroalimentare, diritto agroalimentare
Prerequisiti	
Insegnamenti propedeutici	Nessuno
Modalità di insegnamento	food 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. food law (30 ore): per ogni gruppo di lezioni saranno disponibili slides in formato power point ed eventuali altri materiali rilevanti (testi di sentenze, regolamenti, etc.) che saranno resi disponibili su Teams. Il docente stimolerà il dialogo in classe, anche attraverso l'analisi di sentenze e di casi pratici.
Obbligo di frequenza	No
Obiettivi formativi specifici e risultati di apprendimento attesi	Al termine degli studi il laureato triennale in Scienze alimentari ed enogastronomiche avrà acquisito una solida base di conoscenze scientifiche in discipline quali chimica, fisica, biologia, matematica, informatica e diritto, applicate specificamente al settore alimentare ed enogastronomico. Acquisiranno competenze tecnologiche per la gestione dei processi produttivi e trasformativi, insieme a una visione integrata della qualità, sicurezza e sostenibilità delle filiere alimentari e dei sistemi. Oltre a questo, i laureati comprenderanno i principi legati alla riduzione degli sprechi, all'ottimizzazione delle risorse e alla conciliazione tra economia ed etica, elementi centrali per affrontare le sfide moderne del sistema agroalimentare.

	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. 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. Le attività formative sono progettate per rafforzare l'autonomia di giudizio e l'abilità nel prendere decisioni in contesti complessi, così come per sviluppare le capacità comunicative e la capacità di lavorare in team multidisciplinari e internazionali. Al termine del percorso, i laureati saranno in grado di applicare in modo autonomo le loro conoscenze in contesti professionali, promuovendo soluzioni innovative e sostenibili per le sfide del sistema agroalimentare ed enogastronomico. 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. Valutare e analizzare criticamente la qualità, la sicurezza e la sostenibilità dei processi produttivi e dei prodotti alimentari, considerando gli aspetti scientifici, tecnologici, economici e culturali. Gli studenti saranno in grado di prendere decisioni
--	--

informate, basate su dati scientifici e sull'analisi dei contesti produttivi, per garantire l'eccellenza del prodotto finale.

Applicare approcci etici e sostenibili, conciliando le esigenze economiche con quelle ambientali e sociali. I laureati saranno in grado di identificare soluzioni per ridurre gli sprechi, valorizzare i sottoprodotti e ottimizzare l'uso delle risorse, proponendo modelli di produzione alimentare in linea con i principi dell'economia circolare.

Esprimere giudizi autonomi riguardo alle tecniche innovative di trasformazione e valorizzazione delle produzioni alimentari e enogastronomiche, valutando i rischi e le opportunità legati all'introduzione di nuove tecnologie o modelli di business, sia in ambito locale che internazionale.

Al termine del percorso di studio i laureati avranno sviluppato abilità comunicative avanzate, che consentiranno loro di esprimersi in modo chiaro, efficace e professionale in diversi contesti. In particolare, saranno in grado di:

comunicare in modo efficace e appropriato con interlocutori sia tecnici che non tecnici, inclusi professionisti del settore alimentare ed enogastronomico, istituzioni pubbliche e private, e il pubblico in generale. Questo comprende la capacità di adattare il registro comunicativo in base all'audience, utilizzando il linguaggio tecnico specifico del settore alimentare ed enogastronomico quando necessario;

presentare e discutere i risultati delle proprie analisi e ricerche in forma sia scritta che orale, utilizzando strumenti tecnologici e multimediali. I laureati saranno in grado di redigere relazioni tecniche, rapporti di ricerca e documenti scientifici, nonché di esporre i propri risultati in modo chiaro e strutturato, ad esempio durante conferenze, seminari o riunioni aziendali;

partecipare attivamente a discussioni e lavori di gruppo in contesti multidisciplinari e internazionali, dimostrando competenze di ascolto attivo, negoziazione e collaborazione. Le esperienze pratiche e i tirocini forniranno agli studenti le capacità per lavorare efficacemente in team e per contribuire alla risoluzione di problematiche complesse nel settore;

utilizzare le tre lingue di insegnamento del corso (italiano, tedesco e inglese) in modo fluente e sicuro, sia per la comunicazione scritta che orale. Grazie all'approccio trilingue dell'Università di Bolzano, i laureati saranno in grado di affrontare contesti lavorativi internazionali, partecipare a network globali e contribuire allo sviluppo di progetti di cooperazione internazionale per affrontare le sfide del settore alimentare ed enogastronomico.

Al termine del corso di laurea, i laureati avranno sviluppato solide capacità di apprendimento, fondamentali per affrontare con successo sia il proseguimento degli studi accademici che l'ingresso nel mondo del lavoro. In particolare, saranno in grado di:

apprendere in modo autonomo e continuo, mantenendosi aggiornati sui progressi scientifici e tecnologici nel settore alimentare ed enogastronomico. I laureati avranno acquisito metodi di studio e strumenti di ricerca che permetteranno loro di aggiornare le proprie competenze in maniera indipendente, interpretando in modo critico le nuove conoscenze;

gestire con efficacia l'apprendimento di concetti complessi attraverso l'integrazione delle diverse discipline scientifiche e tecniche affrontate nel corso di laurea, come chimica, biologia, tecnologie alimentari, economia e diritto. Saranno capaci di identificare le fonti più rilevanti, comprendere e applicare nuove metodologie e adattarsi alle evoluzioni del settore;

sviluppare strategie di apprendimento collaborativo, grazie all'esperienza acquisita attraverso i lavori di gruppo, i tirocini e le attività laboratoriali. I laureati saranno in grado di condividere le loro conoscenze e apprendere dagli altri, dimostrando capacità di adattamento e di lavoro in team;

proseguire gli studi in autonomia nei corsi di Laurea Magistrale (come il percorso nella classe di laurea LM-70, Scienze e Tecnologie Alimentari, attualmente offerto presso lo stesso Ateneo) o in altri ambiti affini, utilizzando le competenze e i metodi acquisiti durante la laurea triennale per affrontare nuove sfide di apprendimento, anche in contesti accademici e professionali di alto livello.

Obiettivi formativi specifici e risultati di apprendimento attesi (ulteriori info.)	
Modalità di esame	food marketing: esame scritto food law: esame scritto 90% + esercizio 10%
Criteri di valutazione	food marketing: matching tra gli argomenti spiegati in classe e le domande d'esame. food law: matching tra gli argomenti spiegati in classe e le domande d'esame.
Bibliografia obbligatoria	food marketing: Slides e capitoli messi a disposizione dal docente. food law: L. Costato, P. Borghi, S. Rizzioli, V. Paganizza, L. Salvi, Compendio di diritto alimentare, Wolters Kluwer, ultima edizione.
Bibliografia facoltativa	food marketing: Slides e capitoli messi a disposizione dal docente. food law: M. Ferrari, U. Izzo, Diritto alimentare comparato, Mulino, 2012.
Altre informazioni	
Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs)	Sconfiggere la povertà, Utilizzo responsabile delle risorse, Buona occupazione e crescita economica, Sconfiggere la fame

Modulo del corso

Titolo della parte costituente del corso	Marketing agroalimentare
Codice insegnamento	40457A
Settore Scientifico-	AGRI-01/A

Disciplinare	
Lingua	Italiano
Docenti	dr. Massimiliano Calvia, Massimiliano.Calvia@unibz.it https://www.unibz.it/en/faculties/agricultural-environmental-food-sciences/academic-staff/person/50382
Assistente	
Semestre	Primo semestre
CFU	3
Docente responsabile	
Ore didattica frontale	18
Ore di laboratorio	12
Ore di studio individuale	45
Ore di ricevimento previste	9
Sintesi contenuti	Marketing agroalimentare: il modulo di marketing agroalimentare mira a fornire agli studenti le conoscenze di base su cosa sia il marketing e su come questo strumento si applichi al settore agroalimentare, dai prodotti agricoli alle materie prime ai prodotti alimentari finiti. Gli obiettivi principali sono: fornire agli studenti una comprensione di base del pensiero economico, del pensiero manageriale e del processo decisionale, in modo da introdurli al mondo del business agroalimentare; in secondo luogo, fornire agli studenti una comprensione del mercato agroalimentare e dei suoi attori, con particolare attenzione alla soddisfazione della domanda attraverso la valorizzazione dei prodotti agroalimentari; in terzo luogo, fornire agli studenti gli strumenti di base per la ricerca di mercato per interpretare e analizzare i modelli di domanda; in quarto luogo, fornire agli studenti nuovi strumenti e strategie di marketing per rimanere aggiornati e affrontare le nuove tendenze e dinamiche che emergono dal mercato agroalimentare. 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.
Argomenti dell'insegnamento	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.
Modalità di insegnamento	il modulo consiste in 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.
Bibliografia obbligatoria	Slides e capitoli messi a disposizione dal docente.
Bibliografia facoltativa	Slides e capitoli messi a disposizione dal docente.

Modulo del corso

Titolo della parte costituente del corso	Diritto agroalimentare
Codice insegnamento	40457B
Settore Scientifico-Disciplinare	GIUR-03/B
Lingua	Italiano
Docenti	prof. Matteo Ferrari, Matteo.Ferrari@unibz.it https://www.unibz.it/en/faculties/agricultural-environmental-food-sciences/academic-staff/person/47259
Assistente	
Semestre	Primo semestre
CFU	3
Docente responsabile	
Ore didattica frontale	18
Ore di laboratorio	12
Ore di studio individuale	45
Ore di ricevimento previste	9
Sintesi contenuti	Diritto alimentare: il modulo sul diritto alimentare introdurrà gli studenti alla normativa europea e nazionale in materia alimentare. Gli obiettivi principali del corso sono, da un lato, offrire una

	panoramica generale dei diversi ambiti normativi che regolano la produzione e la commercializzazione dei prodotti alimentari e, dall'altro, introdurre gli studenti alla logica e alle funzioni che caratterizzano le diverse norme che saranno presentate in classe. Al fine di raggiungere tali obiettivi, l'analisi si concentrerà non solo sulla legislazione, ma anche sulle decisioni dei tribunali e su altri materiali politici. In particolare, il modulo tratterà i seguenti argomenti: la regolamentazione della sicurezza alimentare, compresa l'analisi dei rischi, il principio di precauzione, la tracciabilità e l'HACCP; la regolamentazione della qualità alimentare, compresi i marchi DOP e IGP, nonché i marchi di certificazione; l'etichettatura degli alimenti e la protezione dei consumatori, comprese le indicazioni nutrizionali e salutistiche; la regolamentazione dell'innovazione alimentare, compresi gli OGM, i nuovi alimenti e gli additivi alimentari; la sostenibilità alimentare, compresa la regolamentazione biologica e altri tipi di indicazioni ecologiche Al termine del modulo, gli studenti saranno in grado di identificare e applicare i principali strumenti giuridici utilizzati per regolamentare la produzione e la commercializzazione degli alimenti.
Argomenti dell'insegnamento	evoluzione storica del diritto alimentare; sicurezza alimentare; denominazioni e indicazioni geografiche; etichettatura; standard e certificazioni; novel food e alimenti geneticamente modificati; prodotti biologici.
Modalità di insegnamento	il modulo consiste in 30 ore: per ogni gruppo di lezioni saranno disponibili slides in formato power point ed eventuali altri materiali rilevanti (testi di sentenze, regolamenti, etc.) che saranno resi disponibili su Teams. Il docente stimolerà il dialogo in classe, anche attraverso l'analisi di sentenze e di casi pratici.
Bibliografia obbligatoria	L. Costato, P. Borghi, S. Rizzioli, V. Paganizza, L. Salvi, Compendio di diritto alimentare, Wolters Kluwer, ultima edizione.
Bibliografia facoltativa	M. Ferrari, U. Izzo, Diritto alimentare comparato, Mulino, 2012.