



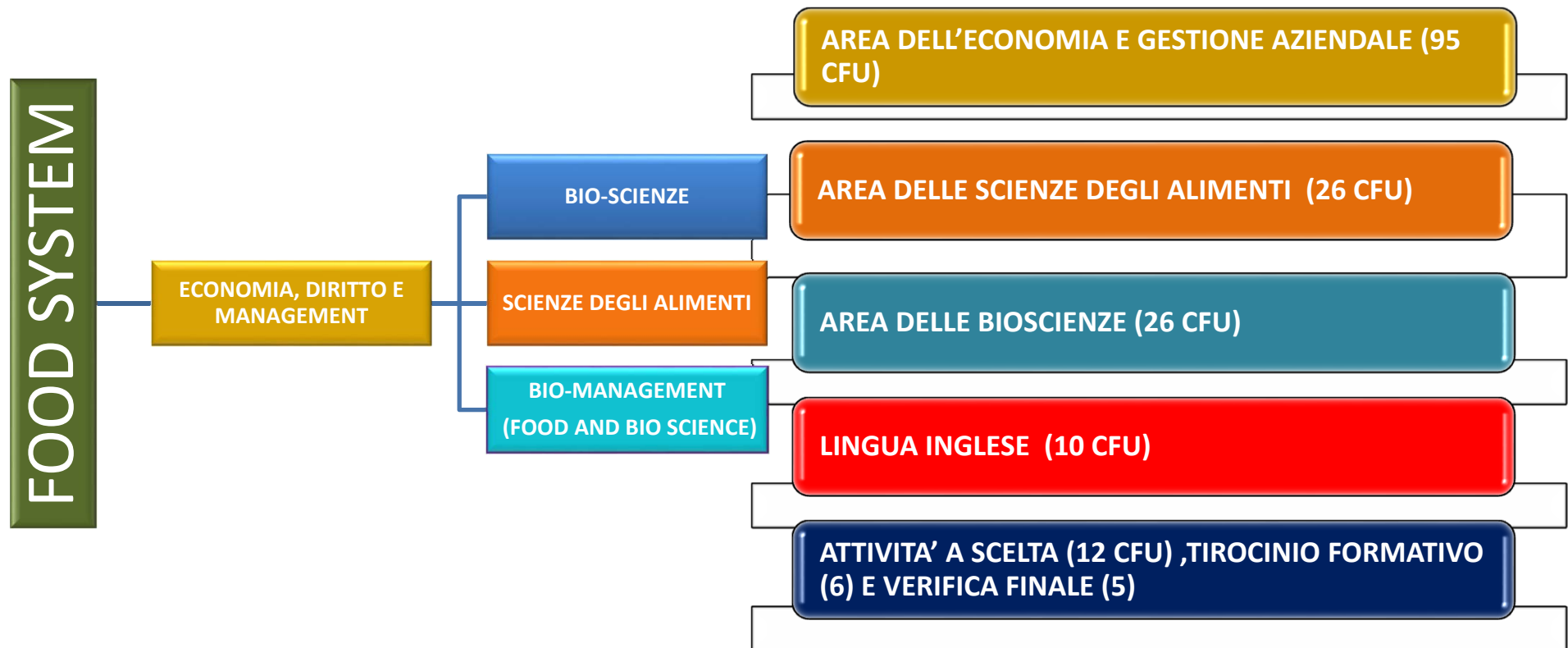
UNIVERSITÀ DI PARMA

Food System:
Sustainability Management and Technologies

BIO-MANAGEMENT

a.a. 2022/2023

I CONTENUTI DEL CORSO PER MACRO-AREE DISCIPLINARI



CONTENUTI ECONOMICI, GIURIDICI, STORICI E DI MANAGEMENT

FOOD SYSTEM

ECONOMIA, METODI
QUANT., DIRITTO,
STORIA E
MANAGEMENT

*Insegnamenti volti a creare
cultura sul sistema agro-
alimentare e sulla gestione
delle filiere in una prospettiva
di creazione di valore per i
prodotti.*



INSEGNAMENTI DI ECONOMIA, METODI QUANT., STORIA, DIRITTO E MANAGEMENT IMPARTITI NEL CORSO

INSEGNAMENTO	CF
DIRITTO AGRO-ALIMENTARE DELL'UNIONE EUROPEA	12
ECONOMIA AZIENDALE	10
METODI MATEMATICI PER L'ECONOMIA	10
STORIA DEL CIBO E DELL'ALIMENTAZIONE	8
ISTITUZIONE DI ECONOMIA	9
METODI STATISTICI PER LE DECISIONI	8
ECONOMIA AGRO-ALIMENTARE	12
PROPRIETA' INTELLETTUALE E DISCIPLINA DI PRESENTAZIONE DEGLI ALIMENTI	6
FINANZA E RAPPORTI CON IL SISTEMA BANCARIO	9
STRATEGIE DI MARKETING DEI PRODOTTI AGROALIMENTARI (3 ANNO, <u>comune a tutti e tre i curricula</u>)	12

Curriculum BIO-MANAGEMENT

FOOD SYSTEM

BIO-
MANAGEMENT



Sviluppare competenze di base sullo studio dei mercati, la segmentazione della domanda, i processi di creazione e difesa del valore per le imprese agro-alimentari

INSEGNAMENTI IMPARTITI

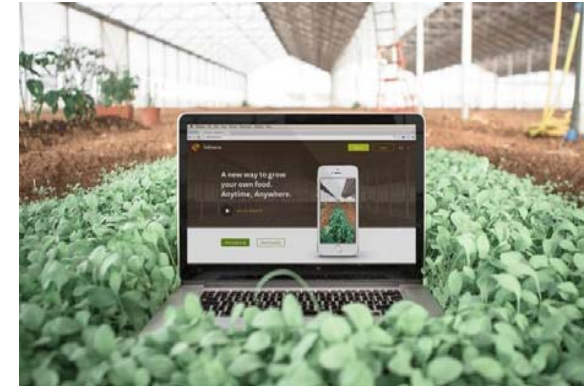
INSEGNAMENTO	CF	DOCENTE	SEM.
FOOD BIOTECHNOLOGY AND BIOTECHNOLOGICAL FOODS	9	Prof. MARMIROLI	Anno 2 2° semestre
FOOD SUSTAINABILITY	9	Prof. MALCEVSCHI	1°
PRINCIPI DI MICROBIOLOGIA DEGLI ALIMENTI	6	Prof.ssa LAZZI	1°
CONSERVAZIONE DEGLI ALIMENTI	7	Prof.ssa BOT	2°
ALIMENTI E BEVANDE	7	Prof.ssa BOT	2°
STRATEGIE DI MARKETING DEI PRODOTTI AGROALIMENTARI	12	Prof. CRISTINI	1°

Corso: Strategie di marketing dei prodotti agro-alimentari

Docente: Prof. Guido Cristini

Primo semestre

Crediti: 12 CFU, 84 ore



Il corso intende fornire un quadro complessivo di conoscenze inerenti lo studio dei mercati e le azioni che un'impresa che opera nel contesto delle filiere alimentari può adottare per creare valore. In particolare, sono approfonditi sia i principali modelli che consentono ad un'impresa alimentare di collocarsi in modo distintivo nel proprio mercato di riferimento che le azioni poste in essere attraverso la manovra integrata delle principali leve del marketing mix. In questo quadro vengono riportate testimonianze ed esempi incentrate sulle strategie di prodotto promosse da alcune imprese alimentari che sono state premiate dal consumatore finale.

Obiettivi del corso:

- Accrescere le conoscenze sui modelli che supportano la lettura dei processi competitivi nei mercati, tenuto conto del quadro di sostenibilità complessivo.
- Utilizzare la principale strumentazione di marketing volta a qualificare la propria offerta e a sviluppare valore nei confronti dei diversi stakeholder.
- Acquisire il lessico specifico riguardante l'ambito del marketing in campo alimentare.

FOOD SYSTEM: MANAGEMENT, SUSTAINABILITY AND TECHNOLOGIES

Sistema Alimentare: Sostenibilità, Management e Tecnologie



PROF. MARCO FERRETTI

(PRESIDENTE)

marco.ferretti@unipr.it

DOTT. GIOACCHINO BENFANTE

(TUTOR)

gioacchino.benfante@unipr.it

DOTT. ALESSANDRO CASALI

(TUTOR)

alessandro.casali1@unipr.it

DIDATTICA DIP.SCIENZE ECONOMICHE ED AZIENDALI

didattica.sea@unipr.it

SITO WEB

<https://corsi.unipr.it/cdl-salim>





UNIVERSITÀ DI PARMA

GRAZIE PER LA VOSTRA ATTENZIONE