



A.D. MDLXII
Università degli Studi di Sassari

**CORSO DI LAUREA IN TECNOLOGIE VITICOLE,
ENOLOGICHE, ALIMENTARI**

Curriculum in Viticoltura ed Enologia

Facoltà di Agraria
Sede di Oristano

TVEA

VITICOLTURA
ED ENOLOGIA

Anno Accademico 2009/2010

Economia Agro-Alimentare e Marketing – 8 CFU

Prof. Luciano Gutierrez

Obiettivi del corso

Scopo del corso è quello di introdurre lo studente ai principi della microeconomia e al marketing dei prodotti agro-alimentari. Si concentrerà lo studio sulle decisioni di consumo e di produzione e si introdurranno alcune nozioni di politica agraria. Obiettivo del corso è inoltre quello di fornire allo studente elementi di conoscenza e strumenti operativi del marketing per le piccole e medie imprese agroalimentari.

Contenuti del corso

I PARTE

- 1. Il vincolo di bilancio.**
- 2. Le preferenze dei consumatori.**
- 3. L'utilità.**
- 4. Scelta su quanto consumare.**
- 5. La domanda di un bene.**
- 6. La domanda di mercato.**
- 7. La tecnologia.**
- 8. La massimizzazione del profitto.**
- 9. La minimizzazione dei costi.**
- 10. Le curve di costo.**
- 11. L'offerta dell'impresa.**
- 12. L'offerta dell'industria.**
- 13. Equilibrio tra domanda e offerta.**

14. Tasse e sussidi.

15. Funzionamento mercati monopolistici.

16. Funzionamento mercati oligopolistici.

II PARTE

17. La politica agraria: la politica dei mercati agroalimentari.

18. La politica agraria: la politica sullo sviluppo rurale.

19. La politica agraria: Il mercato dei prodotti vitivinicoli.

III PARTE

20. La pianificazione di marketing.

21. Le strategie di segmentazione.

22. L'analisi strategica del contesto competitivo.

23. Il ruolo dei marchi (collettivi, aziendali, commerciali).

24. I metodi di analisi qualitativa e quantitativa del consumatore.

Esercitazioni

Le esercitazioni riguarderanno tutto il programma.

Testi consigliati

I PARTE

1. R. Fanfani. L'Agricoltura in Italia, Il Mulino.

2. H. Varian. Microeconomia, Edizioni Cafoscarina.

II PARTE

3. Dispense del corso.

III PARTE

4. J.P. Peter, J.H. Donnelly, C.A. Pratesi. Marketing, McGraw-Hill.
5. A. Foglio. Mercato e strategie di commercializzazione, FrancoAngeli.

Propedeuticità consigliate

-

Modalità d'esame

-

Docente

Prof. Luciano Gutierrez

Dipartimento di Economia e Sistemi Arborei

Tel: 079.229256

email: lgutierr@uniss.it

Ricevimento

Da concordare con il docente