



A.D. MDLXII

Università degli Studi di Sassari

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

Curriculum in Tecnologie Alimentari

Curriculum in Viticoltura ed Enologia

Facoltà di Agraria - Sede di Oristano



Anno Accademico 2012/2013

# 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. 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.



A.D. MDLXII

Università degli Studi di Sassari

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

Curriculum in Tecnologie Alimentari

Curriculum in Viticoltura ed Enologia

Facoltà di Agraria - Sede di Oristano



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

1. Le esercitazioni riguarderanno tutto il programma.

### Testi consigliati

#### I PARTE

1. R. Fanfani, Il sistema Agroalimentare 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



A.D. MDLXII

Università degli Studi di Sassari

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

Curriculum in Tecnologie Alimentari

Curriculum in Viticoltura ed Enologia

Facoltà di Agraria - Sede di Oristano



### Propedeuticità consigliate

Matematica

### Modalità d'esame

Le prove itinere sono due, scritte, e da svolgersi nell'arco di due ore. Richiederanno di rispondere a cinque su otto domande proposte. Il peso del voto delle prove in itinere è pari al 90% del voto finale. Nella votazione finale influiscono inoltre la frequenza alle lezioni (1 punto nel caso si raggiunga più del 95% delle frequenze), le verifiche durante le lezioni sulle esercitazioni proposte a casa (2 punti).

Esame sessioni ufficiali: prova scritta della durata di due ore in cui si chiederà di rispondere a dieci su dodici domande proposte.

### Docente

Prof. Luciano Gutierrez

Dipartimento Agraria

Tel: 079.229256

email: [lgutierr@uniss.it](mailto:lgutierr@uniss.it)

### Ricevimento

Da concordare con il docente