

MASTER UNIVERSITARIO VINI ITALIANI E MERCATI MONDIALI IV EDIZIONE – A.A. 2018/2019

CALENDARIO DIDATTICO- Le lezioni si tengono nei giorni di giovedì (15-19), venerdì (9-13 e 14-18) e sabato (9-13)

	8/10 Nov 18	15/17 Nov 18	22/24 Nov 18	29 Nov/1 Dic 18	13/15 Dic 18	10/12 Gen 19	17/19 Gen 19	24/26 Gen 19	31 Gen 2 Feb 19	7/9 Feb 19	14/16 Feb 19	21/13 Feb 19	28 Feb 2 Mar 19
MODULO I	16	16	16	16	16 ¹								
AIS 1°LIV						16	16	8					
MODULO II								8	16	16	8 ²	16	16
	7/9 Mar 19	14/16 Mar 19	21/23 Mar 19	28/30 Mar 19	4/6 Apr 19	11/13 Apr 19	2/4 Mag 19	9/11 Mag 19	16/18 Mag 19	23/25 Mag 19	30 Mag 1 Giu 19	6/8 Giu 19	13/15 Giu 19
MODULO II	16	14 ³											
AIS 2°LIV			16	16	8								
MODULO III					8	16	16	16	16	16	16	2 ⁴	
AIS 3°LIV											8	16	16 ⁵

¹ Sabato 15 Dicembre 2018 pomeriggio (ore 14-16) : Verifica del Modulo I

² Venerdì 15 Febbraio 2019: Sospensione didattica per la discussione dei Project Work degli allievi della III Edizione

³ Sabato 16 Marzo 2019: Discussione e valutazione dei lavori di gruppo del Modulo II

⁴ Venerdì 31 Maggio 2019 mattino (ore 9-13): Verifica del III Modulo

⁵ Esame AIS in data da definire, tra fine giugno e inizio luglio

Piano Didattico e CFU IV edizione Master “Vini Italiani e Mercati Mondiali”

Formazione d’Aula			
I Modulo: Discipline di base e propedeutiche			
Insegnamento	Metodologia didattica	Impegno orario (relativo all’attività didattica assistita)	Crediti Formativi Universitari (CFU) acquisibili
Origini e principi della viticoltura, elementi di tecniche viticole e di viticoltura biologica	Lezioni frontali	30	3
Elementi di enologia e sostenibilità delle produzioni enologiche	Lezioni frontali	20	2
Elementi di legislazione Vitivinicola	Lezioni frontali	20	2
Economia del vino	Lezioni frontali	10	1
II Modulo: Strategie di marketing e di promozione			
Insegnamento	Metodologia didattica	Impegno orario (relativo all’attività didattica assistita)	Crediti Formativi Universitari (CFU) acquisibili
Principi di marketing dei prodotti agro-alimentari	Lezioni frontali/Esercitazioni	20	2
Marketing dei prodotti enologici	Lezioni frontali/ Esercitazioni	20	2
Web marketing del vino	Lezioni frontali/ Esercitazioni	10	1

Strategie per l'export del vino e la figura dell'export manager	Lezioni frontali	20	2
Turismo del vino ed organizzazione di eventi promozionali	Lezioni frontali	10	1
Marketing non convenzionale e neuromarketing	Lezioni frontali/ Esercitazioni	10	1
Profili del consumatore di vino nel mondo	Lezioni frontali	10	1
English for wine: How to describe and communicate wines and wine culture at international level.	Lezioni frontali	10	1
III Modulo:. Tecniche di comunicazione ed analisi dei mercati internazionali: criticità, prospettive e potenzialità del vino italiano nei mercati mondiali			
Insegnamento	Metodologia didattica	Impegno orario (relativo all'attività didattica assistita)	Crediti Formativi Universitari (CFU) acquisibili
La comunicazione del vino: giornalismo, critica e relazioni pubbliche tra old & new media	Lezioni frontali/Esercitazioni	30	3
I mercati consolidati	Lezioni frontali	30	3
I mercati in espansione	Lezioni frontali	20	2
I mercati emergenti	Lezioni frontali	10	1
Altre attività formative			

Tipologia	Impegno orario	Crediti Formativi Universitari (CFU) acquisibili
Corso di Sommelier	120	12
Elaborazione Project work	50	2
Fase di stage		
Tipologia	Durata totale in ore	Crediti Formativi Universitari (CFU) acquisibili
Stage formativo in aziende vitivinicole	450	18

- * Per esigenze didattiche alcune lezioni potranno svolgersi via teleconferenza/skype