

MASTER UNIVERSITARIO VINI ITALIANI E MERCATI MONDIALI V EDIZIONE – A.A. 2019/2020

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

	7/9 Nov 19	14/16 Nov 19	21/23 Nov 19	28/30 Nov 19	5/7 Dic 19	12/14 Dic 19	19/21 Dic 19	9/11 Gen 20	16/18 Gen 20	23/25 Gen 20	29/31 Gen 20	6/8 Feb 20	13/15 Feb 20
MODULO I	16	16	16	16	16 ¹								
AIS 1°LIV						16	16	8					
MODULO II								8	16	16	16	16	8 ²
	20/22 Feb 20	27/29Feb 20	5/7 Mar 20	12/14 Mar 20	19/21 Mar 20	26/28 Mar 20	2/4 Apr20	16/18 Apr 20	7/9 Mag 20	14/16 Mag 20	21/23 Mag 20	28/30 Mag 20	4/6 Giu 20
MODULO II	16	14 ³											
AIS 2°LIV			16	16	8								
MODULO III					8	16	16	16	16	16	2 ⁴		
AIS 3°LIV											8	16	16 ⁵

¹Sabato 7 Dicembre 2019 pomeriggio (ore 14-16) : Verifica del Modulo I

²Venerdì 14 Febbraio 2020: Sospensione didattica per la discussione dei Project Work degli allievi della IV Edizione

³Sabato 29 febbraio 2019 (mattina e pomeriggio): Discussione e valutazione dei lavori di gruppo del Modulo II

⁴Venerdì 22 Maggio 2019 mattino (ore 9-13): Verifica del III Modulo

⁵Esame Sommelier AIS in data da definire, tra seconda metà di giugno e inizio luglio

Piano Didattico e CFU V 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 e e-commerce 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 e i parametri di qualità del vino considerati nei diversi mercati internazionali	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