

MASTER UNIVERSITARIO VINI ITALIANI E MERCATI MONDIALI X EDIZIONE – A.A. 2024/2025

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

	21/23 Nov 24	28/30 Nov 24	5/7 Dic 24	12/14 Dic 24	19/21 Dic 24	9/11 Gen 25	16/18 Gen 25	23/25 Gen 25	30 Gen/1 Feb 25	6/8 Feb 25	13/15 Feb 25	20/22 Feb 25	27Feb/ 1 Mar 25
MODULO I	16	16	16	16	16 ¹								
AIS 1°LIV						16	16	8					
MODULO II								8	16	16	8 ²	16	16
	6/8 Mar 25	13/15 Mar 25	20/22 Mar 25	27/29 Mar 25	3/5 Apr 25	10/12 Apr 25	8/10 Mag 25	15/17 Mag 25	22/24 Mag 25	29/31 Mag 25	5/7 Giu 25	12/14 Giu 25	19/21 Giu 25
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

¹ Sabato 21 Dicembre 2024 pomeriggio (ore 14-16): Verifica del Modulo I

² Venerdì 14 Febbraio 2025: Sospensione didattica per la discussione dei Project Work degli allievi della IX Edizione

³ Sabato 15 marzo 2025: Verifiche del Modulo II

⁴ Venerdì 6 giugno 2025 mattina (ore 9-13): Verifica del III Modulo

⁵ Esame Sommelier AIS in data da definire, tra fine giugno e metà luglio 2025

Piano Didattico e CFU IX 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 gestione del vigneto	Lezioni frontali/esercitazioni	40	4
Elementi di enologia e sostenibilità delle produzioni enologiche	Lezioni frontali	20	2
Elementi di legislazione Vitivinicola	Lezioni frontali	20	2
II Modulo: Strategie di marketing e di promozione			
Insegnamento	Metodologia didattica	Impegno orario (relativo all’attività didattica assistita)	Crediti Formativi Universitari (CFU) acquisibili
Economia del vino	Lezioni Frontali	10	1
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

La figura e il ruolo dell'export manager. Strategie tradizionali ed innovative per l'export del vino	Lezioni frontali	10	1
Turismo del vino	Lezioni frontali	10	1
Marketing non convenzionale e neuromarketing	Lezioni frontali/ Esercitazioni	10	1
Profili del consumatore nei diversi mercati e contesti 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	40	4
Eventi e strategie di promozione	Lezioni Frontali	10	1
I mercati consolidati	Lezioni frontali	20	2
I mercati in espansione	Lezioni frontali	10	1
I mercati emergenti	Lezioni frontali	10	1
Altre attività formative			
Tipologia	Impegno orario		Crediti Formativi Universitari (CFU) acquisibili
Corso di Sommelier (3 livelli)	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 e per cause di forza maggiore alcune lezioni potranno svolgersi in modalità DAD (Piattaforme Web)