

MASTER UNIVERSITARIO VINI ITALIANI E MERCATI MONDIALI VI EDIZIONE – A.A. 2020/2021

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

	5/7 Nov 20	12/14 Nov 20	19/21 Nov 20	26/28 Nov 20	3/5 Dic 20	10/12 Dic 20	17/19 Dic 20	7/9 Gen 21	14/16 Gen 21	21/23 Gen 21	28/30 Gen 21	4/6 Feb 21	11/13 Feb 21
MODULO I	16	16	16	16	16 ¹								
AIS 1°LIV						16	16	8					
MODULO II								8	16	16	16	16	16
	18/20 Feb 21	25/27 Feb 21	4/6 Mar 21	11/13 Mar 21	18/20 Mar 21	25/27 Mar 21	8/10 Apr 21	15/17 Apr 21	22/24 Apr 21	6/8 Mag 21	13/15 Mag 21	20/22 Mag 21	27/29 Mag 21
MODULO II	8 ²	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 5 Dicembre 2020 pomeriggio (ore 14-16) : Verifica del Modulo I

² Venerdì 19 Febbraio 2021: Sospensione didattica per la discussione dei Project Work degli allievi della V Edizione

³ Sabato 27 febbraio 2021 (mattina e pomeriggio): Verifiche del Modulo II

⁴ Venerdì 14 Maggio 2021 mattino (ore 9-13): Verifica del III Modulo

⁵ Esame Sommelier AIS in data da definire, tra seconda metà di giugno e inizio luglio 2021

Piano Didattico e CFU VI 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
La figura e il ruolo dell'export manager. Strategie tradizionali ed innovative (post COVID19) per l'export del vino	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 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	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 (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)