



Università Cattolica del Sacro Cuore

Sede di Piacenza

Anno accademico 2009 - 2010

Regolamento del Master universitario di Primo Livello in

MARKETING DEL VINO E DEL TERRITORIO

VI.TE.

ART. 1

ATTIVAZIONE

L'Università Cattolica del Sacro Cuore, per iniziativa della Facoltà di Economia (sede di Piacenza) e della Facoltà di Agraria, attiva, per l'anno accademico 2009/2010, la II edizione del corso di Master universitario di primo livello in Marketing del Vino e del Territorio – VI.TE.

Il corso di Master universitario di primo livello ha la durata di un anno per complessivi 60 crediti, pari a 1500 ore.

ART. 2

FINALITÀ

Il corso di Master universitario in Marketing del Vino e del Territorio – VI.TE è progettato al fine di formare esperti e manager in strategie per la promozione e la valorizzazione del prodotto vino e del suo territorio coniugando tre principali aree tematiche: la filiera del vino, il sistema territoriale del vino e i sistemi turistici locali integrati. L'impianto formativo è finalizzato a una visione integrata che scaturisce dalla sovrapposizione di diversi elementi: sistema di prodotto – territorio – ecosistema tramite l'analisi dei fattori capaci di produrre vantaggi competitivi per le imprese e per i territori.

Il master è interfacoltà: Facoltà di Economia (sede di Piacenza) e Facoltà di Agraria e sarà svolto in collaborazione con il Centro Italiano di Studi Superiori sul Turismo e sulla Promozione Turistica (CST) di Assisi.

ART. 3

DESTINATARI

Il Master è rivolto a:

- Laureati secondo gli ordinamenti didattici precedenti all'entrata in vigore del D.M. 509/1999.
- Laureati in possesso di diploma di laurea triennale;
- Laureati magistrali in possesso di diploma di laurea specialistica

Il numero minimo degli ammessi è fissato in 12, mentre il numero massimo è fissato in 25.

Per l'ammissione i candidati dovranno superare un colloquio diretto ad accertare attitudini e motivazioni del candidato. La Commissione provvederà preventivamente alla valutazione dei titoli presentati da ciascun candidato.

È prevista la possibilità di iscrizione a singole attività didattiche.

ART. 4

ORDINAMENTO DIDATTICO

L'ordinamento didattico è articolato come segue:

1. I sistemi territoriali (12 crediti)
2. La Filiera del vino: aspetti tecnico-produttivi (16 crediti)
3. La Filiera del vino: aspetti economici (10 crediti)
4. I sistemi turistici (15 crediti)

MODULI	SUB-MODULI	SETTORE SCIENTIFICO DISCIPLINARE	CFU
I SISTEMI TERRITORIALI	Il marketing territoriale	SECS-P/02	7
	I cluster del vino	SECS-P/02	4
	Architettura del paesaggio	ICAR-15	1
LA FILIERA DEL VINO: ASPETTI TECNICO-PRODUTTIVI	Viticoltura	AGR/03	4
	Enologia e analisi sensoriale	AGR/15 ING-IND/25	10
	Storia e cultura dell'alimentazione	M-STO/01	2
LA FILIERA DEL VINO: ASPETTI ECONOMICI	Il marketing del vino	SECS-P/08	4
	Il mercato e le aziende vitivinicole	SECS-P/02 SECS-P/10	4
	Sociologia dei consumi	SPS-09	2
I SISTEMI TURISTICI	I sistemi turistici locali	SECS-P/02	4
	Il Marketing turistico	SECS-P/08	5
	Il sistema distributivo turistico	SECS-P/08	2
	La comunicazione turistica	SECS-P/08	4
STAGE E PROVA FINALE			7
TOTALE CFU			60

E' prevista l'attivazione di attività di laboratorio integrate in tutti gli insegnamenti.

Lo stage finale è obbligatorio e consente di conseguire 5 crediti.

Il Master si conclude con una prova finale (project work) che consente di conseguire 2 crediti.

Modalità di organizzazione della didattica:

in presenza corsi dedicati	115 ore
in presenza corsi mutuati	90 ore
a distanza	0 ore
Seminari, Residenziali, Convegni	75 ore
Testimonianze	40 ore
studio individuale	600 ore
studio individuale guidato	400 ore
moduli all'estero	0 ore
stage	125 ore
prova finale	55 ore

Modalità di verifica dell'apprendimento:

Per le singole unità formative sono previste prove intermedie in corso d'anno. Gli studenti devono inoltre redigere un project work come prova finale, oltre alla relazione di stage.

ART. 5

DIRETTORE

Il Direttore del corso di Master universitario è il Prof. Enrico Ciciotti.

ART. 6

CONSIGLIO DIRETTIVO

Il Consiglio direttivo è composto dai Proff. Enrico Ciciotti, Dante Marco de Faveri, Angela Silva, Francesco Timpano, Paolo Rizzi e dalla dott.sa Elisabetta Virtuani.

Il Consiglio direttivo promuove inoltre la costituzione di un Comitato tecnico-scientifico composto da docenti della Facoltà ed aperto ai partner del Master. Il Comitato tecnico-scientifico è presieduto dal prof. Enrico Ciciotti e ha scopi consultivi.

ART. 7

ORGANIZZAZIONE DEL MASTER

Il Master si organizza in un anno di attività didattica articolato in:

- 205 ore di lezioni frontali ed esercitazioni di laboratorio, 75 ore di seminari, residenziali, convegni e laboratori, 40 ore di testimonianze;
- un periodo di stage, della durata minima di 125 ore, che si svolgerà presso aziende, organizzazioni o istituzioni appositamente convenzionate con l'Università Cattolica.

Le lezioni e le attività di laboratorio si svolgeranno prevalentemente presso la sede di Piacenza dell'Università Cattolica., con inizio il 29 gennaio 2010 e termine il 10 luglio 2010.

La frequenza è obbligatoria (minimo 70% delle ore d'aula e di laboratorio). Saranno stabilite in sede di Consiglio direttivo del master regole di frequenza personalizzate per gli studenti lavoratori.

Il Master sarà completato con lo svolgimento dello stage, di ulteriori attività di laboratorio e la predisposizione di una relazione finale.

La quota di partecipazione è di 5000 (cinquemila) Euro.

ART. 8

PROVA FINALE

Il corso di Master universitario in Marketing del Vino e del Territorio – VI.TE. prevede una prova finale consistente nella presentazione alla commissione in forma di seminario del project work.

ART. 9

TITOLO FINALE

A coloro che avranno ultimato il percorso formativo previsto e superate le relative prove di esame sarà rilasciato il titolo di Master universitario di primo livello in Marketing del Vino e del Territorio – VI.TE.

ART. 10

SBOCCHI PROFESSIONALI

Il Master intende formare figure professionali:

- ⇒ con un'elevata specializzazione nella progettazione e promozione delle politiche di valorizzazione e commercializzazione del prodotto vino;
- ⇒ manager e consulenti presso imprese operanti nel settore vitivinicolo;
- ⇒ manager e consulenti presso organismi operanti nell'ambito della catena del valore del business vinicolo (strade del vino, aziende di promozione turistica, amministrazioni pubbliche, gruppi di azioni locali, associazioni imprenditoriali).

PER INFORMAZIONI:

Ufficio Master: 0523 599 134 / uff.master-pc@unicatt.it
