



Corso intensivo in SENSORY & CONSUMER & WINE MARKETING

Il corso integra tecniche di analisi sensoriale e consumer science applicate al settore vitivinicolo con l'obiettivo di massimizzare gli investimenti di marketing

16/18 Marzo
2016

Università Telematica San Raffaele
via di Val Cannuta, 247
Roma

 **Università San Raffaele**
Roma



CIAS INNOVATION
Centro Italiano di Analisi Sensoriale

PROGRAMMA

GIORNO 1 - L'efficacia dell'analisi sensoriale nel settore vitivinicolo

Conoscere il prodotto

- Introduzione all'analisi sensoriale e alla consumer science con un focus sul settore vitivinicolo
- Le tecniche e i metodi dell'analisi sensoriale applicati al settore vitivinicolo
- I requisiti di idoneità, di peculiarità e di originalità per definire lo stile del vino

Strumenti per la valorizzazione del prodotto

- Il profilo sensoriale per capire l'evoluzione di un vino e riconoscerne il *terroir*
- Il vocabolario oggettivo e condiviso a livello internazionale

GIORNO 2 - Come affrontare i mercati vitivinicoli internazionali

Il contesto internazionale: dati, trends, scenari

- Il mercato del vino nazionale ed internazionale
- Nuovi trend di consumo nel mercato vitivinicolo internazionale
- Gli scenari e le prospettive di breve e medio termine per le aziende italiane

Consumer science e marketing

- Conoscere le aspettative e i gusti dei consumatori
- Misurare la percezione del valore di un vino e gli attributi che la influenzano
- Consumer science e marketing mix

GIORNO 3 - Operare strategicamente nel mercato vitivinicolo

Sensory & Consumer due lati della stessa medaglia

- Analisi sensoriale e consumer science: strumenti per il posizionamento sul mercato
- Preferenze e aspettative: il punto di vista sensoriale vs il punto di vista emozionale
- Esercizi e simulazioni con apprendimento esperienziale

Dalla teoria alla pratica: casi di studio e business game

- Casi di studio su interazione tra analisi sensoriale, consumer science e marketing
- Business game per approfondire e mettere in pratica i temi affrontati

IL CORSO

È rivolto ai produttori, consulenti, professionisti, esperti e studiosi del settore vitivinicolo e fornisce ai partecipanti gli strumenti e i metodi adeguati per agire strategicamente in azienda.

Il metodo utilizzato durante il corso si basa sull' "Academic Practitioner Approach" che permette di valorizzare le conoscenze dei partecipanti e consente di scambiare una grande quantità di informazioni senza mettere alcun partecipante sul piedistallo o in condizione di inferiorità. L'esperienza di tutti i soggetti, imprenditori, tecnici e accademici è invece essenziale per sviluppare nuova conoscenza.

Il corso prevede un numero massimo di iscritti che è fissato a 20 persone.

L'ISCRIZIONE INCLUDE:

- Coffee break e pausa pranzo delle tre giornate.
- Attestato di partecipazione al Corso.
- Materiale didattico.

I DOCENTI



Ing. Lucia Bailetti, direttore del Centro Italiano di Analisi Sensoriale, background di 20 anni nell'ambito dell'analisi sensoriale e la scienza di consumo. Docente di Analisi Sensoriale per Enologia dell'Università di Verona, Docente dell'Università Telematica San Raffaele e dell'Università di Macerata, Membro della Società Italiana di Scienze Sensoriali (SISS), Membro della commissione scientifica del Master "Wine Export Management" Università di Camerino. Ampia esperienza in aziende multinazionali.



Prof. Alessio Cavicchi, Professore Associato di Economia e Marketing Agroalimentare presso l'Università di Macerata. Consulente e valutatore per la Commissione Europea, la sua attività di ricerca è rivolta prevalentemente all'analisi delle scelte del consumatore nei mercati dei prodotti tipici e di qualità, al turismo sostenibile e all'innovazione nel settore agro-alimentare. I suoi lavori sono stati pubblicati in numerosi libri e riviste internazionali. Ha svolto attività di ricerca e consulenza per numerose imprese agroalimentari a livello europeo.



Prof. Cristina Santini, Professore Aggregato in Economia e Gestione delle Imprese, presso l'Università San Raffaele di Roma dove è coordinatrice del Corso di Laurea Magistrale in Scienze della Nutrizione Umana e responsabile del Coordinamento dell'Attività di Ricerca dell'Ateneo. Dottore in Economia e Gestione delle Imprese e dei Sistemi Locali e Master in Marketing per le Imprese Vitivinicole presso l'Università degli studi di Firenze. Ha numerose pubblicazioni in varie riviste internazionali e da anni si occupa del sistema agroalimentare e del settore vitivinicolo.

SEDE DEL CORSO

Università Telematica San Raffaele
via di Val Cannuta, 247
Roma

Per ulteriori informazioni:
Tel. 0737 84215
info@analysisensoriale.it
www.analysisensoriale.it

COME ISCRIVERSI

Ci si può iscrivere al corso compilando il seguente modulo d'iscrizione (allegando la ricevuta di pagamento) e inviandolo all'indirizzo e-mail info@analysisensoriale.it

ISCRIZIONE (indicare la scelta)

Azienda /Professionisti

-
- | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|
| <input type="checkbox"/> Quota Intera | € 600,00 (IVA esclusa) |
| <input type="checkbox"/> Quota ridotta per gli studenti dell'Università Telematica San Raffaele | € 500,00 (IVA esclusa) |
-
- | | |
|------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> Per le prenotazioni ricevute dopo il 11 Marzo | Quota + € 100 (IVA esclusa) |
|------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|

PAGAMENTO

- rimessa diretta tramite bonifico bancario su c/c 0000001863, presso Banca Popolare di Ancona, filiale Matelica.
- Coordinate bancarie: IBAN IT66F0530868950000000001863
- P.IVA: IT 01851100436
- Causale: Iscrizione corso SENSORY, CONSUMER and WINE MARKETING – Marzo 2016

INFORMAZIONI SUL PARTECIPANTE

Nome e Cognome

posizione/professione

azienda/ente

P.IVA aziendale

C.F.

indirizzo

città c.a.p. prov.

tel. cell. fax

email

contatto SKYPE

LINKEDIN

TWITTER

altri