



UNIVERSITÀ  
DI CAMERINO

## **Bando per il Master Universitario di I livello in WINE EXPORT MANAGEMENT**

**Anno accademico 2017/2018**

L'Università degli Studi di Camerino,

**VISTO** lo Statuto di Ateneo, emanato con decreto rettorale n. 194 del 30 luglio 2012 e pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana - Serie Generale - Parte Prima, n. 200 del 28 agosto 2012;

**VISTO** il “*Regolamento per l’istituzione e il funzionamento dei master universitari e corsi di perfezionamento e di aggiornamento professionale*”, emanato con D.R. n. 9 del 12/11/2013;

**VISTA** la Delibera della Scuola di Giurisprudenza n. 89 del 24/03/2017;

**VISTI** i Verbali della Commissione Master del 16 maggio 2017;

**VISTE** le Delibere del Senato Accademico n. 38 del 31 maggio 2017;

**VISTO** il Decreto di attivazione dei master e corsi, per l’a.a. 2017/18, n.157 del 1 giugno 2017;

**attiva il Master Universitario di I livello in “WINE EXPORT MANAGEMENT”**

### **FINALITA’ ED OBIETTIVI**

**IT.** Il Master ha la finalità di perfezionare le conoscenze e le competenze professionali di operatori e professionisti attivi nel settore vitivinicolo, un settore in continua crescita e trasformazione, capace di sviluppare grandi potenzialità sui mercati internazionali. La necessità di intercettare una crescente domanda estera e di sostenere la competizione sui mercati internazionali ha reso evidente la necessità di disporre di figure di professionalità elevata qualificate a svolgere compiti di gestione, di marketing e di comunicazione per la valorizzazione e la tutela del prodotto vino.

**EN.** The International Master want to meet the training needs of the wine business, a sector in continuous growth and transformation and capable of great potential in the agri-food market. The evolution of the sector has also led to a significant increase in competitiveness between different companies and it makes clear the need for more and more qualified professional profiles, who can be prepared to carry out the tasks of import-export, marketing and communication for the enhancement of the wine companies and producers.

### **PROFILO PROFESSIONALE**

**IT.** Il Master forma professionisti esperti nel marketing, nel sensory and consumer behaviour, nel wine business, che sappiano applicare sistemi di regole cogenti e volontarie nei mercati di riferimento.

Il Master ha una dimensione internazionale grazie al coinvolgimento di prestigiosi docenti provenienti dal mondo accademico, produttivo, della distribuzione organizzata e della certificazione.

Il candidato avrà la possibilità di migliorare ed accrescere le proprie conoscenze e competenze giuridiche, di management, marketing e comunicazione, internazionalizzazione e conoscenza del prodotto nel contesto dell'economia globale. Le statistiche degli ultimi cinque anni confermano ed evidenziano che le più promettenti prospettive di crescita economica per il vino del Belpaese, anche nel migliore degli scenari possibili sul fronte dei consumi interni, siano all'estero. La globalizzazione impone all'operatore del settore vitivinicolo il confronto con mercati completamente nuovi che rendono necessario riconsiderare aspetti fondamentali legati alla qualità attesa, alle reti di distribuzione, alla tutela del prodotto nonché allo sviluppo di pratiche commerciali corrette.

**EN.** The post-graduates course trains professionals in marketing, sensory and consumer behavior, in the wine business. Students became aware about the international systems of rules about the global market in the specific business of wine sector.

The post-graduates course has an international dimension thanks to the involvement of teachers from public and private sector.

The candidate will have the opportunity to improve and increase their knowledge and skills in international law, management, marketing and communication, internationalization and product knowledge in the global economy. The statistics of the last five years confirm and highlight the most promising growth prospects for the wine of Italy are abroad. Globalization requires operator to reconsider the fundamental aspects related to the expected quality, distribution networks, the protection of the product and the development of fair.

| Piano didattico   |                     |          |            |                         |                              |                           |
|---|---------------------|----------|------------|-------------------------|------------------------------|---------------------------|
| Titolo dell'attività  | SSD                 | CFU      | Ore di FAD | Struttura del credito   |                              |                           |
|   |                     |          |            | N. ore Lezione frontale | N. ore Didattica alternativa | N. ore Studio individuale |
| <b>WINE PRODUCTION</b>  |                     | <b>3</b> | <b>10</b>  | <b>10</b>               |                              | <b>55</b>                 |
| Docente Unicam referente del modulo                                   | Prof. Sauro Vittori |          |            |                         |                              |                           |
| Tecnologie in ambito produttivo                                       | AGR /15             | 1        | 4          | 4                       |                              | 17                        |
| Vino e innovazione  | AGR /15             | 1        | 4          | 4                       |                              | 17                        |
| Vino e salute   | CHIM /10            | 1        | 2          | 2                       |                              | 21                        |
| <b>WINE BUSINESS STRATEGIC ISSUES</b>                                 |                     | <b>8</b> | <b>30</b>  | <b>30</b>               |                              | <b>140</b>                |
| Docente Unicam referente del modulo                                   | Prof. Luca Petrelli |          |            |                         |                              |                           |
| Le sfide competitive dei nuovi mercati: i cambiamenti del business    | IUS/04              | 1        | 4          | 4                       |                              | 17                        |
| I cambiamenti del business: le opportunità dietro la crisi            | IUS/04              | 1        | 4          | 4                       |                              | 17                        |
| Opportunità dietro la crisi   | IUS/04              | 1        | 4          | 4                       |                              | 17                        |
| Gestione della strategia di nicchia: go global or stay local: quando? | SECS-P/08           | 3        | 10         | 10                      |                              | 55                        |

|   |                        |           |           |           |  |            |
|---|------------------------|-----------|-----------|-----------|--|------------|
| Esperienza aziendale:<br>Wine business sustainability   | SECS-<br>P/08          | 1         | 4         | 4         |  | 17         |
| Study cases, Best practices:<br>Operation and wine supply chain management  | SECS-<br>P/08          | 1         | 4         | 4         |  | 17         |
| <b>Export and wine regulations</b>  |                        | <b>16</b> | <b>30</b> | <b>60</b> |  | <b>310</b> |
| Docente Unicam referente del modulo   | Prof. Luca Petrelli    |           |           |           |  |            |
| Introduzione al modulo giuridico<br>Nozioni di diritto dell'U.E.  | IUS/<br>14             | 1         | 2         | 4         |  | 19         |
| Lineamenti di diritto del commercio internazionale  | IUS/<br>04             | 1         | 2         | 4         |  | 19         |
| Termini di consegna della merce ed Incoterms® della<br>Camera di Commercio Internazionale   | IUS/<br>04             | 1         | 2         | 4         |  | 19         |
| Trasporti e dogane. Certificazioni di qualità<br>internazionali   | IUS/<br>04             | 1         | 2         | 4         |  | 19         |
| Le certificazioni di azienda e il prodotto per i<br>commercio internazionale: aspetti pratici e<br>applicativi  | IUS/<br>04             | 1         | 2         | 4         |  | 19         |
| La PAC e l'OCM del Vino   | IUS/<br>03             | 1         | 1         | 2         |  | 22         |
| - Il regime dei vini di qualità legata all'origine<br>geografica del vino in Europa.<br>- La tutela delle denominazioni nell'Unione Europea<br>e sui mercati internazionali. La protezione delle<br>Indicazioni Geografiche nell'accordo TRIP's. I<br>controlli. Le sanzioni. | IUS/<br>03             | 2         | 4         | 8         |  | 38         |
| I regolamenti di esecuzione dell'OCM vino e le nuove<br>prospettive di riforma europea e nazionale  | IUS/<br>03             | 1         | 2         | 4         |  | 19         |
| L'etichettatura dei vini  | IUS/<br>03             | 1         | 2         | 4         |  | 19         |
| I Consorzi di tutela dei vini a denominazione di<br>origine: compiti e attività   | IUS/<br>03             | 1         | 2         | 4         |  | 19         |
| L'aggregazione quale elemento trainante<br>dell'economia vitivinicola   | IUS/<br>03             | 1         | 1         | 2         |  | 22         |
| L'esportazione del vino nei principali mercati<br>mondiali e nei cc.dd. nuovi mercati: focus su alcuni<br>mercati di particolare interesse  | IUS/<br>03             | 2         | 6         | 12        |  | 32         |
| - Study cases, Best practices   | IUS/<br>03             | 2         | 2         | 4         |  | 44         |
| <b>SENSORY AND CONSUMER BEHAVIOR</b>  |                        | <b>11</b> | <b>40</b> | <b>40</b> |  | <b>195</b> |
| Docente Unicam referente del modulo   | Prof. Gianni Sagratini |           |           |           |  |            |
| L'analisi sensoriale del vino   | CHIM<br>/10            | 2         | 8         | 8         |  | 34         |
| I fattori che influenzano la percezione   | CHIM<br>/10            | 1         | 4         | 4         |  | 17         |

|   |                         |          |            |            |            |            |
|---|-------------------------|----------|------------|------------|------------|------------|
| Test trend and consumer trends  | SECS-P/08               | 1        | 4          | 4          |            | 17         |
| Le determinati del comportamento del consumatore  | SECS-P/08               | 2        | 8          | 8          |            | 34         |
| Le interazioni tra caratteristiche intrinseche ed estrinseche del vino                            | SECS-P/08               | 2        | 8          | 8          |            | 34         |
| La qualità attesa e la qualità percepita  | SECS-P/08               | 2        | 4          | 4          |            | 42         |
| Le strategie del marketing sensoriale   | SECS-P/08               | 1        | 4          | 4          |            | 17         |
| <b>MARKETING AND COMUNICATION</b>   |                         | <b>8</b> | <b>30</b>  | <b>30</b>  |            | <b>140</b> |
| Docente Unicam referente del modulo   | Prof. Marco Giovagnoli  |          |            |            |            |            |
| Strumenti di marketing  | SECS-P/08               | 1        | 4          | 4          |            | 17         |
| Visual communication and wine export  | SPS/08                  | 1        | 4          | 4          |            | 17         |
| Le nuove strategie di comunicazione nel marketing del vino: naming                                | SPS/08                  | 1        | 4          | 4          |            | 17         |
| Web and social media  | SPS/08                  | 1        | 4          | 4          |            | 17         |
| Il commercio elettronico del vino: prospettive ed opportunità                                     | SPS/09                  | 1        | 4          | 4          |            | 17         |
| Gestione del rapporto del territorio-gli eventi come veicolo di promozione: il ruolo dei consorzi | SPS/09                  | 1        | 4          | 4          |            | 17         |
| Sostegni e modalità di sostegno al settore enogastronomico  | SPS/09                  | 1        | 4          | 4          |            | 17         |
| Study cases, Best practices: Comunicazione enogastronomica  | SPS/08                  | 1        | 2          | 2          |            | 21         |
| <b>THE IMPORTANCE OF RELATED BUSINESS</b>   |                         | <b>3</b> | <b>10</b>  | <b>10</b>  |            | <b>55</b>  |
| Docente Unicam referente del modulo   | Prof. Antonio Flamini   |          |            |            |            |            |
| La diversificazione come apporto di miglioramento alla performance delle imprese                  | AGR/01                  | 1        | 2          | 2          |            | 21         |
| Trend e sviluppi del wine turism: vino e terroir  | AGR/01                  | 1        | 4          | 4          |            | 17         |
| Ospitalità come veicolo di fidelizzazione del cliente   | AGR/01                  | 1        | 4          | 4          |            | 17         |
| <b>WORKSHOP AND CASE HISTORY</b>  |                         | <b>6</b> |            |            | <b>125</b> | <b>25</b>  |
| Docente referente del modulo  | Dott. Roberto Potentini |          |            |            |            |            |
| Il modello VINITALY – workshop Verona 4 gg.   |                         | 1        |            |            | 25         |            |
| Workshop e visite aziendali   |                         | 2        |            |            | 75         |            |
| BUSINESS GAME   |                         | 3        |            |            | 25         | 25         |
| <b>Totale</b>   |                         |          | <b>150</b> | <b>180</b> | <b>125</b> | <b>920</b> |

|                     |                   |           |                         |            |            |            |
|---------------------|-------------------|-----------|-------------------------|------------|------------|------------|
| <b>STAGE</b>        | <b>Totale CFU</b> | 5         | <b>Totale ore</b> 125   |            |            |            |
| <b>PROVA FINALE</b> | <b>Totale CFU</b> |           | <b>Totale ore</b>       |            |            |            |
| <b>TOTALE</b>       |                   | <b>60</b> | <b>150</b>              | <b>180</b> | <b>250</b> | <b>920</b> |
|                     |                   |           | <b>TOTALE ore 1.500</b> |            |            |            |

| <b>Requisiti di accesso (numero iscritti)</b> |    |                       |    |
|---|----|-----------------------|----|
| <b>Numero minimo</b>                          | 20 | <b>Numero massimo</b> | 40 |

### **SVOLGIMENTO E DIDATTICA**

Il Master ha durata annuale e verrà attivato subordinatamente al raggiungimento del numero minimo di 20 allievi che verranno ammessi previa selezione secondo le modalità più avanti descritte. Il numero massimo di allievi iscrivibili è stabilito in 40.

Le lezioni iniziano nel mese di marzo 2018; si svolgono normalmente il venerdì pomeriggio e il sabato, salvo gli stage e i workshops.

Il Master ha sede nell'Università di Camerino.

La frequenza alle lezioni è obbligatoria

### **STAGE**

Gli stage hanno la durata di 125 ore.

### **REQUISITI D'ACCESSO**

Il Master si rivolge a cittadini dell'Unione Europea ed Extra Unione Europea, con regolare permesso di soggiorno in Italia, in possesso di una laurea almeno triennale. È richiesta una buona conoscenza della lingua inglese.

Non può iscriversi al master chi è già iscritto, in questo anno accademico, ad un corso di laurea, master, scuola di specializzazione, dottorato di ricerca o altro corso di impegno annuale (Legge 270/04, art. 5, c. 2).

### **TERMINE PRESENTAZIONE DOMANDA DI ISCRIZIONE/AMMISSIONE**

**16 febbraio 2018**

### **INIZIO DEL MASTER**

01 marzo 2018

### **TERMINE DEL MASTER**

febbraio 2019

### **NUMERO CORSISTI AMMESSI**

Numero minimo **20**

Numero massimo **40**

### **SELEZIONE PER L'AMMISSIONE AL MASTER**

Nel caso le richieste di iscrizione superino il numero massimo di corsisti previsto, l'ammissione al Master è subordinata ad una selezione consistente nella valutazione del curriculum vitae, dei titoli e delle esperienze lavorative di ciascun candidato e volta ad indagare le conoscenze/competenze teorico pratiche, le attitudini, le motivazioni a frequentare il Master.

La commissione valutatrice sarà composta dal Direttore del Master più altri due membri da lui stesso nominati tra i componenti del Consiglio Scientifico del Master.

Le selezioni saranno effettuate entro il 21 febbraio 2018.

L'elenco dei candidati ammessi verrà pubblicato a partire dal 22 febbraio 2018 all'indirizzo web <http://masterwineexportmanagement.unicam.it>.

L'iscrizione del candidato ammesso dovrà essere perfezionata entro il 28 febbraio 2018, rispettando le modalità previste dal bando.

Per la trasmissione della documentazione, utile sia alla selezione che ai fini dell'iscrizione stessa, si invita a seguire le indicazioni riportate nella voce "**Iscrizioni**".

Qualora un partecipante ammesso intenda rinunciare al master, lo stesso dovrà darne comunicazione scritta al Direttore prima della data di "INIZIO DEL MASTER".

## **CRITERI DI SELEZIONE**

La selezione dei candidati sarà effettuata valutando:

- il voto di laurea;
- l'argomento della tesi di laurea;
- i titoli posseduti;
- le eventuali pubblicazioni;
- le eventuali esperienze lavorative attinenti.

## **ISCRIZIONI**

La domanda di iscrizione, indirizzata al Magnifico Rettore dell'Università degli Studi di Camerino, dovrà essere redatta *on line*, entro il termine sopra previsto.

Al sito <http://www.unicam.it/reginfo/iscrizionemaster> sono disponibili le informazioni e news per l'iscrizione ed eventuali modifiche non previste dal presente bando.

Per definire l'iscrizione si dovrà allegare:

- 1) autodichiarazione (Allegato A) compilata e sottoscritta disponibile al sito <http://www.unicam.it/reginfo/iscrizionemaster>
- 2) copia di un documento di riconoscimento in corso di validità sottoscritta dal candidato per conformità all'originale;
- 3) CV con indicazione del titolo della tesi di laurea ed una sintetica descrizione del contenuto della stessa (max 2 pagine), nonché delle attività svolte successivamente alla laurea ed attualmente;
- 4) Indicazione di eventuali corsi post laurea frequentati;
- 5) Elenco delle eventuali pubblicazioni;
- 6) Altra eventuale documentazione idonea a dimostrare la qualificazione per l'ammissione al Master.

## **TASSA DI ISCRIZIONE**

Quota intera da versare in unica soluzione € 4.000,00.

### **Rateazione**

I° rata € 1.500,00 entro il 28/02/2018

II° rata € 1.300,00 entro il 04/09/2018

## **TASSA DI ISCRIZIONE PER CITTADINI ITALIANI O STRANIERI RESIDENTI ALL'ESTERO**

Quota intera da versare in unica soluzione € 2.000,00.

### **Rateazione**

I° rata € 700,00 entro il 28/02/2018

II° rata € 1.300,00 entro il 04/09/2018

**Il pagamento della seconda rata effettuato oltre il suddetto termine di scadenza comporterà l'applicazione di un contributo di mora pari a € 25,00.**

**Il mancato pagamento della seconda rata, entro il termine di trenta giorni dalla scadenza, comporterà automaticamente la decadenza dall'iscrizione e la conseguente perdita del diritto di partecipare alle attività previste nel piano didattico del Master nonché di conseguire il Diploma di Master universitario.**

### **RIDUZIONE TASSA ISCRIZIONE PER LAUREATI DA MENO DI 5 ANNI ACCADEMICI**

Per i cittadini italiani o stranieri residenti in Italia che abbiano concluso un corso di studio conseguendo una laurea di qualsiasi livello da meno di 5 anni accademici prima di quello corrente (2017/2018), ferme restando le scadenze previste, l'importo della II° rata sarà ridotto di € 1.000,00.

Per i cittadini stranieri o cittadini italiani residenti all'estero che abbiano concluso un corso di studio conseguendo una laurea di qualsiasi livello da meno di 5 anni accademici prima di quello corrente (2017/2018), ferme restando le scadenze previste, l'importo della II° rata sarà ridotto di € 600,00.

### **RIMBORSO TASSA ISCRIZIONE**

Il Master si riserva di rimborsare agli iscritti la tassa di iscrizione, interamente o parzialmente, utilizzando eventuali entrate derivanti da sponsorizzazioni al master o da risorse interne. i criteri per il diritto al rimborso saranno comunicati a tutti gli iscritti.

### **RILASCIO DEL DIPLOMA**

I requisiti minimi per il rilascio del titolo sono:

- effettiva partecipazione (via streaming soltanto per cittadini stranieri o italiani residenti all'estero) di ciascun allievo per una percentuale minima del 75% delle lezioni frontali;
- il superamento delle prove di verifica previste nei moduli didattici per una percentuale minima del 60%;
- il superamento della prova finale;
- il regolare pagamento della quota di iscrizione.

### **UDITORI**

I laureati non iscritti al Master possono essere ammessi alle singole attività didattiche di seguito descritte, fino ad un massimo di n. 3 versando il totale delle quote previste:

| <b>Titolo dell'attività</b>               | <b>Costo<br/>€</b> |
|---|--------------------|
| <b>WINE PRODUCTION</b>                    | 400,00             |
| <b>WINE BUSINESS STRATEGIC ISSUES</b>     | 1.000,00           |
| <b>EXPORT AND WINE REGULATIONS</b>        | 1.300,00           |
| <b>SENSORY AND CONSUMER BEHAVIOR</b>      | 1.300,00           |
| <b>MARKETING AND COMUNICATION</b>         | 1.000,00           |
| <b>THE IMPORTANCE OF RELATED BUSINESS</b> | 400,00             |

La domanda di iscrizione, indirizzata al Magnifico Rettore dell'Università degli Studi di Camerino, dovrà essere redatta *on line*, nei termini sopra previsti.

Nel sito <http://www.unicam.it/reginfo/iscrizionemaster> sono disponibili le informazioni e news per l'iscrizione ed eventuali modifiche non previste dal presente bando.

Per definire l'iscrizione si dovrà allegare:

- 1) autodichiarazione (Allegato A) compilata e sottoscritta disponibile nel sito <http://www.unicam.it/reginfo/iscrizionemaster>;
- 2) Scheda di iscrizione per uditori (allegato B) compilato e sottoscritto disponibile nel sito <http://www.unicam.it/reginfo/iscrizionemaster>;
- 3) *copia* di un documento di riconoscimento in corso di validità;

A conclusione delle attività, agli iscritti che risulteranno in regola con la quota di iscrizione alle singole attività ed avranno frequentato almeno il 75% delle stesse, UNICAM rilascerà un attestato di partecipazione.

#### **RINUNCE E MANCATO VERSAMENTO SECONDA RATA**

**La rinuncia al Master, anche come Uditore, dopo la data del ‘Termine presentazione domanda di iscrizione’ descritta nel presente bando, o la decadenza dall’iscrizione al Master per mancato pagamento della seconda rata secondo le modalità descritte nel presente bando, non consentirà alcun rimborso della quota versata.**

#### **TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI**

La domanda d’iscrizione al Master, anche come Uditore comporta, nel rispetto dei principi di cui al D.L. 196 del 30 giugno 2003, espressione di tacito consenso a che i dati personali dei candidati e quelli relativi alle prove di selezione siano pubblicati sul sito internet del Master.

#### **VALUTAZIONE DEGLI ESITI DEL SERVIZIO FORMATIVO**

Gli iscritti al master dovranno, prima della conclusione del corso, compilare la ‘**Scheda di valutazione**’ fornita dal Direttore dello stesso master o reperibile sul sito UNICAM, ‘quick link’ – MASTER E CORSI POST-LAUREA, poi MODULISTICA.

#### **DIRETTORE DEL MASTER**

Prof. Luca Petrelli tel. 0737/402814 email: [luca.petrelli@unicam.it](mailto:luca.petrelli@unicam.it)

#### **CONSIGLIO SCIENTIFICO**

Proff. Sauro Vittori, Antonio Flamini, Luca Petrelli Gianni Sagratini, Andrea Spaterna, Angelo Serri, Roberto Potentini, Lucia Irene Bailetti.

#### **SEGRETERIA MASTER:**

Segreteria amministrativa della Scuola di Giurisprudenza

Dott. Gian Marco Quacquareni tel. 0737/403049 email: [marco.quacquareni@unicam.it](mailto:marco.quacquareni@unicam.it)

Dott. Amedeo Aureli tel. 0737/402247 email: [amedeo.aureli@unicam.it](mailto:amedeo.aureli@unicam.it)

#### **S.A.S. - POLO DI ALTA FORMAZIONE (informazioni sull’iscrizione al master)**

Dott.ssa Alessandra Ciccarelli tel. 0737 402039 email: [alessandra.ciccarelli@unicam.it](mailto:alessandra.ciccarelli@unicam.it)