

Lezione 1

Diapositiva 1

Certificazione dei prodotti locali, tutela alimentare e sistemi di promozione nel sistema nazionale ed europeo

Identificazione prodotto

La produzione, la protezione e la promozione di alimenti di alta qualità svolgono un ruolo significativo nell'Unione europea. Uno dei modi fondamentali per attuare la Politica della Qualità nella Comunità è distinguersi con certificati che confermano l'elevata qualità dei prodotti agroalimentari di determinate regioni, oltre a quelli caratterizzati dal metodo di produzione tradizionale.

Diapositiva 2

Il sistema di tutela e promozione dei prodotti regionali e tradizionali, è uno dei fattori più importanti che incidono sullo sviluppo sostenibile delle zone rurali e sull'attuazione dei presupposti del secondo pilastro della Politica Agricola Comune. Contribuisce alla diversificazione dell'occupazione nelle zone rurali creando fonti di sussistenza non agricole nelle campagne e aumenta il reddito dei produttori agricoli.

Diapositiva 3

Il sistema di tutela e promozione dei prodotti regionali e tradizionali impedisce lo spopolamento di queste aree. Anche il patrimonio culturale del villaggio è protetto, il che contribuisce in gran parte ad aumentare l'attrattiva delle zone rurali e lo sviluppo dell'agriturismo e del turismo rurale.

Diapositiva 4

La politica di qualità attuata nell'Unione Europea dà anche ai consumatori la sicurezza di acquistare cibo di altissima qualità, caratterizzato anche da un metodo di produzione unico e tradizionale. Gli acquirenti si aspettano informazioni complete sulla qualità e l'origine del prodotto agricolo o alimentare. L'identificazione e la selezione dei singoli prodotti è facilitata da indicazioni geografiche, denominazioni di origine e certificati che ne confermano la particolarità.

Diapositiva 5

Protezione

I nomi registrati sono soggetti a una protezione molto ampia:

Il nome protetto (registrato come Denominazione di Origine Protetta o Indicazione Geografica Protetta) non può essere utilizzato anche quando si usano le espressioni "in stile", "tipo", "metodo", "imitazione". Sono altresì vietate pratiche che potrebbero indurre in errore il consumatore circa l'origine, il nome o le caratteristiche uniche del prodotto.

Diapositiva 6

Solo i prodotti i cui nomi sono stati registrati hanno il diritto di utilizzare il simbolo di Denominazione di Origine Protetta, Indicazione Geografica Protetta o Specialità Tradizionale Garantita e possono recare questi loghi. Questi marchi non solo proteggono i produttori dalla concorrenza sleale, ma aumentano anche la credibilità dei prodotti agli occhi dei consumatori.

Diapositiva 7

Promozione

I simboli di Denominazione di Origine Protetta, Indicazione Geografica Protetta e Specialità Tradizionali Garantite sono visti nell'Unione Europea come una garanzia di tradizione e qualità. I sondaggi confermano che i consumatori europei, quando acquistano prodotti che portano il caratteristico simbolismo dell'UE, sono disposti a pagare di più rispetto a beni della stessa categoria, ma senza un contrassegno speciale.

Diapositiva 8

Regolamenti UE e obiettivi del loro funzionamento

Le questioni relative alla protezione dei prodotti regionali e dei prodotti fabbricati con metodi tradizionali sono stabilite nel diritto dell'Unione europea nel regolamento (CE) n. 509/2006 del Consiglio, del 20 marzo, sui prodotti agricoli e alimentari che sono specialità tradizionali garantite, e nel regolamento del Consiglio (CE) n. 510/2006 del 20 marzo sulla protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni d'origine dei prodotti agricoli e alimentari.

Etichettatura di prodotti regionali e tradizionali



1. **Denominazione di Origine Protetta** significa che il nome di un prodotto ha origine in una regione, un luogo o un paese specifici. La qualità o le caratteristiche di questo prodotto sono il risultato dell'ambiente geografico, che include fattori sia naturali che umani. La denominazione di origine protetta si riferisce alla zona geografica in cui si svolgono tutte le fasi della produzione del prodotto.



2. **Indicazione geografica protetta** significa che il nome di un prodotto ha origine in una regione, luogo o paese specifico, la cui qualità, reputazione o altre caratteristiche sono il risultato di una determinata origine geografica. L'indicazione geografica protetta si riferisce ad un'area geografica in cui si svolge almeno una delle fasi di produzione di un determinato prodotto.

3. **Diapositiva 11**



4. **Specialità tradizionale garantita** significa che un prodotto ha un carattere specifico che lo distingue da prodotti simili appartenenti alla stessa categoria e documentati da almeno venticinque anni di tradizione e storia della sua lavorazione. Il nome del prodotto deve essere specifico di per sé o fare riferimento a caratteristiche specifiche del prodotto.

Diapositiva 12

Visualizzazione di esempio di prodotti registrati nell'elenco dei prodotti tradizionali:

5. Il 28 dicembre 2005 è stato inserito nella categoria Miele: Lipiec białowieski (Voivodato della Podlasie).



Miele di bosco di nettare e polline di fiori di tiglio, prodotto nella foresta di Białowieża, descritto nel 1882.

Diapositiva 13

Il 20 luglio 2005 è stato inserito nella categoria “Piatti pronti e piatti”: Pierekaczewnik (Voivodato della Podlasie).



Pierekaczewnik è un prodotto tradizionale tartaro, che prende il nome dalle aree delle ex terre di confine del Commonwealth della Polonia, che erano state a lungo abitate dai tartari.

Diapositiva 14

Prosciutto di Parma (Prosciutto di Parma) - un tipo di prosciutto crudo italiano pre-essiccato ottenuto da cosce di suino intere con osso con metodi tradizionali in un clima specifico nella provincia di Parma, nella regione Emilia-Romagna. È caratterizzato da un contenuto di sale inferiore rispetto ad altri prosciutti di questo tipo, che gli conferisce un caratteristico sapore delicato e relativamente dolce.



Diapositiva 15

Queijo de Nisa è un formaggio di pecora a pasta semidura proveniente dal comune di Nisa, nella sottoregione dell'Alto Alentejo in Portogallo. È prodotto con latte crudo, che viene coagulato e poi coagulato con un infuso di cardo. È bianco giallastro, con un gusto deciso e un finale leggermente acido. Queijo de Nisa ha uno status geografico protetto dal 1996. È registrato e ha una denominazione di origine protetta dalla Commissione europea. È stato premiato dalla rivista Wine Spectator come uno dei 100 migliori al mondo in un'edizione di formaggio.



Lezione 2

Diapositiva 1

Questioni di sicurezza alimentare, introduzione ai sistemi di qualità

Legislazione alimentare - fonti normative

Affinché gli alimenti siano sicuri per la salute umana, devono soddisfare i requisiti pertinenti, ovvero devono soddisfare le condizioni sanitarie stabilite nelle normative applicabili. La qualità salutistica degli alimenti dipende sia dalla qualità delle materie prime stesse, sia dagli additivi utilizzati o aggiunti intenzionalmente agli alimenti durante la produzione o lavorazione, sia dalle impurità in esso contenute.

Diapositiva 2

Il rispetto delle condizioni di salute fa parte dei requisiti importanti per la sicurezza alimentare. Sono importanti anche le condizioni in cui il cibo viene lavorato, prodotto, conservato e venduto. Le attività intraprese in tutte le fasi della produzione o della commercializzazione degli alimenti devono essere svolte in condizioni igieniche in modo tale da non provocarne il deterioramento, cioè il deterioramento o l'avvelenamento.

Diapositiva 3

Dal 1 gennaio 2006 sono in vigore nuove normative alimentari in tutti gli Stati membri dell'UE, creando il cosiddetto "Pacchetto igiene" comprendente 4 regolamenti che stabiliscono i principi di igiene alimentare, nonché le regole di condotta delle autorità competenti che vigilano operatori del settore alimentare.

Diapositiva 4

Inoltre, dal 1 maggio 2004, tutti gli Stati membri dell'UE dispongono di Regolamenti degli organi legislativi dell'UE in materia di sicurezza alimentare, di cui i più importanti sono: Regolamento (CE) n. 178/2002 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 28 gennaio 2002, che stabilisce i principi e i requisiti generali della legislazione alimentare, istituisce l'Autorità europea per la sicurezza alimentare (EFSA) e fissa procedure sulla sicurezza alimentare.

Diapositiva 5

Sicurezza alimentare - obblighi per i produttori derivanti da disposizioni di legge

Il produttore alimentare dovrebbe prestare particolare attenzione ai requisiti igienici e sanitari per gli impianti, vale a dire edifici, stanze, installazioni, strumenti, macchinari e attrezzature, nonché alla qualità dell'acqua destinata a scopi alimentari, alla raccolta e allo stoccaggio dei rifiuti della produzione alimentare e requisiti per le persone che lavorano alla produzione di cibo.

Diapositiva 6

Il produttore di alimenti è tenuto a garantire che il personale impiegato nella produzione di alimenti soddisfi determinati requisiti sanitari e disponga di adeguate conoscenze nel campo del rispetto delle norme igieniche.

Diapositiva 7

Compito primario dei produttori e distributori di alimenti è l'implementazione nello stabilimento di efficaci sistemi di controllo interno basati sui principi di Good Hygienic Practice (GHP), Good Manufacturing Practice (GMP) e sui principi del sistema HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Punti).

Diapositiva 8

Le aziende del settore alimentare, cioè i produttori e distributori di alimenti, sono le più responsabili per garantire la sicurezza alimentare. Il produttore non può utilizzare, per l'alimentazione umana e per la produzione di alimenti, additivi autorizzati e altri ingredienti alimentari, prodotti derivati da piante, animali o animali che contengono residui di contaminanti chimici o biologici, medicinali, nonché contaminazioni radioattive, in quantità che superano i livelli massimi.

Diapositiva 9

È responsabilità del produttore apprendere e applicare i principi della corretta etichettatura dei prodotti fabbricati. Il produttore, mentre contrassegna il suo prodotto, non può inserire false informazioni sulla confezione che inducano in errore il consumatore, ma deve fornire le informazioni rilevanti per la salute o la vita del consumatore.

Diapositiva 10

buona pratica di fabbricazione

Good Manufacturing Practice è un concetto molto ampio e può generalmente essere descritto come un insieme di principi derivanti dall'esperienza, la cui osservanza garantisce che i prodotti fabbricati soddisfino i requisiti di qualità stabiliti. Le buone pratiche di fabbricazione sono "le azioni che devono essere intraprese e le condizioni che devono essere soddisfatte affinché il cibo sia prodotto in modo tale da garantire che sia di adeguata qualità sanitaria, in base alla sua destinazione d'uso".

Diapositiva 11

A sua volta, la buona pratica igienica (GHP) include "azioni che devono essere intraprese e condizioni igieniche che devono essere soddisfatte in tutte le fasi della produzione per garantire la sicurezza alimentare". È molto chiaro che le buone pratiche igieniche (GHP) si riferiscono a un aspetto della qualità della salute e le GMP a tutti i suoi componenti.

Diapositiva 12

I principi GMP / GHP sono scritti sotto forma di codici sviluppati e pubblicati in relazione al cibo da istituzioni governative ufficiali, ad esempio la Food and Drug Administration (FDA) negli Stati Uniti, o altre organizzazioni come l'Institute of Food Science e Tecnologia in Gran Bretagna. Nella maggior parte dei paesi, i codici alimentari GMP / GHP non hanno valore legale e il rispetto delle raccomandazioni in essi contenute è volontario.

Diapositiva 13

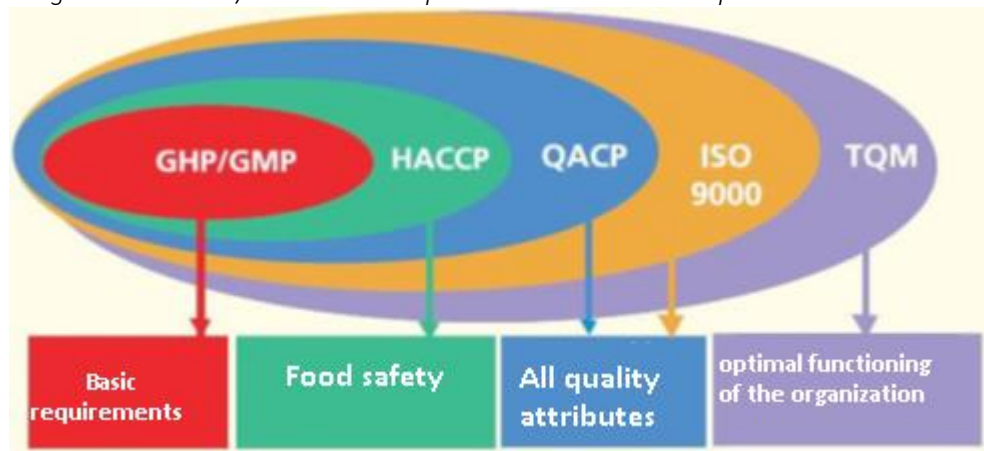
I requisiti della buona igiene pratica (GHP) sono spesso indicati come programmi prerequisiti. Fig. 1



Diapositiva 14

Entrambi questi standard (GMP e GHP) funzionano insieme. Pertanto, la migliore soluzione per le aziende di catering emergenti o per le strutture esistenti che vogliono operare e lavorare sulla base delle linee guida delle Buone Pratiche è la loro simultanea attuazione. Successivamente, lo standard GHP è più laborioso a causa della documentazione regolare e sistematica dello stato di igiene dell'impianto e del personale.

Luogo di GHP / GMP nel processo di attività per la sicurezza alimentare. Fig. 2



Diapositiva 15

Conservazione dei registri in relazione alle buone pratiche igieniche

Una buona pratica igienica è uno strumento indispensabile per mantenere la pulizia e l'ordine, nonché per l'autocontrollo delle piante. È ragionevole creare un Libro dell'Igiene in ogni pianta.

Capitoli di esempio inclusi nel Libro di igiene della pianta:

1. Descrizione dell'impianto
2. Igiene del personale
3. Lavaggio
4. Disinfezione
5. Protezione della pianta contro i parassiti
6. Verifica (si applica ai punti 3, 4 e 5)
7. Specifica delle misure
8. Specifiche dell'attrezzatura
9. Formazione GHP

Diapositiva 16

Pericoli

Dal punto di vista dei sistemi di gestione della qualità, ci riferiamo a fattori microbiologici, chimici e fisici che possono minacciare la salute o la vita del consumatore e la loro presenza nel prodotto può essere il risultato di ottenerli dalla materia prima o dal prodotto intermedio.

Tipi di minacce:

a) inquinamento biologico

I contaminanti microbici possono avere la loro causa nella presenza di batteri, funghi o microrganismi. Possono causare infezioni, infezioni tossiche o intossicazioni.

Diapositiva 17

b) inquinamento chimico

I rischi chimici sono qualsiasi sostanza non aggiunta intenzionalmente agli alimenti e la cui presenza è il risultato della produzione, dell'allevamento di animali, della medicina veterinaria, della lavorazione, della preparazione, del trattamento e dell'imballaggio, del trasporto, dello stoccaggio o dell'inquinamento ambientale.

c) inquinamento fisico

Pericoli fisici possono entrare nel cibo dalla materia prima o durante la produzione - quando i principi GMP non vengono osservati con la dovuta attenzione.

Lezione 3

Diapositiva 1

Questioni di sicurezza alimentare, introduzione ai sistemi di qualità cont.

Sistema qualità - HACCP

HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points) è un sistema di organizzazione delle attività nelle aziende che si occupano di alimenti, che garantisce la sicurezza sanitaria di questo alimento. Il sistema HACCP è riconosciuto come lo strumento più efficace per garantire che il cibo non sia contaminato e sia sicuro per il consumatore.

Diapositiva 2

L'applicazione del sistema HACCP si basa sulla convinzione che potenziali minacce e anomalie nel processo verranno identificate prima o durante il processo produttivo, in modo da minimizzare il rischio di minaccia. Il sistema viene utilizzato per eliminare il rischio associato alla contaminazione degli alimenti e dovrebbe regolare i parametri del processo di produzione che determinano la sicurezza del processo alimentare. Si applica all'intero processo tecnologico: dall'ottenimento della materia prima allo stoccaggio, alla lavorazione e, successivamente, al prodotto finito. Viene sviluppato separatamente per ogni prodotto e una linea di produzione.

Diapositiva 3

I compiti sotto indicati, ovvero gli standard di buone pratiche - igiene, produzione, ristorazione, ecc., costituiscono il programma preliminare per l'implementazione e il funzionamento del sistema HACCP. Questi standard sono linee guida per garantire condizioni di lavoro e di produzione adeguate.

Sette principi (fasi di funzionamento) all'interno del sistema HACCP:

Fase 1. Conduzione di un'analisi delle minacce

Fase 2 Determinazione dei punti critici di controllo

Fase 3. Determinazione dei limiti ottimali e critici per ciascuno dei punti di controllo

Fase 4. Stabilire procedure per il monitoraggio dei punti critici di controllo

Fase 5. Determinazione delle azioni correttive

Fase 6. Stabilire un sistema di procedure di verifica

Fase 7. Preparazione della documentazione.

Diapositiva 4

Fase 1. Conduzione di un'analisi delle minacce

Consiste nell'analisi e nell'identificazione dei potenziali pericoli associati alla produzione alimentare, dall'ottenimento della materia prima, attraverso la lavorazione, alla fase di consumo e la valutazione della probabilità di questi pericoli.

passaggi secondari:

- 1.1: Istituire un team HACCP.
- 1.2: Descrivi il prodotto.
- 1.3: Specificare lo scopo del prodotto.
- 1.4: Crea un diagramma di processo.
- 1.5: Verifica pratica del diagramma di processo.
- 1.6: Fare un elenco dei pericoli in ogni fase e un elenco dei mezzi di misurazione.

Diapositiva 5

Fase 2. Determinazione dei punti critici di controllo

Si basa sulla determinazione dei punti critici di controllo sulla base dell'analisi delle minacce condotta: luoghi, fasi, trattamenti o operazioni dell'unità che dovrebbero essere controllati al fine di eliminare, prevenire o minimizzare il rischio a un livello di sicurezza. L'identificazione dei CCP si basa sulla sequenza logica di domande e risposte riguardanti la possibilità di eliminare o ridurre il rischio nella fase di produzione considerata.

Diapositiva 6

Fase 3. Determinazione dei limiti ottimali e critici per ciascuno dei punti di controllo

Consiste nel determinare l'ottimo, cioè il parametro ideale, che garantirà che la minaccia designata sia effettivamente ridotta o eliminata in una data fase. Inoltre, dovrebbe essere stabilito un margine di sicurezza entro il quale il prodotto può essere considerato privo di pericoli designati

Diapositiva 7

Fase 4. Stabilire procedure per il monitoraggio dei punti critici di controllo

Consiste nello stabilire sistemi di monitoraggio CCP in modo che la produzione possa essere monitorata su base continuativa e che i prodotti difettosi possano essere prevenuti. Copre e specifica: la frequenza della misurazione o dell'osservazione, indica la persona responsabile, fornisce il metodo di registrazione e documentazione e memorizzazione dei dati fino all'esaurimento del prodotto. Dovrebbero essere selezionate procedure di monitoraggio appropriate in modo da poter identificare la perdita di controllo e la deviazione dal limite. Il monitoraggio dovrebbe essere effettuato su base continua, altrimenti dovrebbe essere impostata la frequenza di misurazione, necessaria per garantire il pieno controllo del CCP

Diapositiva 8

Fase 5. Determinazione delle azioni correttive

In base a tale principio, si prevede di stabilire per ogni CCP le opportune azioni correttive da intraprendere quando il monitoraggio rivela uno scostamento dai limiti critici, il che a sua volta significa che le CCP interessate non sono sotto controllo.

Diapositiva 9

Fase 6. Stabilire procedure di verifica del sistema

Consiste nello sviluppo delle procedure di verifica per confermare se il sistema funziona in conformità con il piano HACCP stabilito e se è efficace ed efficiente nel garantire un'adeguata sicurezza sanitaria alimentare. A tal fine, è possibile utilizzare vari tipi di metodi: audit, test, analisi, ecc.

Il processo di verifica consente di valutare se: il processo di produzione coperto dal sistema è sotto controllo, le minacce identificate sono eliminate o ridotte al minimo a un livello di sicurezza, il prodotto non rappresenta una minaccia per la vita o la salute del consumatore, il sistema CCP funziona correttamente. La verifica si applica a: materie prime, processo di produzione, macchinari e attrezzature di produzione, programmi di lavaggio e disinfezione, confezionamento, stoccaggio o distribuzione.

Diapositiva 10

Fase 7. Preparazione della documentazione

Implica lo sviluppo di un modo per conservare, raccogliere e archiviare la documentazione contenente tutti i piani, le procedure e le registrazioni HACCP appropriati ai principi e alla loro applicazione. La documentazione raccolta dovrebbe essere disponibile e resa disponibile per il controllo dei funzionari, nonché dei clienti - appaltatori nazionali ed esteri.

Diapositiva 11

Audit e certificazione dei sistemi di gestione della sicurezza alimentare

Audit del sistema di gestione della sicurezza alimentare

Gli audit interni dei sistemi di gestione della sicurezza alimentare sono finalizzati a valutare il funzionamento del sistema implementato da parte dell'organizzazione in cui il sistema opera. Risultati ottenuti dagli audit, consentono il suo miglioramento.

Le verifiche esterne sono svolte da società esterne. Possono essere svolte da enti certificati con autorizzazione a rilasciare certificati attestanti la conformità del sistema implementato a una determinata norma, standard o linee guida. Inoltre, i clienti, come i fornitori, possono eseguire audit esterni.

Diapositiva 12

Certificazione del sistema HACCP

L'International Organization for Standardization (ISO) ha pubblicato il 19 giugno 2018 un aggiornamento dello standard internazionale ISO 22000: 2005 che stabilisce i requisiti per i sistemi di gestione della sicurezza alimentare e copre tutte le organizzazioni della catena di produzione alimentare - dalla coltivazione e l'allevamento attraverso la produzione al piatto (dal campo alla tavola).

Lo standard ISO 22000: 2018 è un nuovo approccio alla gestione della sicurezza degli alimenti e dei mangimi (basato sui principi HACCP) ed è stato sviluppato per tutte le organizzazioni coinvolte nella catena alimentare.

Diapositiva 13

Il Sistema HACCP certificato consente di aumentare la fiducia dei consumatori nel cibo offerto e di fornire ai consumatori prove della capacità dell'organizzazione di identificare e controllare i pericoli che incidono sulla sicurezza alimentare, nonché di monitorare le condizioni della sua produzione, che possono avere effetti negativi.

Il compito prioritario nella lotta competitiva è garantire un prodotto sicuro nei tempi, con un livello di qualità ripetibile e atteso, con i costi di produzione più bassi possibili. Questo obiettivo è servito dalla gestione della qualità e della sicurezza alimentare basata sui requisiti degli standard internazionali e / o nazionali, inclusa la certificazione di un sistema integrato basato sullo standard ISO 22000.

Lezione 4

Diapositiva 1

Definizione del prodotto e stima del mercato

Definizione del prodotto

Un prodotto nel marketing è qualsiasi oggetto di scambio di mercato e tutto ciò che può essere offerto sul mercato. Un prodotto può essere un bene materiale, un servizio, un luogo, un'organizzazione o un'idea. La funzione fondamentale di ogni prodotto è soddisfare le esigenze dell'acquirente.

Processo tecnologico- insieme quantitativamente e qualitativamente ordinato di attività che modificano le proprietà fisiche (forma, dimensione), la forma di occorrenza o le proprietà chimiche di una data sostanza (materiale). Il processo tecnologico insieme alle attività ausiliarie (movimento materiale) costituiscono il processo produttivo a seguito del quale si ottiene il prodotto.

Diapositiva 2

Costo - consumi espressi in termini di valore: mezzi di lavoro, oggetti di lavoro, servizi esterni, il lavoro stesso.

Il sistema di calcolo classifica i costi necessari per calcolare il costo del prodotto.

Marca, o marchio commerciale, un nome di marca: un nome o un simbolo grafico posto sui prodotti per proteggerli da imitazioni o contraffazioni, impersonificazione, attribuzione. Viene trattato come una sorta di certificato: il produttore non si vergogna del suo prodotto, "firmandolo", ne garantisce la qualità. Quindi il "marchio" è sinonimo di opinioni.

Diapositiva 3

Stima del mercato

Mercato(in economia) - un insieme di meccanismi che consentono ai produttori di contattare i consumatori. Il mercato è l'insieme delle transazioni di acquisto e vendita e le condizioni in cui si svolgono. Il prezzo e la quantità delle merci sono determinati sul mercato competitivo. È anche un gruppo specifico di entità economiche interessate all'acquisto e alla vendita di determinati beni, valori o servizi.

Parte della popolazione rappresenta l'offerta (produttori) e parte della domanda (consumatori). L'opposizione alla domanda di offerta in un luogo e in un momento specifici porta a determinare il prezzo del valore scambiato - questo fa sì che avvengano transazioni di vendita e vendita.

Diapositiva 4

Gruppo target- il gruppo a cui è diretto il messaggio, la pubblicità e il prodotto. Soprattutto nella pubblicità, è importante identificare correttamente il pubblico di destinazione. Il modo tradizionale di definire un gruppo target è selezionare le persone che soddisfano specifici criteri socio-demografici.

Diapositiva 5

Konkurencja - proces, w którym podmioty rynkowe współzawodniczą ze sobą w zawieraniu transakcji rynkowych poprzez przedstawianie korzystniejszej od innych podmiotów oferty rynkowej celem realizacji swoich interesów.

Konkurowanie może się odbywać w oparciu o wiele cech oferty rynkowej, takich jak cena, jakość, forma płatności i wiele innych.

concorrenza - un processo in cui gli operatori di mercato competono tra loro nel concludere transazioni di mercato presentando un'offerta di mercato più favorevole rispetto ad altre entità per perseguire i propri interessi.

La competizione può essere basata su molte caratteristiche dell'offerta di mercato, come prezzo, qualità, forma di pagamento e molte altre.

Diapositiva 6

Marketingha molte definizioni scientifiche. In poche parole, il marketing è un'attività volta a trovare, stimolare e soddisfare le esigenze delle entità aziendali.

Le attività di marketing si dividono in quattro tipologie fondamentali, il cosiddetto marketing mix. Questi sono: prezzo, prodotto, distribuzione e promozione.

Diapositiva 7

Prezzo - la somma di denaro per la quale il venditore è disposto a rinunciare ai propri diritti su un determinato bene, o l'acquirente è disposto ad acquistarlo, per acquistare il diritto.

Il prezzo può riguardare, tra l'altro, bene o servizio. Secondo la maggior parte delle teorie economiche, il prezzo è uguale al valore di un dato bene.

Diapositiva 8

Distribuzione- uno degli strumenti del marketing mix. La distribuzione nel marketing è intesa come attività finalizzata ad offrire il prodotto nel modo desiderato dal produttore, nel luogo e nel momento giusto. La giusta distribuzione non solo va al giusto cliente target, ma può anche generare valore aggiunto al prodotto.

Diapositiva 9

Promozione è l'impatto sui destinatari dei prodotti di un'azienda, consistente nel fornire loro informazioni che servono ad aumentare la conoscenza dei prodotti o servizi e dell'azienda stessa, al fine di creare per loro preferenze di mercato.

La promozione è un elemento della comunicazione di marketing. Gli strumenti di promozione del marketing mix per il concetto 4P sono: promozione delle vendite, pubblicità, personale di vendita, marketing diretto e pubbliche relazioni.

Diapositiva 10

Prognoza sprzedaży, a oczekiwany poziom sprzedaży oferowanych produktów the usług zależny from wybranego planu marketingowego i uwzględnienia warunków otoczenia marketingowego, a głównie możliwego wpływu and siły konkurentów. Prognozowanie jest sztuką przewidywania zachowania się nabywców, przyszłego stanu rynku, relacji podaży i popytu oraz spodziewanej koniunktury gospodarczej na obszarach działania przedsiębiorstwa.

Fare prognozowania w marketingu wykorzystywane są:

- ekstrapolacja trendów sprzedaży,
- analiza czynników kształtujących wielkość popytu i jego kształtowanie,
- analiza statystyczna i ekonometryczna,
- ankietowanie nabywców dla poznania ich zamiarów zakupu (badania rynkowe),
- metoda delficka i inne.

Le previsioni di vendita è il livello previsto di vendita dei prodotti e dei servizi offerti a seconda del piano di marketing scelto e tenendo conto delle condizioni dell'ambiente di marketing, e principalmente del possibile impatto e della forza dei concorrenti. La previsione è l'arte di prevedere il comportamento degli acquirenti, lo stato futuro del mercato, il rapporto tra domanda e offerta e la situazione economica attesa nelle aree dell'impresa.

Per le previsioni nel marketing, utilizziamo:

- estrapolazione delle tendenze di vendita,
- analisi dei fattori che determinano il volume della domanda
- analisi statistica ed econometrica,
- sondare gli acquirenti per scoprire le loro intenzioni di acquisto (ricerca di mercato),
- Metodo Delphi e altri.

Lezione 5

Diapositiva 1

Costruzione di un piano di investimenti

Sviluppo di un piano finanziario e valutazione dell'efficacia del progetto

Un investimento è un esborso economico per la creazione o l'aumento delle immobilizzazioni. Spese delle imprese per beni che possono essere utilizzati per produrre altri beni e servizi. Questo è chiamato "effetto dei benefici differiti". Dividiamo gli investimenti in investimenti in capitale fisso e investimenti in scorte.

Diapositiva 2

Costi variabili sono le spese dell'imprenditore direttamente legate alla produzione. Il loro livello dipende direttamente dalle dimensioni della produzione. Quindi sono zero quando non viene prodotto nulla e crescono all'aumentare della produzione.

Prezzi fissi - spese che devono essere sostenute dall'imprenditore, indipendentemente dal volume di produzione. I costi fissi sono quei costi che non rispondono alle variazioni del volume di produzione, perché dipendono, ad esempio, dal passare del tempo e indipendentemente dalla quantità di prodotti prodotti in un dato periodo, molto spesso rimangono invariati, ad esempio : stipendi dei dipendenti amministrativi e direttivi, energia per il riscaldamento e l'illuminazione, pulizia ecc.

Diapositiva 3

Reddito - il guadagno ottenuto o dovuto come parte delle operazioni aziendali, molto spesso il reddito è il valore totale delle vendite nette di beni e servizi nel periodo contabile (giorno, mese o anno contabile).

Reddito è una misura finanziaria dei benefici derivati da varie fonti. Ai fini fiscali, nel caso delle persone fisiche, di regola, il reddito dalla fonte di reddito è l'eccedenza della somma dei ricavi da questa fonte rispetto ai costi per ottenerli nell'anno fiscale. Se la somma dei costi deducibili dalle tasse di una data fonte supera la somma dei ricavi ottenuti da questa fonte, c'è una perdita.

Diapositiva 4

Risorse - controllata da un'impresa con un valore determinato in modo attendibile, derivante da eventi passati, che genereranno benefici economici per l'entità in futuro.

Passività - una fonte di copertura del patrimonio aziendale.

Diapositiva 5

Bilancio - è una dichiarazione sintetica preparata per un giorno specifico, ad esempio la fine del periodo di rendicontazione (contabile), che mostra le attività (attività) da un lato e il capitale (passività) dall'altro, ovvero le fonti di finanziamento delle attività. Il totale di bilancio dal lato dell'attivo e il totale delle passività sono sempre uguali.

Diapositiva 6

Profitto - è un risultato finanziario positivo di un'impresa o di uno specifico investimento o prestito. Il suo opposto è la perdita. Il profitto è un valore estensivo e non determina direttamente l'efficacia

della gestione o dell'investimento. La redditività è un valore che determina l'efficacia della gestione e dell'investimento.

Diapositiva 7

Perdita- è un risultato finanziario negativo di un'impresa o di uno specifico investimento o prestito. Il suo opposto è il profitto. La perdita non significa automaticamente che un'impresa sia inefficiente. Accade spesso che un'impresa in forte sviluppo mostri una perdita per qualche tempo a causa di investimenti intensivi in mezzi di produzione. D'altra parte, un'impresa in contrazione può paradossalmente mostrare profitto se scarica abbastanza rapidamente attività correnti e altre attività. La perdita permanente di solito si traduce prima in un aumento del debito, poi in una perdita di liquidità e infine in una dichiarazione di fallimento.

Diapositiva 8

Conto economico, ti informa sull'efficacia dei singoli tipi di attività e sul risultato finanziario complessivo dell'impresa. Il conto profitti e perdite mostra la capacità dell'azienda di generare profitti e di autofinanziarsi.

Diapositiva 9

Immobilizzazioni - parte del patrimonio aziendale con vita utile stimata superiore a un anno.

Ammortamento è utilizzato per attribuire il prezzo di acquisto o il costo di produzione di un bene fisso o immateriale all'intera vita utile di tali beni.

La somma degli ammortamenti è l'ammortamento. L'ammortamento è un costo non monetario (non comporta spese nel periodo corrente). È anche una fonte di finanziamento per investimenti di restituzione. Con l'aiuto dell'ammortamento, le spese per l'acquisto o la produzione di un cespite vengono gradualmente incluse nei costi dei singoli periodi, il che consente di raccogliere fondi per l'acquisto di nuove immobilizzazioni dopo il completo ammortamento di quelle vecchie.

Diapositiva 10

Dividendo- una parte dell'utile netto destinata alla distribuzione tra i soci. L'importo del dividendo è calcolato sulla base del risultato finanziario annuale della società. Le autorità della società decidono l'importo del dividendo e la data del suo pagamento.

Il dividendo può essere pagato da: utile netto, capitale supplementare o utili portati a nuovo degli anni precedenti. Il dividendo è solitamente in contanti, ma può anche essere pagato sotto forma di azioni.