

**ANALIZA PIEȚELOR VITIVINICOLE MONDIALE,
MANAGEMENTUL ȘI MARKETINGUL VITIVINICOL**

1. Date despre unitatea de curs/modul

Facultatea	Tehnologia Alimentelor				
Catedra/departamentul	Oenologie și Chimie				
Ciclul de studii	Studii de masterat, ciclul II				
Programul de studiu	Oenologie, Enoturism și Piețe Vitivinicole				
Anul de studiu	Semestrul	Tip de evaluare	Categoria formativă	Categoria de opționalitate	Credite ECTS
I	II	E,LI	F – unitate de curs de fundamentală	O - unitate de curs obligatorie	5

2. Timpul total estimat

Total ore în planul de învățământ	Din care		
	Ore auditoriale		Lucrul individual
	Curs	Seminare	Studiul materialului teoretic
150	20	20	110

3. Precondiții de acces la unitatea de curs/modul

Conform planului de învățământ	Trebuie să fie finalizată cu succes licența la: Oenologie; Inginerie și Management în Industria Alimentară; Biotehnologii; Tehnologia Produselor Alimentare
Conform competențelor (240 ECTS credite)	Inginer licențiat în: Industria Alimentară; Oenologie; Inginerie și Management în Industria Alimentară; Biotehnologii; Alimentație și Nutriție.
Conform competențelor (180 ECTS credite)	Licențiat în: Horticultură, Biologie, Chimie, Economie și Management și alte specialități înrudite.

4. Condiții de desfășurare a procesului educațional pentru

Curs	Pentru prezentarea materialului teoretic în sala de curs este nevoie de proiector și calculator. Nu vor fi tolerate întârzierile studenților, precum și convorbirile telefonice în timpul cursului.
Seminar	<p>Lucrările practice sunt corelate cu materia predata la curs și acoperă necesarul de cunoștințe în managementul și marketingul din sectorul vitivinicol, legislația agro-alimentară și documente normative pentru produse vitivinicole, organizarea exportului, prestarea serviciilor de enoturism.</p> <p>Studenții vor dezvolta capacitatea de a evidenția documentele esențiale pentru organizarea exportului produselor vitivinicole; studierea piețelor de desfacere, organizarea enoturismului</p>

5. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>CPM1. Utilizarea adecvată a noțiunilor specifice viticulturii și oenologiei, businessului în sectorului vitivinicol și a enoturismului și siguranței alimentare.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Dobândirea de aptitudini, abilități și valori practice necesare în domeniul profesional. ▪ Asigurarea cunoștințelor necesare privind organizarea afacerilor în domeniul vitivinicol, cât și a gestionării exportului produselor vitivinicole. <p>Aplicarea unor principii și metode de organizare a afacerilor și a enoturismului și a</p>
-------------------------	--

	turismului rural din ramura vitivinicolă.
	<p>CPM2. Planificarea, organizarea metodologiei cercetărilor științifice în domeniul calității și siguranței produselor vitivinicole.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Definirea și descrierea proceselor de cercetare în siguranța produselor vitivinicole. <p>Aplicarea unor principii și metode de îmbunătățire continuă a bunelor practici referitoare la piața vitivinicolă.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Explicarea și interpretarea conceptelor, proceselor, modelelor și metodelor specifice, a actelor normativ-legislative în domeniul oenologiei și a organizării pieței vitivinicole. <p>Capacitatea de a lucra în echipă.</p> <p>CPM3. Realizarea și perfecționarea controlului conformității produselor vitivinicole în toate fazele de producție și marketing.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Utilizarea de metode adecvate pentru îmbunătățirea proceselor tehnologice din industria vitivinicolă. ▪ Aplicarea actelor normative și legislative pentru evaluarea și aprecierea cerințelor clienților și demonstrare conformității produselor vitivinicole. <p>CPM5. Asigurarea managementului, marketingului privind dezvoltarea afacerilor în sectorul vitivinicol și a enoturismului a tehnologiilor specifice de marketing pentru piețele de desfacere a produselor vitivinicole.</p>
Competențe transversale	CT1. Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale de inginer în cadrul propriei strategii de muncă calificată și eficientă.

6. Obiectivele unității de curs/modulului

Obiectivul general	Formarea la masteranzi a abilităților privind analiza și studiul piețelor vitivinicole mondiale și interne – locale. Inițierea afacerilor în domeniul vitivinicol
Obiectivele specifice	<p>La nivel de cunoaștere și înțelegere</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cunoașterea de către masteranzi a legislației agroalimentare în domeniul vitivinicol, managementul, marketingul produselor vitivinicole și organizarea pieței vitivinicole la nivel Mondial, UE, CSI și Local; • Cunoașterea de către masteranzi a documentației normative în domeniul vitivinicol, managementul, marketingul produselor vitivinicole și diversificării pieței vitivinicole la nivel Mondial, UE, CSI și Local; • Cunoașterea de către masteranzi a metodologiei de verificare a calității și inofensivității produselor vitivinicole în vederea organizării pieței vitivinicole la nivel Mondial, UE, CSI și Local; • Cunoașterea de către masteranzi a actelor legislativ-normative referitor în vederea organizării pieței vitivinicole la nivel Mondial, UE, CSI, Local; • Cunoașterea de către masteranzi a modului de aplicare pentru obținerea proiectelor de susținere a afacerilor din sectorul Vitivinicol;. • Cunoașterea de către masteranzi a modului de gestionare a proiectelor de susținere a bussinesului vitivinicol, enoturismului și turismului rural. <p>La nivel de aplicare</p> <ul style="list-style-type: none"> • Explicarea și interpretarea legislației în domeniul organizării, dezvoltării și diversificării pieței vitivinicole. • Explicarea și interpretarea documentației normative privind inofensivitatea, calitatea și autenticitatea produselor vitivinicole (vițe altoite standard, struguri de vin cu bobul alb sau roșu, vinurilor realizate; • Explicarea și interpretarea modalității de concepere și gestionare a proiectelor din sectorul strategic vitivinicol. <p>La nivel de integrare</p> <ul style="list-style-type: none"> • Să poată să elaboreze un proiect de transfer tehnologic în sectorul vitivinicol,

	<p>de susținere a afacerilor din domeniul dat, a enoturismului, a turismului rural, etc</p> <ul style="list-style-type: none"> • Să poată să argumenteze un proiect de transfer tehnologic în sectorul vitivinicol și de susținere a enoturismului, a turismului rural, etc • Să poată să gestioneze un proiect de transfer tehnologic și de afaceri în sectorul vitivinicol și de susținere a enoturismului și a turismului rural, etc.
--	--

7. Conținutul unității de curs/modulului

Tematica activităților didactice	Numărul de ore
Tematica prelegerilor	
T.1. Managementul afacerilor în viticultură.	4
T.2. Piața mondială a vinului și analiza ei.	4
T.3. Bussines-planul.	4
T.4. Conceptul și natura marketingului.	4
T.5. Marketingul în filiera vitivinicolă.	4
Total prelegeri:	20

Tematica seminariilor	Numărul de ore
LP1. Metodele cantitative în marketing.	4
LP2. Dezvoltarea și introducerea noilor produse.	4
LP3. Adaptarea produsului la piață.	4
LP4. Publicitatea și suporturile ei: comunicațiile de masă.	4
LP5. Studiu de caz de comercializare a vinurilor prin diferite tehnici de marketing.	4
Total seminarii	20

8. Referințe bibliografice

Principale	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bugaian Larisa. Managementul producției la întreprinderile industriei alimentare. Editura AȘM Chișinău, 2008 2. Demetrescu M., Marketing. Editura EUROPA NOVA, București, 1999 3. Dodu A., Gumeniuc I., Managementul întreprinderii. Note de curs., Editura "Tehnică-UTM", Chișinău, 2014 4. Corobca V., Apruda P., Nicolaescu Gh., Afaceri în viticultură., A.C.S.A, Editura "Tipografia Centrală", Chișinău 2009 5. Bălănuță M., Corobca V., Cultura viței-de-vie în gospodăria fermierului, Editura Ruxanda, Chișinău, 1999 6. Cotea Victoria, Cotea V.V., Viticultura, Ampelografie și Oenologie., Editura Didactică și Pedagogică, București, 1996 7. Kotler F., Osnovi Marketinga, Izd. Progress, Moskva, 1992 8. Mora P., Castaing I., Bonnes pratiques et marketing du vin., Dunod, Paris, 2005 9. Mora P., Le commerce du vin. Panorama. Perspectives., 2007 10. Perstnirov N., Surugiu V., Moroșan E., Corobca V. Viticultură, Editura Tipografia Centrala, 2000 11. Rouzet Emmaunelle, Seguin Gérard. Management de l'entreprise vitivinicole: Pratiques et outils. Dunod, Paris, 2004 12. Rouzet Emmaunelle, Seguin Gérard. Le marketing du vin : Savoir vendre le vin. Dunod, Paris, 2003 13. Rouzet Emmaunelle, Seguin Gérard. Guide pratique de la vente directe du vin. Dunod, Paris, 2003 14. Rabcea M., Pedeampeloecologia-baza dezvoltării ., Chișinău, 2004 15. Rusu C. și colab. Managementul afacerilor mici și mijlocii, Editura Logos, Chisinau, 1993 16. Sororean Ch. Marketingul-Baza bussinessului, Editura ARC, Chișinău, 1999 17. Sturza Rodica, Găină Boris, Ionete Elena Roxana, Costinel Diana. Autenticitatea și inofensivitatea produselor uvologice. Chișinău, Editura „MS Logo”, 2017.
------------	---

	<p>18. Taran și colab. Ghidul vitivinicol al fermierului., Chișinău: Agepi, 2003</p> <p>19. Sturza Rodica, Găină Boris, Ionete Elena Roxana, Costinel Diana. Autenticitatea și inofensivitatea</p> <p>20. Legea viei și vinului nr. 57-XVI din 10.03.2006 (cu modificările ulterioare).</p> <p>21. Legea privind protecția indicațiilor geografice, denumirilor de origine și specialităților tradiționale garantate nr. 66-XVI din 27.03.2008.</p> <p>22. Hotărâre de Guvern cu privire la aprobarea Reglementării tehnice “Metode de analiză în domeniul fabricării vinurilor nr. 708 din 20.09.2011.</p> <p>23. Hotărâre de Guvern pentru aprobarea Reglementării tehnice “Sistemul de organizare a pieței vitivinicole și trasabilitatea produselor” nr. 356 din 11.05.2009.</p> <p>24. Hotărâre de Guvern cu privire la aprobarea Reglementării tehnice “Metode de analiză în domeniul fabricării vinurilor nr. 708 din 20.09.2011.</p> <p>25. Hotărâre de Guvern cu privire la aprobarea Reglementării tehnice “Definirea, descrierea, prezentarea și etichetarea nr. 317 din 23.05.2012.</p> <p>26. Drumul vinului. http://turism.gov.md/index.php?page=proiecte_finalizate&opa=view&id=5&start=&l=</p>
Suplimentare	<p>1. Ansamblu de funcțiuni enoturistice, axat pe valorificarea regiunilor viticole și producția de vin – crama. http://www.arh.upt.ro/wp-content/uploads/2015/04/Florescu-Daniela-Veronica-Ansamblu-de-functiuni-enoturistice.pdf</p> <p>2. Turismul vitivinicol – atracție pentru turiștii străini. https://agroteca.ro/turismul-viticol-atractie-pentru-turistii-straini/</p>

9. Evaluare

Forma de învățământ	Evaluarea periodică (EP)		Evaluarea curentă	Studiul individual	Examen
	EP 1	EP 2			
Cu frecvență	15%	15%	15%	15%	40%
Standard minim de performanță					
Prezența și activitatea la prelegeri și lucrări de laborator; Obținerea notei minime de „5” la fiecare dintre evaluări, lucrul individual și examen.					