

CORSO DI STUDIO: Scienze e Tecnologie Cosmetiche e dei Prodotti del Benessere

ANNO ACCADEMICO: 2025/2026

DENOMINAZIONE DELL'INSEGNAMENTO: Normative e marketing nel settore del benessere

Principali informazioni sull'insegnamento	
Anno di corso	III anno
Periodo di erogazione	II semestre (16/03/2026 al 12/06/2026)
Crediti formativi universitari (CFU/ETCS):	6 CFU
SSD	CHEM-08/A
Lingua di erogazione	ITALIANO
Modalità di frequenza	FACOLTATIVA

Docente 1	
Nome e cognome	Massimo Fresta - (Codocenza CFU 3)
Indirizzo mail	fresta@unicz.it
Telefono	0961 3694383 oppure 4118
Sede	Stanza Nucleo di Valutazione, III livello edificio F (pre-clinico)
Sede virtuale	Google meet
Ricevimento	Tutti i giorni previo appuntamento via mail

Docente 2	
Nome e cognome	Nicola d'Avanzo - (Codocenza CFU 3)
Indirizzo mail	nicola.davanzo@unicz.it
Telefono	0961 3694209
Sede	Stanza n. 5-6, V livello, edificio delle Bioscienze
Sede virtuale	Piattaforma google meet
Ricevimento	Tutti i giorni previo appuntamento via mail

Organizzazione della didattica			
Ore			
Totali	Didattica frontale	Pratica (laboratorio, campo, esercitazione, altro)	Studio individuale
150	48	0	102
CFU/ETCS			
6	6	0	

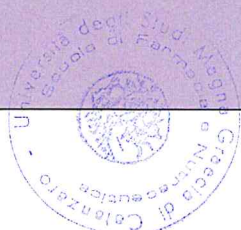
Obiettivi formativi	<p>L'insegnamento si propone di fornire agli studenti conoscenze relative al quadro normativo, agli aspetti regolatori e alle strategie di marketing applicate al settore cosmetico e dei prodotti del benessere, con particolare riferimento alla legislazione vigente, alla sicurezza dei prodotti, alla comunicazione commerciale e alle dinamiche del mercato. Gli obiettivi formativi specifici sono:</p> <ul style="list-style-type: none">• comprendere il sistema normativo nazionale ed europeo che disciplina i prodotti cosmetici e i prodotti del benessere;• conoscere i requisiti per l'immissione in commercio, l'etichettatura, la sicurezza e la vigilanza dei prodotti;
----------------------------	--



	<ul style="list-style-type: none"> • <i>comprendere le principali strategie di marketing e comunicazione applicate al settore;</i> • <i>acquisire strumenti per analizzare il mercato, i consumatori e i canali distributivi;</i> • <i>approfondire aspetti etici, di sostenibilità e di innovazione nella promozione e commercializzazione dei prodotti del benessere.</i>
Prerequisiti	<i>Non sono richieste conoscenze preliminari specifiche.</i>

Metodi didattici	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Lezioni frontali con supporto di slide, documenti normativi e materiale multimediale.</i> • <i>Analisi e discussione di casi studio relativi a etichettatura, claims, campagne di marketing e posizionamento di prodotti cosmetici e del benessere.</i> • <i>Attività di gruppo finalizzate alla simulazione del lancio di un prodotto, con definizione degli aspetti regolatori e delle strategie di comunicazione.</i> • <i>Seminari con professionisti del settore cosmetico, regolatorio e marketing.</i>
-------------------------	---

<p>Risultati di apprendimento previsti</p> <p><i>Da indicare per ciascun Descrittore di Dublino (DD=</i></p> <p>DD1 Conoscenza e capacità di comprensione</p> <p>DD2 Conoscenza e capacità di comprensione applicate</p> <p>DD3-5 Competenze trasversali</p>	<p>Al termine dell'insegnamento lo/la studente/studentessa avrà acquisito conoscenze e competenze coerenti con i cinque descrittori di Dublino di seguito dettagliati.</p> <p>Descrittore di Dublino 1: Conoscenza e capacità di comprensione <i>Al termine dell'insegnamento lo/la studente/studentessa acquisirà conoscenze:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>sul quadro normativo nazionale ed europeo relativo ai cosmetici e ai prodotti del benessere;</i> • <i>sui requisiti di sicurezza, etichettatura, claims e pubblicità dei prodotti;</i> • <i>sulle principali strategie di marketing, branding e comunicazione del settore;</i> • <i>sulle caratteristiche del mercato cosmetico e dei canali distributivi.</i> <p>Descrittore di Dublino 2: Capacità di applicare conoscenza e comprensione <i>Al termine dell'insegnamento lo/la studente/studentessa dovrà essere in grado di:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>interpretare correttamente la normativa applicabile a un prodotto cosmetico o del benessere;</i> • <i>valutare la conformità di etichette, claims e materiali promozionali;</i> • <i>analizzare il posizionamento di un prodotto nel mercato di riferimento;</i> • <i>progettare una semplice strategia di marketing e comunicazione coerente con le caratteristiche del prodotto e con la normativa vigente.</i>
--	---



	<p>Descrittore di Dublino 3: Autonomia di giudizio Al termine dell'insegnamento lo/la studente/studentessa dovrà essere in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none"> • valutare criticamente la correttezza e l'efficacia di campagne promozionali e messaggi pubblicitari; • formulare giudizi autonomi sugli aspetti etici, normativi e di sostenibilità nella commercializzazione dei prodotti del benessere. <p>Descrittore di Dublino 4: Abilità comunicative Al termine dell'insegnamento lo/la studente/studentessa dovrà essere in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none"> • comunicare in modo chiaro e appropriato contenuti normativi e di marketing; • utilizzare correttamente la terminologia tecnico-scientifica e regolatoria del settore; • presentare e discutere in aula casi studio, elaborati e proposte di lancio di prodotto; • interagire efficacemente con figure professionali diverse, quali responsabili regolatori, marketing manager e operatori del settore cosmetico. <p>Descrittore di Dublino 5: Capacità di apprendere in modo autonomo Al termine dell'insegnamento lo/la studente/studentessa dovrà essere in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none"> • aggiornarsi autonomamente sull'evoluzione della normativa cosmetica e delle tendenze di mercato; • consultare e interpretare documenti normativi, linee guida e fonti professionali; • approfondire autonomamente aspetti relativi alla comunicazione, al marketing e alla sostenibilità dei prodotti del benessere; • affrontare corsi di formazione o insegnamenti avanzati nell'ambito regolatorio e manageriale del settore cosmetico.
--	--

<p>Contenuti di insegnamento (Programma)</p>	<p>Introduzione al mercato cosmetico e del benessere</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evoluzione del mercato e principali trend. • Filiera distributiva. <p>Quadro normativo e regolatorio</p> <ul style="list-style-type: none"> • Normativa europea sui cosmetici: Regolamento (CE) n. 1223/2009. • Sicurezza del prodotto cosmetico. • Vigilanza, cosmetovigilanza e richiami. <p>Etichettatura, claims e pubblicità</p> <ul style="list-style-type: none"> • Claims cosmetici e criteri comuni. • Pubblicità, comunicazione commerciale e tutela del consumatore. • Green claims, natural claims e sostenibilità.
---	--



	<p>Marketing nel settore del benessere</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Principi di marketing applicati al settore cosmetico.</i> • <i>Analisi del consumatore e segmentazione del mercato.</i> • <i>Posizionamento, branding e packaging.</i> • <i>Marketing digitale, social media e influencer marketing.</i> • <i>Canali distributivi: farmacia, profumeria, GDO, e-commerce.</i> <p>Aspetti economici e gestionali</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Analisi della concorrenza e del mercato.</i> • <i>Pricing e strategie di lancio.</i> • <i>Innovazione e sviluppo di nuovi prodotti.</i> <p>Approfondimenti, casi studio e seminari</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Analisi di etichette e materiali promozionali.</i> • <i>Studio di campagne pubblicitarie.</i> • <i>Simulazione del lancio di un prodotto cosmetico o del benessere.</i> • <i>Seminari con professionisti del settore regolatorio e marketing</i>
Testi di riferimento	<ul style="list-style-type: none"> • <i>I social nella cosmesi. Strategie di digital marketing per l'industria cosmetica, libri di kosmetica, Ultima edizione</i> • <i>Il marketing operativo dei prodotti cosmetici, Aras edizioni, Antonio Argentieri, Ultima edizione</i>
Note ai testi di riferimento	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Normative europee</i> • <i>Materiale didattico e slide fornite dai docenti.</i>
Materiali didattici	<p>Il materiale didattico sarà reperibile sulla piattaforma elearning dell'Università Magna Graecia di Catanzaro, al seguente indirizzo https://elearning.unicz.it/course/index.php?categoryid=33</p> <p>Gli studenti potranno altresì avvalersi dei servizi messi a disposizione dal sistema bibliotecario SBA (https://sba.unicz.it/)</p>

Valutazione	
Modalità di verifica dell'apprendimento	<p><i>L'apprendimento sarà verificato mediante:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>una prova orale volta ad accertare la conoscenza degli argomenti del corso, la capacità di applicazione della normativa e la padronanza dei concetti di marketing;</i> • <i>la discussione di un elaborato o lavoro di gruppo riguardante l'analisi regolatoria e il piano di marketing di un prodotto cosmetico o del benessere.</i>



<p><i>Criteria di valutazione</i></p>	<p>I criteri di valutazione presi in considerazione saranno i seguenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • capacità di organizzare discorsivamente le conoscenze acquisite; • capacità di applicare tali conoscenze con senso critico; • qualità dell'esposizione; • l'utilizzo di una terminologia tecnico-scientifica specifica e appropriata; • l'efficacia comunicativa.
<p><i>Criteria di misurazione dell'apprendimento e di attribuzione del voto finale</i></p>	<p><i>Il voto finale è attribuito in trentesimi. L'esame si intende superato quando il voto è maggiore o uguale a 18/30.</i></p> <p><i>La valutazione verrà assegnata secondo i seguenti criteri:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • 18-20: <i>conoscenza basilare e sufficiente degli argomenti principali, esposizione semplice con uso minimale del linguaggio tecnico; limitata capacità critica e autonomia di giudizio.</i> • 21-23: <i>conoscenza appropriata ma prevalentemente descrittiva, buona capacità espositiva con utilizzo sufficiente del linguaggio tecnico, capacità critica essenziale.</i> • 24-26: <i>conoscenza buona e corretta degli argomenti, esposizione chiara e coerente con appropriato linguaggio disciplinare; discreta autonomia di giudizio e capacità critica.</i> • 27-29: <i>conoscenza approfondita e ben organizzata dei contenuti, ottima capacità applicativa, esposizione ben strutturata e fluida, dimostrando buona autonomia di giudizio e notevole capacità di argomentazione.</i> • 30: <i>conoscenza eccellente, completa e dettagliata degli argomenti trattati; esposizione critica e brillante con elevata autonomia di giudizio e capacità di analisi e sintesi.</i> • 30 e Lode: <i>eccellente e approfondita preparazione, autonomia di giudizio particolarmente spiccata, originalità nell'argomentazione e capacità espositiva eccezionale, con dimostrazione di approfondimenti personali e autonomi superiori alle aspettative.</i>
<p><i>Altro</i></p>	

