UNIVERSITÀ DI PISA

ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE

ANTONELLA ANGELINI

Anno accademico	2018/19
CdS	ECONOMIA AZIENDALE
Codice	049PP
CFU	9

Moduli	Settore/i	Tipo	Ore	Docente/i
ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE	SECS-P/08	LEZIONI	63	ANTONELLA ANGELINI

Obiettivi di apprendimento

Modalità di verifica delle conoscenze
L'esame prevede una prova scritta con domande a risposta aperta e domande a risposta chiusa (a risposta multipla, vero/falso, completamento).
Agli studenti frequentanti è data la possibilità di partecipare ad un lavoro di gruppo con discussione finale dell'elaborato. Ad ogni elaborato sarà attribuito un punteggio (che terrà conto anche della presentazione dello stesso) il quale andrà ad aggiungersi al voto della prova scritta. Tale punteggio potrà essere 0 (lavoro non valutabile), 1 (buon lavoro), 2 (lavoro molto buono), 3 (ottimo lavoro).

Modalità di verifica delle capacità
Tali capacità saranno verificate durante la discussione dei busieness cases in aula, durante la presentazione dell'elaborato del lavoro di gruppo e nella prova d'esame.

Comportamenti

- Lo studente avrà acquisito esperienza di discussione di problematiche di management all'interno di team work e in occasione dei continui confronti con il docente e i manager aziendali invitati per i seminari
- Saranno acquisite conoscenze e abilità per svolgere attività di raccolta e analisi di dati e informazioni

Modalità di verifica dei comportamenti

- Durante il lavoro di gruppo sono verificate le modalità di definizione delle responsabilità, di gestione e organizzazione delle fasi progettuali e di sintesi.
- In seguito alle attività seminariali saranno discussi in aula i principali aspetti emersi durante tali seminari. Tale attività risulterà utile agli studenti per approfondire ulteriormente la tematica trattata e per sviluppare un ulteriore riflessione critica sulla stessa.

Prerequisiti (conoscenze iniziali)
Il corso richiede conoscenze di marketing management

Programma (contenuti dell'insegnamento)
L'analisi del settore e del sistema competitivo:
Definizione del business
Il rapporto impresa-ambiente
L'analisi di settore: lo schema delle cinque forze competitive di Porter
L'analisi del vantaggio competitivo (il vantaggio di costo e di differenziazione)
Risorse e competenze
Reti di impresa
I percorsi di crescita delle imprese
La strategia di entrata nei mercati esteri (strategia di internazionalizzazione)
La strategia di diversificazione
Un focus sul Marketing:
Il processo di marketing management
La segmentazione del mercato
Il marketing mix (prodotto, promozione, distribuzione e prezzo

La gestione della marca e la brand equity
Il valore del cliente

Bibliografia e materiale didattico

1. Economia e gestione delle imprese, (a cura di) Antonella Angelini, CREATE, McGraw Hill, 2019 (con esclusione par. 5.3 Sistema del valore).

2. Opzioni strategiche e creazione di valore nelle PMI, Antonella Angelini, Pisa University Press, 2018, capp.1, 2, 3, 7, 8 e 9.

Indicazioni per non frequentanti

I non frequentanti potranno prepararsi all'esame facendo riferimento al programma d'esame e al testo d'esame sopra indicati

Modalità d'esame

Prova scritta e eventuale presentazione del project work (la presentazione è riservata agli studenti che hanno deciso di partecipare ai lavori di gruppo)

Ultimo aggiornamento 26/02/2019 15:44