UNIVERSITÀ DI PISA

ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE

ANTONELLA ANGELINI

Anno accademico	2020/21
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
La modalità prevede la valutazione di un elaborato e di un Test. Per coloro che non partecipano al lavoro di gruppo, la verifca delle conoscenze sarà fatta attarverso un Pre-test e una prova orale.

Modalità di verifica delle capacità
Tali capacità saranno verificate durante la discussione dei business 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)
Definizione del business
Il rapporto impresa-ambiente
L'analisi di settore: lo schema delle cinque forze competitive di Porter
Catena del valore e vantaggio competitivo
Risorse e competenze
Evoluzione delle tecniche analitiche e delle strategie d'impresa
Reti di impresa
Reti di impresa e processi di internazionalizzazione delle PMI
Crisi di impresa e crisis management cycle
Introduzione al processo marketing management
Il comportamento d'acquisto del consumatore e delle organizzazioni
La segmentazione del mercato
Strategia corporate
Strategia di marketing
Il marketing mix (prodotto, promozione, distribuzione e prezzo)
Il marketing e la sostenibilità

Bibliografia e materiale didattico

TESTO D'ESAME
Economia e gestione delle imprese, (a cura di) Antonella Angelini e Federica Nieri, CREATE, McGraw Hill, 2021
Altro materiale disponibile sul portale Moodle
LIBRI DI CONSULTAZIONE (facoltativi)

- Tunisini A., Ferrucci L., Pencarelli T., 2020, Economia e management delle imprese, seconda edizione, Hopeli, Milano.
- Antonella Angelini, Opzioni strategiche e creazione di valore nelle PMI, Pisa University Press, 2018

Indicazioni per non frequentanti

I non frequentanti potranno prepararsi all'esame facendo riferimento al programma d'esame e al testo d'esame sopra indicati.
Riguardo alla modalità d'esame per i non frequentanti, valgono le indicazioni sopra riportate relative agli studenti che non partecipano al lavoro di gruppo.

Modalità d'esame

La modalità d'esame è diversa a seconda che lo studente decida o meno di svolgere il lavoro di gruppo.
In caso di partecipazione al lavoro di gruppo l'esame prevede la discussione di tale lavoro nella parte conclusiva delle lezioni (verso la metà di maggio) e, a seguire, un Test a risposta chiusa (vero/falso, domande a risposta multipla) da svolgere in uno degli appelli d'esame.
Al lavoro di gruppo sarà attribuito un punteggio secondo la scala seguente:
0 = Insufficiente
1= sufficiente
2= Buono
3= Ottimo

Tale punteggio andrà a sommarsi al voto del Test. Il punteggio del lavoro di gruppo vale 1 anno.
Per coloro che invece decidono di NON partecipare al lavoro di gruppo, l'esame inizierà con un Pre-Test nel giorno dell'appello di esame e, se superato, lo studente sarà ammesso alla prova orale.

Ultimo aggiornamento 22/02/2021 17:06