



UNIVERSITÀ DI PISA

SVILUPPO STRATEGICO BUSINESS TO BUSINESS

ALESSANDRO BRUNI

Anno accademico 2020/21
CdS INGEGNERIA GESTIONALE
Codice 897II
CFU 3

Moduli	Settore/i	Tipo	Ore	Docente/i
SVILUPPO STRATEGICO BUSINESS TO BUSINESS	ING-IND/35	LEZIONI	30	ALESSANDRO BRUNI

Obiettivi di apprendimento

Conoscenze

il programma si pone l'obiettivo di sviluppare conoscenze relativamente alle seguenti dimensioni della strategia di impresa BtB

- Posizionamento strategico
- Differenziazione
- Capacità di branding (sviluppo di un marchio di filiera o addirittura BtC)
- Capacità di utilizzare competenze di marketing strategico e digitale per conquistare nuovi clienti e nuovi mercati
- Capacità strategica di differenziare i prodotti e le applicazioni degli stessi in una logica di potenziamento del posizionamento e di conquista di nuovi segmenti di mercato
- Capacità di utilizzare un approccio razionale (denominato Point to Market) per vagliare la sostenibilità ed il potenziale dello sviluppo di nuovi prodotti/canali/mercati
- capacità di comprendere la specifica leva costituita dall'innovazione di prodotto/tecnologia per il posizionamento aziendale
- Vedute strategiche e sistemi di acquisto
- Osservatori di trend e metodologie di sviluppo dell'innovazione
- Crossing the Chasm Strategy.
- come si costruisce un Osservatorio dei consumi sociali
- Web sentiment analysis
- logica BtBtC
- Blue Ocean Strategy applicata alla scomposizione funzionale di prodotti e sistemi
-

Modalità di verifica delle conoscenze

Durante l'insegnamento vengono forniti elementi teorici e svolte discussioni ed esercitazioni pratiche. Ogni lezione successiva inizia con un recap dei fondamentali di quella precedente. alla fine del corso viene utilizzata una extra-lezione per ricapitolare insieme i contenuti sviluppati

stesso metodo di verifica durante l'esame

Capacità

- comprensione di un problema strategico e delle sue dimensioni
- capacità di impostare una strategia originale
- capacità di fare domande inerenti la questione strategica
- capacità di utilizzare esempi tratti da altri settori rispetto a quello oggetto di indagine
- capacità di rappresentare in sintesi problema e soluzioni possibili
- capacità di valutare l'impatto

Modalità di verifica delle capacità

nel corso delle lezioni e dell'esame vengono richiesti contributi originali o esempi pertinenti

Comportamenti

nel corso delle lezioni viene stimolata continuamente la

- proattività
- l'abbandono di inutili pudori o paure di sbagliare
- lo stimolo e l'aiuto reciproco nell'impostazione di problemi
- la voglia di discovery



UNIVERSITÀ DI PISA

Modalità di verifica dei comportamenti

nel corso delle lezioni e del recap successivo. lavori di gruppo

Prerequisiti (conoscenze iniziali)

- sistemi produttivi
- fondamenti di marketing
- fondamenti di economia d'impresa
- conoscenza di principali marchi BtB
- inglese (almeno elementare)
- fondamenti di strategia
- fondamenti di valutazione economica
- dinamiche fondamentali a livello globale dei principali settori BtB

Corequisiti

- fondamenti economici d'impresa
- analisi dei kpi
- analisi strategica
- sistemi produttivi
- sistemi logistici
- paltform business
- storia della economia d'impresa a livello italiano, europeo, giapponese, USA,

Prerequisiti per studi successivi

- strategia d'impresa
- branding BtB
- marketing BtB
- Innovazione
- gestione di portafoglio opportunità strategiche e sua valutazione

Indicazioni metodologiche

- slides
- confronto ed esercitazioni
- quick findings
- web
- linkedin per analisi dei profili dei sistemi di acquisto
- sarebbe utile avere la possibilità di utilizzare delle room separate

Programma (contenuti dell'insegnamento)

Il programma parte dalla valutazione dell'importanza dello sviluppo di strategie di differenziazione facendo riferimento a contributi teorici e tratti dall'esperienza d'impresa

per poi illustrare un approccio razionale al tema dell'utilizzo dell'innovazione come strumento di differenziazione e difesa dei margini fino ad individuare strategie

Bibliografia e materiale didattico

- P. Kotler: La gestione del brand nel BtB (pag. 1-60)
- P. Kotler: Brand Activism (cap. 1-9)
- A. Bruni: Senza aspettare Godot - Come aumentare rapidamente il valore della propria impresa
- M. Cuadrado: Il marketing Digitale per l'Impresa BtB

Indicazioni per non frequentanti

sono disponibili su piattaforma:

- il deck completo delle slides
- un deck di sintesi
- la registrazione integrale delle lezioni
- i libri di testo sono



UNIVERSITÀ DI PISA

Modalità d'esame

l'esame è composto da una prova orale

Pagina web del corso

<https://elearn.ing.unipi.it/course/view.php?id=2096>

Note

il docente è disponibile per informazioni relative ai contenuti e modalità di svolgimento dell'esame

Ultimo aggiornamento 12/12/2020 18:33