



UNIVERSITÀ DI PISA

ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE

ANTONELLA ANGELINI

Anno accademico 2022/23
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 verifica delle conoscenze sarà fatta attraverso 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

- Economia e gestione delle imprese, (a cura di) Antonella Angelini e Federica Nieri, CREATE, McGraw Hill, 2021

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 (consegna di un elaborato scritto e presentazione orale) nella parte conclusiva delle lezioni (verso la metà di maggio) e, a seguire, un esame scritto 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 decidono di **non** partecipare al lavoro di gruppo, la verifica delle conoscenze sarà fatta esclusivamente attraverso un test a risposta chiusa.

Ultimo aggiornamento 10/05/2023 12:07