



UNIVERSITÀ DI PISA

ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE COMMERCIALI

MARIA GIOVANNA TONGIANI

Anno accademico 2021/22
CdS ECONOMIA AZIENDALE
Codice 050PP
CFU 6

Moduli	Settore/i	Tipo	Ore	Docente/i
ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE COMMERCIALI	SECS-P/08	LEZIONI	42	MARIA GIOVANNA TONGIANI

Obiettivi di apprendimento

Conoscenze

L'obiettivo del corso è di far acquisire agli studenti conoscenze di base delle imprese della distribuzione commerciale. Conoscenze delle funzioni commerciali e la loro importanza nelle imprese del Commercio al Dettaglio. Conoscenze delle funzioni commerciali e la loro importanza per le imprese del Commercio all'Ingrosso.
al termine del corso lo studente conoscerà:

- I principi di funzionamento ed i modelli di business utilizzati dalle imprese per produrre e vendere servizi commerciali
- Le caratteristiche e le differenze delle diverse tipologie di imprese commerciali.

Modalità di verifica delle conoscenze

La verifica delle competenze avviene: (a) attraverso le domande rivolte agli studenti dal docente durante o al termine delle lezioni, (b) durante gli incontri diretti tra il docente e gli studenti (ad esempio: durante i ricevimenti), (c) attraverso la valutazione delle risposte fornite dagli studenti all'esame orale e presentazione scritta di un caso aziendale relativo ad una impresa commerciale (da concordare con il docente)

Capacità

lo Studente al termine del corso:

- saprà distinguere le diverse tipologie di marketing attivabili dalle imprese industriali e commerciali;
- saprà le caratteristiche e gli elementi costituenti il servizio commerciale;
- conoscerà la definizione ed i componenti del costo della distribuzione;
- conoscerà l'articolazione del sistema distributivo;
- saprà le diverse tipologie delle imprese commerciali all'ingrosso;
- saprà le diverse tipologie delle imprese commerciali al dettaglio
- conoscerà alcuni interventi della legislazione Italiana nel settore della distribuzione.

Modalità di verifica delle capacità

Durante il corso saranno commentati e discussi collegialmente con gli studenti alcuni casi aziendali che prevedono l'impiego degli strumenti e delle conoscenze trasmesse nel corso delle lezioni

Comportamenti

Attraverso il corso, lo studente:

- avrà la possibilità di sviluppare una particolare conoscenza e sensibilità nei confronti delle imprese commerciali;
- acquisirà le competenze per la identificazione degli elementi del servizio commerciale e delle sue componenti;
- saprà identificare ed analizzare le caratteristiche e la gestione delle diverse tipologie di imprese commerciali.

Modalità di verifica dei comportamenti

Durante le lezioni sarà valutata la pertinenza e la rilevanza delle domande che gli studenti rivolgeranno al docente (sia intervenendo nel corso della lezione, sia attraverso le diverse modalità di interazione (ad esempio mail))



UNIVERSITÀ DI PISA

Prerequisiti (conoscenze iniziali)

Per seguire con profitto il corso, è necessaria la conoscenza della lingua italiana (parlata e scritta). Lo studente, inoltre, deve conoscere i principali argomenti affrontati nei corsi di: micro-economia, macro-economia e di economia e gestione delle imprese.

Indicazioni metodologiche

Le lezioni si svolgeranno in modo tradizionale (lezioni frontali con l'ausilio di slide, ecc.).

Le lezioni saranno integrate da seminari e testimonianze aziendali tenute da manager e/o da qualificati consulenti aziendali.

Attraverso l'uso del sito di e-learning del corso gli studenti: potranno scaricare tutti i materiali didattici proiettati durante le lezioni e i seminari (se forniti dai relatori esterni).

L'interazione con gli studenti potrà avvenire nell'ambito dei ricevimenti e attraverso messaggi di posta elettronica.

Non sono previste prove intermedie.

Programma (contenuti dell'insegnamento)

In dettaglio gli argomenti affrontati nel corso rientreranno all'interno dei seguenti ambiti:

- Crescita della distribuzione commerciale e nascita di nuove tipologie di marketing
- Il servizio commerciale e le relative funzioni
- Il costo della distribuzione
- L'articolazione del sistema distributivo per tipologie e funzioni commerciali
- Il commercio all'ingrosso
- Il commercio al dettaglio
- Alcuni elementi della legislazione Italiana nel settore della distribuzione

Bibliografia e materiale didattico

Per gli studenti frequentanti:

Per l'esame:

- R. Sbrana A. Gandolfo: Contemporary retailing. Il governo dell'impresa commerciale moderna, Torino, Giappichelli Ed., 2007. i capitoli segnalati durante le lezioni.
- Slides proiettate durante le lezioni.
- Casi aziendali che saranno forniti durante le lezioni dal docente

Per la consultazione:

- Articoli e materiali didattici segnalati dal docente

Per gli studenti **NON** frequentanti

- R. Sbrana A. Gandolfo: Contemporary retailing. Il governo dell'impresa commerciale moderna, Torino, Giappichelli Ed., capp. 1, 2, 3, 4, 5, 6, cap 7 limitatamente ai paragrafi 7.3.1, 7.3.8, 7.5.1.
- Tongiani, M. G., Carfora, J., & Reut, A. (2019). Digital Marketing and Grocery Retailing Evidence From a Large Retailer in Italy and Belarus. In *Global Campaigning Initiatives for Socio-Economic Development* (pp. 168-189). IGI Global.

Indicazioni per non frequentanti

Poiché le lezioni sono integrate da testimonianze aziendali, da interventi seminariali e da lavori di gruppo, la frequenza al corso è vivamente consigliata.

Modalità d'esame

Il test finale comprende esame orale sugli argomenti contenuti nei testi consigliati ed illustrati durante le lezioni; inoltre comprende la presentazione scritta di un caso aziendale relativo ad una impresa commerciale (da concordare con il docente) che sarà oggetto di analisi orale con il docente in sede di esame.

Ultimo aggiornamento 10/01/2022 12:55