

# Università di Pisa

### **ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE**

#### **ANTONELLA ANGELINI**

Anno accademico 2022/23

CdS ECONOMIA AZIENDALE

Codice 049PP

CFU

Moduli Settore/i Tipo Ore Docente/i

ECONOMIA E GESTIONE SECS-P/08 LEZIONI 63 ANTONELLA ANGELINI

9

**DELLE IMPRESE** 

#### 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

1/2



## Sistema centralizzato di iscrizione agli esami

Programma

## Università di Pisa

#### 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