UNIVERSITÀ DI PISA

ORGANIZZAZIONE AZIENDALE MARKETING DEI SERVIZI INDUSTRIALI

SARA SASSETTI

Anno accademico	2023/24
CdS	ECONOMIA E LEGISLAZIONE DEI SISTEMI LOGISTICI
Codice	342PP
CFU	12

Moduli	Settore/i	Tipo	Ore	Docente/i
MARKETING DEI SERVIZI INDUSTRIALI	SECS-P/08	LEZIONI	42	GIULIA ROSSELLO VIRGINIA VANNUCCI
ORGANIZZAZIONE AZIENDALE	SECS-P/10	LEZIONI	42	SARA SASSETTI

Obiettivi di apprendimento

Conoscenze

Moduli di Organizzazione Aziendale e Marketing dei Servizi Industriali
Il modulo di organizzazione aziendale si pone l'obiettivo di fornire allo studente le conoscenze e le competenze utili per comprendere e analizzare le problematiche che le imprese affrontano in sede di definizione della struttura organizzativa. Il corso intende offrire una visione strutturata della realtà delle organizzazioni, inoltrandosi nello studio delle problematiche connesse alla loro sopravvivenza ed al loro successo. Verranno trattati, in particolar modo, i principi e le tecniche fondamentali della progettazione organizzativa.
Il modulo di Marketing dei Servizi Industriali mira ad offrire allo studente conoscenze in merito ai concetti di base di Marketing, con particolare riferimento al marketing dei servizi ed al marketing industriale. Lo studente avrà inoltre la possibilità di acquisire conoscenze circa i principali strumenti operativi del marketing finalizzati alla creazione di valore per il mercato, in contesti tecnologici in continua rapida evoluzione

Modalità di verifica delle conoscenze

Modulo di Organizzazione Aziendale
Per l'accertamento delle conoscenze, all'inizio di ogni lezione verrà fatto un breve ripasso sui concetti presentati durante la lezione precedente. Inoltre, saranno previste esercitazioni per la preparazione della prova d'esame finale.
Modulo di Marketing dei Servizi Industriali

Per l'accertamento delle conoscenze, all'inizio di ogni lezione verrà fatto un breve ripasso sui concetti presentati durante la lezione precedente. Per gli studenti frequentanti sono previsti due test durante il corso e un lavoro di gruppo finale. Per gli studenti non frequentanti, invece, si prevede un test scritto.

Capacità

Modulo di Organizzazione Aziendale
A termine del corso, lo studente sarà in grado di conoscere gli elementi caratterizzanti la struttura organizzativa e metterli in pratica sulla base degli elementi teorici e metodologici appresi durante il corso.
Modulo di Marketing dei Servizi Industriali

Al termine del modulo lo studente avrà sviluppato la necessaria sensibilità per agire in ambienti competitivi anche tecnologicamente complessi e sarà in grado di impostare una piano di marketing, finalizzato alla creazione di valore per il cliente finale e alla costruzione di una relazione stabile con il mercato, nel rispetto dei principi di base del marketing.

Modalità di verifica delle capacità

Modulo di Organizzazione Aziendale
Ogni argomento trattato verrà discusso e approfondito attraverso casi studio o esercitazioni. Inoltre, gli studenti potranno svolgere dei lavori di gruppo.
Modulo di Marketing dei Servizi Industriali

Gli argomenti trattati a lezione verranno discussi e approfonditi attraverso casi studio ed esercitazioni dove gli studenti saranno chiamati a partecipare attivamente alla lezione. Inoltre, gli studenti frequentanti svolgeranno un lavoro di gruppo.

Comportamenti
Moduli di Organizzazione Aziendale e Marketing dei Servizi Industriali

Gli studenti potranno acquisire e sviluppare competenze di analisi ed interpretazione di casi, situazioni e problematiche aziendali realistiche, sia sotto il profilo organizzativo e interorganizzativo, con particolare riguardo alle problematiche strutturali, tecnologiche, culturali, strategiche ed ai loro rapporti, sia sotto il profilo del marketing e della relazione con i clienti industriali, anche in ambienti tecnologici complessi.
Il confronto con esperti aziendali che verranno a svolgere seminari aiuterà gli studenti ad acquisire comportamenti e prospettive pratiche da utilizzare nella realtà lavorativa.

Modalità di verifica dei comportamenti
Moduli di Organizzazione Aziendale e Marketing dei Servizi Industriali

Al termine delle attività svolte durante le lezioni saranno verificate le modalità di analisi, interpretazione e commento dei casi di studio o degli argomenti trattati in articoli specialistici e di esposizione degli argomenti trattati. I docenti forniranno feedback rigaurdo ai comportamenti degli studenti osservando e commentando le loro presentazioni. Saranno previsti anche momenti di valutazione reciproca tra gli studenti.

Prerequisiti (conoscenze iniziali)
Moduli di Organizzazione Aziendale e Marketing dei Servizi Industriali

Lo studente deve possedere preliminarmente conoscenze di tipo economico aziendale, con particolare riferimento ai concetti di sistemi, fattori, risorse e processi aziendali, di equilibrio economico, finanziario e patrimoniale; competitività e di economie di scala.
Il superamento dell'Esame di Economia Aziendale 1 è obbligatorio per il sostenimento dell'esame

Indicazioni metodologiche
Moduli di Organizzazione Aziendale e Marketing dei Servizi Industriali

Il corso avrà inizio con una serie di lezioni frontali. Le lezioni frontali saranno svolte con l'ausilio di slide e filmati ed il ricorso sistematico ad esempi e a mini casi aziendali. Le esercitazioni si svolgeranno formando gruppi di lavoro che dovranno analizzare case studies o articoli tratti dalla letteratura specializzata. Il materiale presentato a lezione sarà disponibile sulla pagina dei docenti al termine di ogni settimana di lezione.

Programma (contenuti dell'insegnamento)
Modulo di Organizzazione Aziendale

- La progettazione organizzativa: concetti base
- L'ambiente organizzativo
- La tecnologia organizzativa
- La gestione delle interdipendenze
- Coordinamento e controllo
- Le forme organizzative a criterio unico: funzionale e divisionale
- Le forme a criterio multiplo: struttura per progetti e a matrice
- L'organizzazione per processi
- Le configurazioni della struttura elementare

Modulo di Marketing dei Servizi Industriali

- Introduzione ai servizi
- Differenze fondamentali tra beni e servizi
- Il settore dei servizi
- Il consumatore e il suo processo decisionale
- Il processo di erogazione del servizio
- Determinazione del prezzo
- Sviluppo del mix di comunicazione
- Gestire la parte tangibile dell'impresa
- La definizione e la misurazione della qualità
- La fidelizzazione del cliente

Bibliografia e materiale didattico
Modulo di Organizzazione Aziendale
Libro di testo (obbligatorio): Bonti M., Cavaliere V., Cori E., (a cura di), Organizzazione Aziendale. Scelte di progettazione organizzativa, Egea, Milano, 2024.

Capitoli da studiare:1-2-3-5-6-9-10-11 (solo con riferimento alla struttura per processi) - 12 (solo con riferimento a "Le configurazioni della struttura elementare")
ATTENZIONE:
Dall'a.a. 2023-2024 verrà utilizzato un nuovo testo, in corso di stampa, che sostituisce il manuale precedentemente adottato. Il precedente testo non sarà più valido ai fini del sostenimento dell'esame.

Modulo di Marketing dei Servizi Industriali

Libro di testo (obbligatorio): Hoffman K. D., Bateson J.,Iasevoli G., Marketing dei Servizi, Apogeo S.r.l. 2007.

Capitoli da studiare: 1-2-3-4-6-7-8-9-13-14-15
In aggiunta si rimanda quindi al sito web del corso dove saranno riportati i materiali didattici integrativi, le slides utilizzate durante le lezioni, casi aziendali o articoli tratti dalla letteratura specialistica.

Indicazioni per non frequentanti

Modulo di Organizzazione Aziendale
Non sussiste alcuna variazione per studenti non frequentanti in merito al programma, modalità d'esame e bibliografia.
Modulo di Marketing dei Servizi Industriali

Per gli studenti non frequenanti si rimanda allo studio del libro di testo consigliato e delle slide presentate a lezione. La prova di esame prevede una prova scritta (40 domande a risposta multipla o vero/falso e una domanda aperta) con una durata di 90 minuti.

Modalità d'esame

Modulo di Organizzazione Aziendale
L'esame è composto da una prova scritta.
La prova scritta consiste in 16 domande a risposta multipla e due domande aperte. La prova scritta è superata se lo studente acquisisce una votazione complessiva superiore a 18 punti.
La prova scritta durerà 60 minuti.

Modulo di Marketing dei Servizi Industriali

L'esame per gli studenti frequentanti è composto da due test di 20 domande da svolgere in classe durante il corso e un lavoro di gruppo che sarà esposto durante l'ultimo giorno di lezioni. Si rimanda alle slides nel sito del corso per gli ulteriori dettagli.
L'esame per i non frequentanti è composto da una prova scritta.
La prova scritta consiste in 40 domande a risposta multipla o vero/falso e una domanda aperta. La prova scritta è superata se lo studente acquisisce una votazione complessiva superiore a 18 punti.
La prova scritta durerà 90 minuti.

Ultimo aggiornamento 04/03/2024 11:20