



# UNIVERSITÀ DI PISA

---

## ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE

**ANTONELLA ANGELINI**

Anno accademico 2023/24  
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  
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



## UNIVERSITÀ DI PISA

---

### Bibliografia e materiale didattico

- ANGELINI, NIERI- ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE 3a ed. ISBN 9781307967180 - CREATE - MCGRAW-HILL
- Tunisini A., Ferrucci L., Pencarelli T., Economia e Management delle imprese, seconda edizione, HOEPLI, 2020, Capitolo 10 (da pag.228 a pag.259) e cap 12 limitatamente alle pagine 297 e 298 e da 306 a 314. Questo materiale si può scaricare da e-learning dentro la pagina dell'insegnamento.
- Altro materiale messo a disposizione dal docente sulla piattaforma e-learning

### 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 15/02/2024 16:47*