



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PALERMO

DIPARTIMENTO	Scienze Economiche, Aziendali e Statistiche
ANNO ACCADEMICO OFFERTA	2022/2023
ANNO ACCADEMICO EROGAZIONE	2023/2024
CORSO DILAUREA MAGISTRALE	SCIENZE ECONOMICO-AZIENDALI
INSEGNAMENTO	BUSINESS SYSTEMS AND CONSUMER BEHAVIOUR C.I.
CODICE INSEGNAMENTO	21937
MODULI	Si
NUMERO DI MODULI	2
SETTORI SCIENTIFICO-DISCIPLINARI	SECS-P/08
DOCENTE RESPONSABILE	DOMINICI GANDOLFO Professore Associato Univ. di PALERMO
ALTRI DOCENTI	DOMINICI GANDOLFO Professore Associato Univ. di PALERMO
CFU	12
PROPEDEUTICITA'	
MUTUAZIONI	
ANNO DI CORSO	2
PERIODO DELLE LEZIONI	1° semestre
MODALITA' DI FREQUENZA	Facoltativa
TIPO DI VALUTAZIONE	Voto in trentesimi
ORARIO DI RICEVIMENTO DEGLI STUDENTI	DOMINICI GANDOLFO Venerdì 18:00 19:00 Mandare prima email.

DOCENTE: Prof. GANDOLFO DOMINICI

PREREQUISITI	CONSUMER BEHAVIOR: Lo studio del comportamento d'acquisto di individui, gruppi ed organizzazioni e dei processi per selezionare, acquisire e consumare i prodotti ed i servizi. Il corso include elementi di sociologia, psicologia e studi del comportamento. Metodi per la ricerca di Marketing BUSINESS SYSTEMS Dare un quadro sulla storia, la ricerca e le prospettive del ST comprendere gli scopi del ST Comprendere la terminologia, le teorie ed i processi del ST Imparare la corretta applicazione dei metodi di ST Applicare il ST a diversi problemi aziendali
RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI	Dare agli studenti le conoscenze riguardo il System Thinking e del comportamento del consumatore. Cioè include l'analisi socio antropologica dei consumatori e dei gruppi sociali e del loro comportamento di acquisto.
VALUTAZIONE DELL'APPRENDIMENTO	prova orale e valutazione in itinere del lavoro in aula. La valutazione avviene in trentesimi. Respinto: Non sufficiente 18: Appena sufficiente 19-21: Sufficiente / Piu' che sufficiente 22-24: Discreto 25-27: Buono 28-29: Ottimo 30: Eccellente 30 e lode: Eccellente cum laude
ORGANIZZAZIONE DELLA DIDATTICA	lezioni ed Lavori di gruppo

**MODULO
DIGITAL MARKETING AND CONSUMER BEHAVIOUR**

Prof. GANDOLFO DOMINICI

TESTI CONSIGLIATI

- Blythe- Consumer Behavior- Sage

TIPO DI ATTIVITA'	B
AMBITO	50583-Aziendale
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO PERSONALE	114
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLE ATTIVITA' DIDATTICHE ASSISTITE	36

OBIETTIVI FORMATIVI DEL MODULO

Lo studio del comportamento d'acquisto di individui, gruppi ed organizzazioni e dei processi per selezionare , acquisire e consumare i prodotti ed i servizi. Il corso include elementi di sociologia, psicologia e studi del comportamento. Metodi per la ricerca di Marketing

PROGRAMMA

ORE	Lezioni
4	Introduzione alla ricerca di Marketing
12	Consumer Behavior
8	Metodi di ricerca sociale per il marketing
12	Digital Marketing

**MODULO
BUSINESS SYSTEMS**

Prof. GANDOLFO DOMINICI

TESTI CONSIGLIATI

- Michael C. Jackson - Critical Systems Thinking- Wiley
 - Jan Acterbergh nad Dirk Vriens - Organizations: Social systems Conducting Experiments - Springer
 Additional Material and articles will be indicated in the class

TIPO DI ATTIVITA'	B
AMBITO	50583-Aziendale
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO PERSONALE	114
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLE ATTIVITA' DIDATTICHE ASSISTITE	36

OBIETTIVI FORMATIVI DEL MODULO

Dare un quadro sulla storia, la ricerca e le prospettive del ST
 comprendere gli scopi del ST
 Comprendere la terminologia, le teorie ed i processi del ST
 Imparare la corretta applicazione dei metodi di ST
 Applicare il ST a diversi problemi aziendali nei sistemi di business

PROGRAMMA

ORE	Lezioni
4	Introduzione al Systems Thinking for Business Systems
12	Soft systems Methodologies
4	Social Cybernetics
16	Applicazioni del ST a problemi gestionali