UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PALERMO

DIPARTIMENTO	Scienze Economiche, Aziendali e Statistiche
ANNO ACCADEMICO OFFERTA	2016/2017
ANNO ACCADEMICO EROGAZIONE	2018/2019
CORSO DILAUREA	ECONOMIA E FINANZA
INSEGNAMENTO	ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE
TIPO DI ATTIVITA'	C
AMBITO	10705-Attività formative affini o integrative
CODICE INSEGNAMENTO	02742
SETTORI SCIENTIFICO-DISCIPLINARI	SECS-P/08
DOCENTE RESPONSABILE	PICONE PASQUALE MASSIMO Professore Ordinario Univ. di PALERMO
ALTRI DOCENTI	
CFU	6
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO PERSONALE	102
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLA DIDATTICA ASSISTITA	48
PROPEDEUTICITA'	02704 - ECONOMIA AZIENDALE
MUTUAZIONI	
ANNO DI CORSO	3
PERIODO DELLE LEZIONI	2° semestre
MODALITA' DI FREQUENZA	Facoltativa
TIPO DI VALUTAZIONE	Voto in trentesimi
ORARIO DI RICEVIMENTO DEGLI STUDENTI	**PICONE PASQUALE MASSIMO** Lunedì 8:15 10:15 In presenza presso DEAS IV Piano, Stanza 14 oppure via teams d3s81a2

DOCENTE: Prof. PASQUALE MASSIMO PICONE

PREREQUISITI	Conoscenze prelimiari e generali di economia aziendale
RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI	Acquisizione degli strumenti avanzati relativi alle strategie d'impresa e al loro significato ai fini della direzione e del marketing. Capacita' di utilizzare il linguaggio specifico proprio dell'economia e gestione delle imprese in un contesto che apra alle applicazioni di ricerca nel campo della comunicazione della strategia integrando i temi della massimizzazione del valore con quelli di marketing. Lo studente deve essere capace di applicare le conoscenze, capacita' di comprensione e abilita' nel risolvere problemi a tematiche nuove o non familiari, inserite in contesti piu' ampi (o interdisciplinari), inclusa la riflessione su temi sociali o etici ad essi connessi.
VALUTAZIONE DELL'APPRENDIMENTO	Esame scritto a risposta multipla. Durata prevista del test 45 minuti (per chi ha 6 cfu), solitamente 17 domande, piu' 30 minuti per il test aggiuntivo per chi ha 10 cfu, solitamente altre 10 domande. Conoscenza della materia. Abilita' di sviluppare calcoli con valenza manageriale. Il voto sara' la somma, eventualmente ponderata, che scaturisce dal numero di risposte esatte nel test.
OBIETTIVI FORMATIVI	Argomento del corso e' la direzione e la gestione delle imprese che svolgono attivita' industriale, commerciale e dei servizi, con particolare attenzione alla funzione marketing. Obiettivo del corso e' approfondire le conoscenze sulla vita dell'impresa come sistema che crea e diffonde valore e il contributo dalla funzione di commerciale (vendite e marketing). La struttura del corso si snoda in tre fasi, attraverso le quali si ripercorrono alcuni concetti chiave della materia, che vengono approfonditi seguendo le piu' recenti evoluzioni della teoria. Innanzitutto e' necessario e' dedicata ai rapporti fra impresa e ambiente esterno, intesa come una realta' frammentata in cui assumono risalto i rapporti con i c.d. stakeholder, attraverso opportune forme e modalita' di comunicazione. In secondo luogo occorre illustrare il concetto di strategia d'impresa. La terza parte del corso viene dato risalto agli aspetti gestionali in chiave strategica, in una ottica funzionale (con riguardo in particolare al marketing).
ORGANIZZAZIONE DELLA DIDATTICA	Lezioni e esercitazioni
TESTI CONSIGLIATI	1. Mingardi A. (2013). L'intelligenza del denaro, Marsilio. TUTTO. 2. Baroncelli A., Serio L. (2013). Economia e gestione delle imprese. McGraw-Hill. TUTTO. 3. Jean-Jacques Lambin (2012), Marketing strategico e operativo. Market-Driven Management, McGraw-Hill, 6a ed. TUTTO Ai fini delle mutuazioni, il programma contenuto nei volumi di cui al punto 1. e al punto 2. vale 4 cfu, mentre il programma contenuto nel volume di cui al punto 3. vale 6 cfu.

PROGRAMMA

ORE	Lezioni
60	Economia di mercato. Stakeholder theory. Resource based view. Funzioni d'impresa. Alleanze. Reti d'impresa. Marketing management: marketing strategico e operativon. Le 4 P del marketing: prezzo, prodotto, distribuzione, comunicazione.

ORE	Esercitazioni
20	Economia di mercato. Caso Oishi. Stakeholders. Area strategica d'affari. Segmentazione.