

<b>Nome docente</b>	Prof. Savino SANTOVITO
<b>Corsi di laurea</b>	Economia e Commercio (MEC) Economia e Strategie per i Mercati Internazionali (ESMI)
<b>Anno accademico</b>	2017/2018
<b>Periodo di svolgimento</b>	II semestre
<b>Crediti formativi universitari (CFU)</b>	MEC: 6 – ESMI: 8
<b>Settore scientifico disciplinare</b>	SECS-P/08

**Programma di Web Marketing e Gestione dell’Innovazione (a.a. 2017/2018)**  
**(Prof. Savino SANTOVITO)**

Università degli Studi di Bari “Aldo Moro”  
Dipartimento di Economia e Finanza

Corsi di Laurea: Economia e Commercio (MEC); Economia e Strategie per i Mercati Internazionali (ESMI)

**Pre-requisiti**

Conoscenza delle nozioni di base dell’Economia e Gestione delle Imprese.

**Obiettivi del corso**

La gestione d’impresa è esaminata con la finalità di dotare gli studenti sia delle nozioni fondamentali di marketing relative alla presenza aziendale in rete, sia delle nuove modalità di creazione del valore generate dai processi di innovazione.

**Programma**

Partendo dai profondi cambiamenti che le tecnologie digitali inducono nell’attuazione del marketing management, il corso si propone di indagare i processi d’innovazione e d’impiego del web da parte delle grandi e piccole imprese, per fornire gli strumenti utili alla realizzazione di efficaci politiche aziendali commerciali, di marketing e di pianificazione, gestione e sviluppo dell’e-business.

In particolare, sono oggetto di studio i seguenti argomenti:

- L’e-Marketing nel Terzo Millennio
- L’intermediazione e l’infomediazione
- Il Business to Consumer, il Business to Business e l’e-Commerce
- Le strategie aziendali per l’e-business
- Il punto di pareggio delle attività in rete
- La gestione d’impresa, la leva operativa e i rischi nell’e-business
- Il marketing non convenzionale (virale, tribale, guerriglia, etc.)
- Il prosumer, la partecipazione di massa e il Web 2.0
- Il Cluetrain Manifesto
- L’economia della conoscenza: sharing e creative commons
- La Wikinomics
- I Big Data, gli Open Data e l’Internet of Things

Le nozioni teoriche trovano esemplificazioni nell’analisi e discussione di casi concreti tratti da argomenti di attualità, nonché nella possibile partecipazione al 2018 Google Online Marketing Challenge.

**Bibliografia**

- Aigrain P., *Sharing: Culture and Economy in the Internet Age*, (MEC: cap 1 e 2; ESMI: cap. 1, 2, 3 e 4) Amsterdam University Press, in [www.oopen.org](http://www.oopen.org), 2012.
- Aliprandi S., *Creative Commons: Manuale Operativo*, copleft-italia.it, Sum Edizioni 2013.

- Bacarani C., *“L’impresa tra crisi, lentezza e bellezza”*, in *ImpresaProgetto Electronic Journal of Management*, n.1/ 2013.

- Santovito S., *L’impresa palindroma*, Cacucci Editore, Bari 2017.

- Schilling M. A., Izzo F., *“Formulazione di una strategia di marketing per l’innovazione”*, in *Gestione dell’Innovazione*, McGraw-Hill, 2013.

Altre indicazioni bibliografiche e materiale informativo sui casi di attualità sono forniti nel corso delle lezioni.

Si consiglia anche: Pastore A., Vernuccio M. *Marketing, innovazione e tecnologie digitali* Cedam 2004; Dominici G. *e-Marketing*, Franco Angeli 2009; Rifkin J, *L’era dell’accesso: la rivoluzione della new economy*, Mondadori, 2001.

#### Modalità di accertamento conoscenze

- Esoneri: No
- Prova Scritta: No
- Colloquio Orale: Si

#### Forme di assistenza allo studio

- Corso presente nella zona e-learning di [economia.osel.it](http://economia.osel.it)
- Ulteriori casi aziendali in [santovitosavino.altervista.org](http://santovitosavino.altervista.org)

#### Organizzazione della didattica

- Cicli interni di lezione: No
- Corsi integrativi: No
- Esercitazioni: Si
- Seminari: Si
- Attività di laboratorio: No
- Project work: Si
- Visite di studio: No

<b>Name</b>	Prof. Savino SANTOVITO
<b>Courses (advanced degree)</b>	Business and Economics (MEC) Economics and strategies for international markets (ESMI)
<b>Academic Year</b>	2017/2018
<b>Period</b>	II (spring) semester
<b>Credits (CFU)</b>	MEC: 6 – ESMI: 8
<b>Scientific research area</b>	SECS-P/08

**Program of Web Marketing and Innovation Management (a.a. 2017/2018)**  
**(Prof. Savino SANTOVITO)**

University of Bari “Aldo Moro”  
Department of Economics and Finance

Courses: Economics and Business (MEC); Economics and Strategies for International Markets (ESMI)

**Requirements**

Basic knowledge in Economics and Business Management.

**Course goals**

Business management is examined with the purpose of giving students the marketing fundamentals knowledge related to the firms web activities, innovation processes and new value creation models.

**Course contents**

Starting with the big changes generated by digital technology in marketing management practices, the course analyses the different topics of innovation processes and web utilization by both big and small enterprises, with the scope of presenting the useful instruments for realizing good commercial, marketing and business plans as well as for developing and managing e-business.

More specifically, the following topics are presented:

- The e-Marketing in the Third Millennium.
- The intermediation and the info-mediation.
- The Business to Consumer, the Business to Business and the e-Commerce.
- The marketing strategies in the e-business.
- The break even analysis of web business projects.
- The firms management, the operating leverage and the risks in e-business.
- The unconventional (viral, tribal, guerrilla, etc.) marketing
- The prosumer, mass participation and Web 2.0
- The Cluetrain Manifesto.
- Knowledge Economics: sharing and creative commons
- Wikinomics
- Big Data, Open Data and Internet of Things

The theoretic concepts are integrated with practical topics examined in case histories class discussions related to actuality themes; students can participate at the 2018 Google Online Marketing Challenge.

**References**

- Aigrain P., *Sharing: Culture and Economy in the Internet Age*, (MEC: cap 1 e 2; ESMI: cap. 1, 2, 3 e 4) Amsterdam University Press, in [www.oapen.org](http://www.oapen.org), 2012.
- Aliprandi S., *Creative Commons: Manuale Operativo*, copyleft-italia.it, Sum Edizioni 2013.

- Bacarani C., “*L’impresa tra crisi, lentezza e bellezza*”, in *ImpresaProgetto Electronic Journal of Management*, n.1/ 2013.
- Santovito S., *L’impresa palindroma*, Cacucci Editore, Bari 2017.
- Schilling M. A., Izzo F., “Formulazione di una strategia di marketing per l’innovazione”, in *Gestione dell’Innovazione*, McGraw-Hill, 2013.

More references and actuality content information are given during the class lectures.

Also suggested: Pastore A., Vernuccio M. *Marketing, innovazione e tecnologie digitali* Cedam 2004; Dominici G. *e-Marketing*, Franco Angeli 2009; Rifkin J, *L’era dell’accesso: la rivoluzione della new economy*, Mondadori, 2001.

#### Examination

- Written test: No
- Interview test: Si

#### Study support

- e-learning resources at: [economia.osel.it](http://economia.osel.it)
- More business case histories in [santovitosavino.altervista.org](http://santovitosavino.altervista.org)

#### Lectures organization

- Supplementary tutorial: No
- Supplementary courses: No
- Exercises: Yes
- Seminars or workshops: Yes
- Project work: Yes
- Educational visits: No