

<b>Principali informazioni sull'insegnamento</b>	
Titolo insegnamento	Economia aziendale e innovazione
Corso di studio	Economia e management
Crediti formativi	6
Denominazione inglese	Business administration and innovation I
Obbligo di frequenza	no
Lingua di erogazione	italiano

<b>Docente responsabile</b>	Nome Cognome	Indirizzo Mail
	Raffaella Girone	raffaella.girone@uniba.it

<b>Dettaglio crediti formativi</b>	Ambito disciplinare	SSD	Crediti
		SECS/P07	6

<b>Modalità di erogazione</b>	
Periodo di erogazione	Semestre secondo
Anno di corso	2016/2017
Modalità di erogazione	Lezioni frontali .... ....

<b>Organizzazione della didattica</b>	
Ore totali	42
Ore di lezioni frontali	38
Ore di esercitazioni e laboratori	4

<b>Calendario</b>	
Inizio attività didattiche	19 febbraio
Fine attività didattiche	8 giugno

<b>Syllabus</b>	
Prerequisiti	
Risultati di apprendimento previsti (declinare rispetto ai Descrittori di Dublino) (si raccomanda che siano coerenti con i risultati di apprendimento del CdS, riportati nei quadri A4a, A4b e A4c della SUA, compreso i risultati di apprendimento trasversali)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Conoscenza e capacità di comprensione dei meccanismi fondamentali che regolano i processi innovativi delle imprese</i></li> <li>• <i>Conoscenza e capacità di comprensione applicate alla interpretazione dei comportamenti aziendali e della gestione dei processi innovativi</i></li> <li>• <i>Autonomia di giudizio nell'analisi di processi innovativi concreti</i></li> <li>• <i>Abilità comunicative nella descrizione dei processi innovativi</i></li> <li>• <i>Capacità di apprendere l'utilizzo di metodi e strumenti di analisi a supporto dell'innovazione</i></li> </ul>

Contenuti di insegnamento	L'insegnamento prevede l'analisi del sistema aziendale alla luce delle nuove dinamiche dell'innovazione, soffermandosi sul processo di elaborazione di una strategia di innovazione, sui criteri di valutazione dei progetti di innovazione, sulle fonti di finanziamento dell'innovazione, sulle strategie di collaborazione e i meccanismi di protezione delle invenzioni. Inoltre il corso prevede l'analisi delle implicazioni a livello di struttura organizzativa, di gestione dei processi di sviluppo di prodotti innovativi e definizione delle strategie di marketing.
---------------------------	--

<b>Programma</b>	
Testi di riferimento	
Note ai testi di riferimento	M.Schilling, Gestione dell'innovazione, Mc Graw-hill Airoldi, Brunetti, Coda, Corso di economia aziendale, il Mulino Grandi, Sobrero, Innovazione tecnologica e gestione d'impresa, il Mulino
Metodi didattici	Video proiettore
Metodi di valutazione (indicare almeno la tipologia scritto, orale, altro)	Scritto e orale
Criteri di valutazione (per ogni risultato di apprendimento atteso su indicato, descrivere cosa ci si aspetta lo studente conosca o sia in grado di fare e a quale livello al fine di dimostrare che un risultato di apprendimento è stato raggiunto e a quale livello)	Gli studenti devono: <ul style="list-style-type: none"> <li>- dimostrare di possedere conoscenze e capacità di comprensione relative alle dinamiche fondamentali dei processi innovativi;</li> <li>- essere capaci di applicare le loro conoscenze allo studio di casi concreti;</li> <li>- essere capaci di analizzare e risolvere problemi e tematiche nuove relative ai processi innovativi;</li> <li>- abbiano la capacità di integrare le conoscenze, nonché di formulare giudizi sulla base di informazioni limitate o incomplete, e siano in grado di comunicare in modo chiaro le loro conclusioni e la ratio ad esse sottese, a interlocutori specialisti e non specialisti nel settore delle strategie innovative;</li> <li>- abbiano sviluppato quelle capacità di apprendimento che consentano loro di continuare a studiare i processi innovativi aziendali in modo autonomo.</li> </ul>
Altro	