

Principali informazioni sull'insegnamento	
Titolo insegnamento	ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE (L-Z)
Corso di studio	MARKETING E COMUNICAZIONE D'AZIENDA
Crediti formativi	OTTO (8 CFU)
Denominazione inglese	ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT
Obbligo di frequenza	NO MA CONSIGLIATA
Lingua di erogazione	ITALIANO

Docente responsabile	Nome Cognome	Indirizzo Mail
	PIERLUIGI PASSARO	PIERLUIGI.PASSARO@UNIBA.IT

Dettaglio credi formativi	Ambito disciplinare	SSD	Crediti
	AZIENDALE	SECS-P/08	OTTO (8)

Modalità di erogazione	
Periodo di erogazione	Il semestre
Anno di corso	I anno di corso Laurea triennale
Modalità di erogazione	Lezioni frontali Cicli interni di lezioni Seminari

Organizzazione della didattica	
Ore totali	56 ORE
Ore di lezioni frontali	46 ORE
Ore di esercitazioni e seminari	10 ORE

Calendario	
Inizio attività didattiche	23 Febbraio 2017
Fine attività didattiche	18 Maggio 2017

Syllabus	
Prerequisiti	
Risultati di apprendimento previsti	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Conoscenze di base nel campo dell'economia e della gestione aziendale.</i> • <i>Ottenere una buona conoscenza delle problematiche della gestione strategica e operativa delle imprese: in particolare sui contenuti del modello di business di un'impresa e sui criteri di elaborazione e pianificazione delle strategie competitive, cooperative e di crescita.</i> • <i>Elaborare strategie e tecniche operative volte alla soddisfazione delle esigenze sia dei consumatori che delle imprese.</i> • <i>Raggiungere adeguate conoscenze in merito alle funzioni aziendali (amministrazione, attività operative, logistica)</i>

	<i>con adeguati approfondimenti dedicati al marketing e alla comunicazione, attraverso nozioni di base riguardo le strategie e le politiche di marketing.</i>
Contenuti di insegnamento	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Impresa, mercati e fattori di vantaggio competitivo</i> • <i>La strategia nel sistema impresa</i> • <i>La gestione aziendale in chiave strategica</i> • <i>Reti di impresa e loro contributo alle strategie d'impresa</i>

Programma	
Testi di riferimento	<i>Fontana F., Caroli M., Economia e Gestione delle Imprese, McGraw Hill, Milano 2013(esclusi capp. 6 e 8)</i>
Note ai testi di riferimento	
Metodi didattici	<i>Lezione frontale</i>
Metodi di valutazione (indicare almeno la tipologia scritto, orale, altro)	<i>Esame orale preceduto da un esonero scritto riservato agli studenti frequentanti. La prova si suddividerà in una parte a risposte aperte, una a risposte multiple e una con esercizi.</i>
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)	<i>Lo studente deve possedere una ottima conoscenza di base delle tematiche relative alla gestione di una impresa, all'analisi di mercato, alle relazioni con i competitor e a quelle con i consumatori oltre che dimostrare un'adeguata proprietà di linguaggio tecnico della disciplina. Deve possedere una conoscenza applicativa dei principali strumenti e metodi di calcolo del break even point, delle matrici di gestione del portafogli prodotti, dei trade off.</i>
Altro	