

<b>Principali informazioni sull'insegnamento</b>	
Denominazione	<b>ECONOMIA DELL'IMPRESA</b>
Corso di studio	Laurea Magistrale in Giurisprudenza d'Impresa (LMGI)
Crediti formativi	6 CFU
Denominazione inglese	Enterprise economics
Obbligo di frequenza	NO
Lingua di erogazione	italiano

<b>Docente responsabile</b>	Annunziata de Felice	annunziata.defelice@uniba.it

<b>Dettaglio credi formativi</b>	Ambito disciplinare	SSD	Crediti
	Economico-pubblicistico	SECS P/01	6

<b>Modalità di erogazione</b>	
Periodo di erogazione	I semestre
Anno di corso	V anno
Modalità di erogazione	Lezioni frontali; esercitazioni; seminari

<b>Organizzazione della didattica</b>	
Ore totali	150
Ore di corso	45 frontali; 15 esercitazioni e/o attività integrative e seminari
Ore di studio individuale	90

<b>Calendario</b>	
Inizio attività didattiche	17 settembre 2018
Fine attività didattiche	7 dicembre 2018

<b>Syllabus</b>	
Prerequisiti (propedeuticità)	<i>Economia Politica</i>
Risultati di apprendimento previsti	<p>L'obiettivo del corso è di analizzare il mutamento della struttura industriale, l'organizzazione, la scelta strategica dell'impresa, in modo che la stessa possa conseguire e mantenere il vantaggio competitivo sui mercati nazionali ed esteri. Ciò attraverso l'ausilio anche di casi studio.</p> <p>Si analizzano le strategie di prezzo e non di prezzo selezionate ed applicate dalle imprese, soffermandosi in particolare sul ruolo assunto dalla conoscenza e dall'innovazione. Gli studenti dovrebbero acquisire le conoscenze e le competenze tese a fornire una adeguata capacità di comprensione</p>

	derivante dall'applicazione di una determinata scelta strategica imprenditoriale. Le abilità acquisite dovrebbero consentire agli studenti di valutare autonomamente le conseguenze ed i vantaggi derivanti dalle scelte strategiche.
--	---

<b>Programma</b>	
Contenuti di insegnamento	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Concetti introduttivi</li> <li>2. Struttura di mercato e potere di mercato; Tecnologia e costi di produzione;</li> <li>3. Discriminazione di prezzo, varietà e qualità del prodotto in monopolio</li> <li>4. Strategie competitive in oligopolio</li> <li>5. Fissazione del prezzo e teoria dei giochi</li> <li>6. Teoria evolutiva dell'impresa</li> <li>7. Fusioni e acquisizioni</li> <li>8. Concorrenza non di prezzo.</li> <li>9. Il ruolo della conoscenza, delle social capabilities e dell'innovazione nell'impresa e nei moderni distretti industriali.</li> <li>10. Il modello di Nonaka e di Takeuchi</li> </ol> <p>Non sono previsti programmi alternativi per gli studenti Erasmus in coming</p>
Testi di riferimento	<p>1)Pepall L., Richards D., Norman G., Calzolari G., <i>Organizzazione industriale</i>, McGraw-Hill, IIIa edizione, 2017, dal Cap.3 al Cap.13, Capitoli 15, 17 e 18.</p> <p>2)de Felice A, 2015, <i>Knowledge, Social Capabilities and Innovation in the Modern Industrial District</i>, McGraw-Hill, Capitoli 2, 3, 4 e 7. In alternativa a quest'ultimo Cainelli G. e De Liso N. (a cura di), 2007, <i>Organizzazioni, conoscenze e sistemi locali</i>, Franco Angeli da pag.15 a pag. 266.</p>
Metodi didattici	Lezione frontale, esercitazioni, seminari
Metodi di valutazione (indicare almeno la tipologia scritto, orale, altro)	Esame orale
Criteri di valutazione	L'esame si svolge attraverso un colloquio, teso a verificare la comprensione degli obiettivi di apprendimento. La valutazione dell'esame è espressa con voto in trentesimi.

Assegnazione tesi di laurea

Gli studenti, interessati all'assegnazione di tesi o di tesine in Economia dell'Impresa, possono incontrare il docente il lunedì dalle 9:00 alle 10:00.