

ECONOMIA E GESTIONE AZIENDALE (6 CFU)	
	Prof.ssa Laura Ramacciotti
Obiettivi formativi	Lo studente apprende:- le diverse forme di mercato, - le strategie che massimizzano redditività ed efficienza e minimizzano i costi aziendali, - che cos'è il bilancio e a che cosa serve - che cos'è un titolo di proprietà intellettuale - quali informazioni sono contenute in un business plan e a che cosa serve
Prerequisiti	Non vi sono specifiche regole di propedeuticità.
Contenuto del corso	<p>Prima parte</p> <ul style="list-style-type: none"> - la protezione delle invenzioni, - la protezione del marchio, - la costruzione di un business plan - le fonti dell'innovazione - le curve tecnologiche, - definizione del concetto di specializzazione economica e divisione del lavoro (le economie di scala, le integrazioni verticali e orizzontali e la globalizzazione dei mercati) - definizione del concetto di scambio, settore e mercato e delle diverse tipologie di mercato, - le motivazioni alla base dello spin off accademico e da impresa - funzione e scopo del bilancio di esercizio: come leggerlo <p>Seconda parte</p> <ul style="list-style-type: none"> - definizione del marketing concept e le strategie di approccio al mercato - le variabili di segmentazione del mercato - le indagini di mercato - l'importanza dell'orientamento al cliente e l'analisi del comportamento d'acquisto del consumatore - la pianificazione di marketing e l'analisi della concorrenza - le strategie di marketing in relazione agli elementi del marketing mix: le politiche di prezzo, prodotto, comunicazione e canale di distribuzione, - le fasi del ciclo di vita del prodotto
Metodi didattici	Lezioni teoriche in aula (6 CFU = 48 ore) con l'ausilio della lavagna e di proiezione di diapositive e filmati su tutti gli argomenti del programma.
Modalità verifica dell'apprendimento	Il conseguimento dei 6 crediti richiede il superamento di un test a risposta multipla.