

<b>ECONOMIA E GESTIONE AZIENDALE (6 CFU)</b>	
	<b>Prof.ssa Laura Ramacciotti</b>
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"> <li>- la protezione delle invenzioni,</li> <li>- la protezione del marchio,</li> <li>- la costruzione di un business plan</li> <li>- le fonti dell'innovazione</li> <li>- le curve tecnologiche,</li> <li>- definizione del concetto di specializzazione economica e divisione del lavoro (le economie di scala, le integrazioni verticali e orizzontali e la globalizzazione dei mercati)</li> <li>- definizione del concetto di scambio, settore e mercato e delle diverse tipologie di mercato,</li> <li>- le motivazioni alla base dello spin off accademico e da impresa</li> <li>- funzione e scopo del bilancio di esercizio: come leggerlo</li> </ul> <p>Seconda parte</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- definizione del marketing concept e le strategie di approccio al mercato</li> <li>- le variabili di segmentazione del mercato</li> <li>- le indagini di mercato</li> <li>- l'importanza dell'orientamento al cliente e l'analisi del comportamento d'acquisto del consumatore</li> <li>- la pianificazione di marketing e l'analisi della concorrenza</li> <li>- le strategie di marketing in relazione agli elementi del marketing mix: le politiche di prezzo, prodotto, comunicazione e canale di distribuzione,</li> <li>- le fasi del ciclo di vita del prodotto</li> </ul>
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.