

SCHEMA

Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale Anno Accademico 2017-18

**Inviare la scheda compilata in ogni suo campo all'indirizzo programmisd@uniroma1.it
entro e non oltre il 31 maggio 2016**

Anno accademico di riferimento	2017-2018
Dipartimento	Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale
Cognome/i e Nome/i del/i docente/i	Alberto Mattiacci
Nome dell'insegnamento	Market Driven Management (Marketing)
	Market Driven Management (Marketing)
Obiettivi formativi dell'insegnamento	<p>Il corso intende formare negli studenti il corpo di conoscenze di base sulle imprese e, in particolare, sulle configurazioni strutturali specifiche di quelle orientate al mercato.</p> <p>L'impresa verrà studiata nei suoi fondamentali aspetti strutturali (finalità, soggetti, organizzazione, funzioni, processi), di sistema (ambiente, settore, mercato, globalizzazione) e di gestione (strategie, <i>operation</i>, tattiche).</p> <p>Un'attenzione particolare sarà dedicata allo studio del mercato e delle scelte strategiche che l'impresa è chiamata in merito ad assumere.</p>
	<p>The class is designed to provide an overall foundation of business management principles as applied to market-oriented organizations in the today's competitive global arena.</p> <p>Specific topics will include the following: (1) the basic structure of modern enterprises (objectives, people, functions, organization, processes); (2) the today's business system (environment, industry, markets, globalization); (3) the managerial approach (strategy, policy and planning).</p> <p>Emphasis will be on strategy formulation and implementation for an effective decision making within the business enterprise.</p>
Contenuti e articolazione del corso	<p>Il corso si divide in due parti, ciascuna idealmente pari a tre crediti.</p> <p>La prima parte (<i>Business Management Principles</i>) si articola in lezioni frontali teoriche ed esercitazioni su temi quantitativi specifici (es. determinazione del punto di pareggio, calcolo dei principali indici).</p> <p>La seconda parte (<i>Marketing Principles</i>) si articola in lezioni frontali teoriche, discussione casi e testimonianze (frontali e video).</p>
	<p>This class includes two subject-oriented sections. For each section, three credits will be assigned.</p> <p>The <i>Business Management Principles</i> section will consist on formal lessons,</p>

	<p>lectures and skill sessions (e.g. break even point analysis, ratio calculation).</p> <p>In addition to the formal lessons, the second section, named <i>Marketing Principles</i>, will include lectures delivered by testimonials and panel discussions.</p>
<p>Descrizione della modalità di svolgimento della verifica di profitto</p>	<p>La prova d'esame si svolge in modalità mista: (i) test scritto finale, (ii) prova orale facoltativa (solo se 18 allo scritto).</p> <p>Tutte le informazioni logistiche in merito al corso (esami, lezioni, testimonianze, ecc...) sono fornite via Twitter @albertomtx.</p>
	<p>Students are required to sit for: (i) written final test; (ii) optional oral examination</p> <p>Lessons, lectures, and any other organizational information will be available on Twitter @albertomtx. Students are expected to follow the account.</p>
<p>Testi d'esame</p>	<p>Mattiacci A. Pastore A. (2013) <i>Marketing</i>, Hoepli Editore, Milano (capitoli 1-16 inclusi con la sola esclusione del capitolo 7)</p>