



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PALERMO

DIPARTIMENTO	Scienze Economiche, Aziendali e Statistiche		
ANNO ACCADEMICO OFFERTA	2019/2020		
ANNO ACCADEMICO EROGAZIONE	2020/2021		
CORSO DILAUREA MAGISTRALE	SCIENZE ECONOMICO-AZIENDALI		
INSEGNAMENTO	RESEARCH METHODOLOGIES FOR ORGANIZATIONAL MANAGEMENT		
CODICE INSEGNAMENTO	19848		
MODULI	Si		
NUMERO DI MODULI	2		
SETTORI SCIENTIFICO-DISCIPLINARI	SECS-P/08		
DOCENTE RESPONSABILE	DOMINICI GANDOLFO	Professore Associato	Univ. di PALERMO
ALTRI DOCENTI	DOMINICI GANDOLFO	Professore Associato	Univ. di PALERMO
CFU	12		
PROPEDEUTICITA'			
MUTUAZIONI			
ANNO DI CORSO	2		
PERIODO DELLE LEZIONI	1° semestre		
MODALITA' DI FREQUENZA	Facoltativa		
TIPO DI VALUTAZIONE	Voto in trentesimi		
ORARIO DI RICEVIMENTO DEGLI STUDENTI	DOMINICI GANDOLFO Venerdì 18:00 19:00 Mandare prima email.		

DOCENTE: Prof. GANDOLFO DOMINICI

PREREQUISITI	ADVANCED MARKETING Lo studio del comportamento d'acquisto di individui, gruppi ed organizzazioni e dei processi per selezionare, acquisire e consumare i prodotti ed i servizi. Il corso include elementi di sociologia, psicologia e studi del comportamento. Metodi per la ricerca di Marketing SYSTEMS THINKING Dare un quadro sulla storia, la ricerca e le prospettive del ST comprendere gli scopi del ST Comprendere la terminologia, le teorie ed i processi del ST Imparare la corretta applicazione dei metodi di ST Applicare il ST a diversi problemi aziendali
RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI	To provide to students an important competitive advantage knowing System Thinking as well as practical insights on how to understand & influence customers. Such insights are particularly valuable when competition is intense. Will also provide insight about the anthropological aspects of consumers in society, communities and their behavior.
VALUTAZIONE DELL'APPRENDIMENTO	prova orale e valutazione in itinere del lavoro in aula. La valutazione avviene in trentesimi. Respinto: Non sufficiente 18: Appena sufficiente 19-21: Sufficiente / Piu' che sufficiente 22-24: Discreto 25-27: Buono 28-29: Ottimo 30: Eccellente 30 e lode: Eccellente cum laude
ORGANIZZAZIONE DELLA DIDATTICA	lezioni ed esercitazioni

**MODULO
ADVANCED MARKETING RESEARCH**

Prof. GANDOLFO DOMINICI

TESTI CONSIGLIATI

- Blythe- Consumer Behavior- Sage

TIPO DI ATTIVITA'	B
AMBITO	50583-Aziendale
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO PERSONALE	114
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLE ATTIVITA' DIDATTICHE ASSISTITE	36

OBIETTIVI FORMATIVI DEL MODULO

Lo studio del comportamento d'acquisto di individui, gruppi ed organizzazioni e dei processi per selezionare , acquisire e consumare i prodotti ed i servizi. Il ccorso include elementi di sociologia, psicologia e studi del comportamento. Metodi per la ricerca di Marketing

PROGRAMMA

ORE	Lezioni
4	Introduzione alla ricerca di Marketing
12	Consumer Behavior
8	Metodi di ricerca sociale per il marketing
12	Practice Marketing

**MODULO
SYSTEMS THINKING METHODOLOGIES FOR ORGANIZATIONAL MANAGEMENT**

Prof. GANDOLFO DOMINICI

TESTI CONSIGLIATI

Systems Thinking:

- Klaus Krippendorff- On Communicating Otherness, Meaning, and Information- Routledge
 - Robert Louis Flood - Rethinking The Fifth Discipline - Routledge
 - Michael C. Jackson - Critical Systems Thinking- Wiley
- Additional Material and articles will be indicated in the class

TIPO DI ATTIVITA'	B
AMBITO	50583-Aziendale
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO PERSONALE	114
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLE ATTIVITA' DIDATTICHE ASSISTITE	36

OBIETTIVI FORMATIVI DEL MODULO

Systems Thinking Methodologies for Organizational Management
 Dare un quadro sulla storia, la ricerca e le prospettive del ST
 comprendere gli scopi del ST
 Comprendere la terminologia, le teorie ed i processi del ST
 Imparare la corretta applicazione dei metodi di ST
 Applicare il ST a diversi problemi aziendali

PROGRAMMA

ORE	Lezioni
4	Introduzione al ST
12	Soft systems Methodologies
4	Social Cybernetics
16	Applicazioni del ST a problemi gestionali