

# BUSINESS MANAGEMENT (LM01)

(Lecce - Università degli Studi)

## Teaching DIGITAL STRATEGY

GenCod A005377

**Owner professor** Paola SCORRANO

**Teaching in italian** STRATEGIA DIGITALE **Course year** 2

**Teaching** DIGITAL STRATEGY

**Language** ITALIAN

**SSD code** SECS-P/08

**Curriculum** DIGITAL MANAGEMENT

**Reference course** BUSINESS MANAGEMENT

**Course type** Laurea Magistrale

**Location** Lecce

**Credits** 8.0

**Semester** Second Semester

**Teaching hours** Front activity hours: 64.0

**Exam type** Oral

**For enrolled in** 2022/2023

**Assessment** Final grade

**Taught in** 2023/2024

**Course timetable**

<https://easyroom.unisalento.it/Orario>

## BRIEF COURSE DESCRIPTION

Il corso si concentrerà principalmente sugli elementi conoscitivi necessari per costruire una strategia digitale di successo, alla luce delle modifiche nel comportamento del consumatore e delle opportunità che dal business digitale possono derivare per le PMI in particolare.

## REQUIREMENTS

Conoscenze e competenze maturate nell'ambito degli insegnamenti di economia e gestione delle imprese e di marketing.

---

## COURSE AIMS

Conoscere i fondamenti per l'adozione di un'appropriata strategia digitale.  
Sapere individuare ed analizzare le modifiche nella relazione cliente- impresa e scegliere gli strumenti digitali più appropriati per rafforzare il rapporto.  
Sapere integrare i diversi strumenti di comunicazione digitale.  
Sapere valutare gli effetti, in termini competitivi, delle scelte effettuate.  
Conoscere i fondamenti per l'adozione di un'appropriata strategia digitale.  
Sapere individuare ed analizzare le modifiche nella relazione cliente- impresa e scegliere gli strumenti digitali più appropriati per rafforzare il rapporto.  
Sapere integrare i diversi strumenti di comunicazione digitale.  
Sapere valutare gli effetti, in termini competitivi, delle scelte effettuate.

### Risultati attesi secondo i descrittori di Dublino:

Conoscenza e capacità di comprensione (*knowledge and understanding*):

- Conoscere gli aspetti strategici per la definizione di una strategia digitale di successo
- Conoscere gli strumenti operativi per l'implementazione di una strategia digitale di successo

Capacità di applicare conoscenza e comprensione (*applying knowledge and understanding*)

- Individuare fonti adeguate per acquisire informazioni sul comportamento del consumatore digitale
- Individuare le opportunità per le imprese derivanti dal business digitale
- Conoscere i principali tools di analisi dei social media

Autonomia di giudizio (*making judgements*)

- valutare i dati per trarre informazioni sul comportamento del consumatore digitale
- individuare nuove opportunità di business digitale per le PMI
- Selezionare i tools più idonei per realizzare le analisi e per costruire report aziendali

Abilità comunicative (*communication skills*)

- presentare in forma scritta e orale i risultati delle analisi effettuate nonché le proprie valutazioni e proposte con conseguenti implicazioni sulle dinamiche gestionali aziendali.
- Utilizzare un lessico specialistico appropriato, anche in funzione dei diversi interlocutori

Capacità di apprendimento (*learning skills*)

Comprendere l'utilità dell'impiego degli strumenti di comunicazione digitali per accrescere la competitività delle imprese

---

## TEACHING METHODOLOGY

Lezioni frontali, analisi di casi, testimonianze aziendali, lavori di gruppo

---

**ASSESSMENT TYPE**                      Orale.

Verranno poste al candidato domande riguardanti i principi alla base delle scelte inerenti la strategia digitale. Con domande più tecniche, si valuterà la conoscenza, da parte del candidato, degli strumenti digitali maggiormente diffusi e le modalità più appropriate per integrarli allo scopo di incrementare la visibilità dell'offerta dell'impresa e rafforzare la relazione con il cliente.

*"Lo studente, disabile e/o con DSA, che intende usufruire di un intervento individualizzato per lo svolgimento della prova d'esame deve contattare l'ufficio Integrazione Disabili dell'Università del Salento all'indirizzo [paola.martino@unisalento.it](mailto:paola.martino@unisalento.it)".*

---

**ASSESSMENT SESSIONS**                      <http://www.economia.unisalento.it/536>

---

**FULL SYLLABUS**                                      Cos'è una digital strategy  
Le nuove regole del business digitale  
Evoluzione del comportamento degli utenti  
Opportunità del business digitale per le imprese  
Definizione di una strategia digitale  
Integrazione tra i vari strumenti digitali  
Il ruolo dei social media  
I principali tools (Google trends, ....)

Non sono previste differenze fra studenti frequentanti e non frequentanti.

---

**REFERENCE TEXT BOOKS**                      Cioffi R., Digital Strategy. Strategie per un efficace posizionamento sui mercati digitali, Hoepli 2018.  
Scorrano P., *Competitività, collaborazione e valore nelle network industries. Un'analisi nel settore dei videogame*, Cacucci 2008.

Ulteriori letture di approfondimento saranno comunicate dal docente entro la fine delle lezioni.

Non sono previste differenze fra studenti frequentanti e non frequentanti