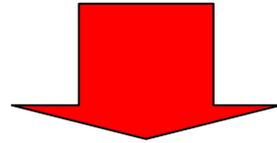


# Pricing & Costing: introduzione al corso

G.TOSCANO e A.VINCI  
Corso: Pricing & Costing  
LIUC – Università di Castellanza  
22 Settembre 2010  
Anno accademico 2010/11

## Il presupposto del corso:



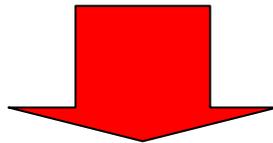
### **Il prezzo**

**è una componente fondamentale  
della *value proposition* commerciale  
dell'impresa**

***(il sistema di valore complessivo  
che l'azienda offre al cliente)***

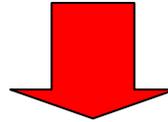
## I temi del corso

- Il ruolo del prezzo nell'economia d'impresa
- Prezzo e valore per il cliente
- I costi alla base della determinazione del prezzo
- Le tecniche di value pricing
- Le strategie di pricing e la gestione del valore
- Il prezzo in rete

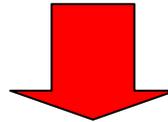


**Modelli e approcci teorici,  
ma anche casi empirici e testimonianze**

## La prima parte del corso

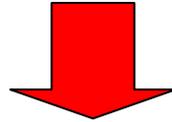


**Il modello**

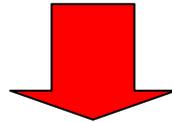


**Definizione e analisi dei principali strumenti utilizzabili  
nelle differenti fasi  
del processo di pricing**

## La seconda parte del corso

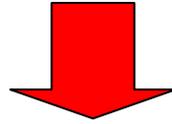


Le tecniche



Alla base  
delle strategie di pricing

## Le modalità didattiche



Lezioni



Esercitazioni e Casi

# I test di esame per i frequentanti

- SIMON e ZATTA, *Strategie di Pricing*, Hoepli, 2006
- C.T. HORNGREN, G. FOSTER, S.M. DATAR, *Contabilità per la Direzione*, ISEDI, 1998
- ANCARANI, *Il prezzo in rete*, Etas, 2004
- Materiale (note didattiche, lucidi, casi, esercitazioni) a cura dei docenti (sarà messo a disposizione in internet).

# L'esame

per i frequentanti:

prova scritta finale il 15.12.10 (ultima data del corso)  
+ progetto di gruppo (project work)

*N.B. prove ufficiali orali da gennaio 2011 con  
programma valevole fino a luglio 2011*

per i non frequentanti:

orale sui libri di testo (Guida dello studente)