Logo Image not found or type unknown

PROGRAMMA DEL CORSO DI ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE

SETTORE SCIENTIFICO

SECS-P/08 (ECON-07/A)

CFU

9

OBIETTIVI

Obiettivo dell'insegnamento è fornire le conoscenze teoriche e gli strumenti tecnico-professionali per la gestione strategica ed operativa dell'impresa al fine di competere in un contesto ambientale e sociale sempre più complesso.

Il programma consentirà allo studente di sviluppare le capacità necessarie all'interpretazione dei fenomeni aziendali declinati per aree funzionali e ad utilizzare i più diffusi strumenti inerenti i processi gestionali. In particolare, nella prima parte dell'insegnamento sono approfondite le conoscenze e competenze alla base del sistema impresa, dell'ambiente competitivo e dell'analisi di settore;nella seconda parte sono fornite le più significative tecniche e metodologie per applicare tali conoscenze, anche alla luce di un modello di business centrato sulle esigenze delle start up nell'ottica della sostenibilità.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

Conoscenza e capacità di comprensione

L'insegnamento intende fornire le conoscenze utili per comprendere la struttura ed il funzionamento del sistema impresa e per individuare i fenomeni critici del contesto ambientale e competitivo di riferimento. Specifica attenzione è dedicata al processo di pianificazione strategica sia a livello corporate che di area di business, nonché all'analisi delle variabili da valutare nei percorsi di crescita dell'impresa. Attraverso lo studio di tali tematiche lo studente sarà in grado di comprendere il percorso che porta il management alla creazione di valore per l'impresa e gli stakeholder di riferimento.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

L'insegnamento, mediante l'impiego di tecniche e metodologie gestionali (analisi di matrici strategiche, studio di diversi modelli di business, presentazione di casi aziendali, esercitazioni e verifiche in itinere), consente allo studente di applicare le conoscenze teoriche di base acquisite, in differenti contesti di settore e di individuare, a fronte delle criticità riscontrate, un metodo pe la soluzione delle problematiche d'impresa.

Autonomia di giudizio

Lo studente, anche tramite il confronto con i casi di studio e la discussione nella aula virtuali in occasione delle video conferenze, potrà sviluppare la propria capacità di giudizio e di proposta in relazione all'analisi delle soluzione che il

manager e/o l’imprenditore intende prendere ai fini della sopravvivenza, gestione, crescita dell’impresa.

Abilità comunicative

L’insegnamento intende attivare nello studente le necessarie capacità comunicative e comportamentali nell’esporre le proprie idee e proposte, nonché le possibili soluzioni alle problematiche da affrontare. Lo sviluppo di tali abilità comunicative, è supportata dalla didattica interattiva (con la redazione di elaborati da parte dello studente e la conseguente correzione) e da momenti di videoconferenza programmati sulla base dello stato di avanzamento del programma. La stessa prova finale d’esame, nella modalità orale, è un momento utile per stimolare lo sviluppo delle abilità comunicative dello studente.

Capacità di apprendimento

La capacità di apprendimento sarà stimolata mediante la somministrazione di esercitazioni operative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata a verificare l’effettiva comprensione degli argomenti trattati. Concorrono a sviluppare la capacità di apprendimento anche i supporti didattici integrativi (casi aziendali, esercitazioni scritte, momenti di aula virtuale), soprattutto per i risultati connessi alle capacità applicative.

MODALITÀ DI RACCORDO CON ALTRI INSEGNAMENTI (INDICARE LE MODALITÀ E GLI INSEGNAMENTI CON I QUALI SARÀ NECESSARIO RACCORDARSI)

Il raccordo avverrà tramite la preliminare condivisione del programma tra i docenti finalizzata ad evitare duplicazioni/sovrapposizioni del programma ed assicurare la completezza degli argomenti trattati.

MODALITÀ DI ESAME ED EVENTUALI VERIFICHE DI PROFITTO IN ITINERE

Lo studente per superare l’esame può scegliere di fare l’esame orale presso la sede dell’Ateneo o la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma. Per poter effettuare la prenotazione di esame lo studente deve aver seguito almeno l’80% delle video lezioni. 66 Il test finale si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte da redigere in 45 minuti. Nel corso dell’anno sono previste almeno 4 sessioni di esami in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all’inizio dell’anno accademico.

Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alla gestione d’impresa ed alle scelte strategiche;

- Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano la valutazione rispetto a casi concreti;

- Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alla scelte da compiere ed alle soluzione da proporre.

Gli esercizi e gli elaborati di Didattica Erogativa consento invece di verificare i risultati di apprendimento raggiunti rispetto alle Abilità comunicative e alla Capacità di apprendimento

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti

L’iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette sia l’iscrizione ai corsi sia la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico, la comunicazione con il docente. E’ previsto un tutor che supporterà gli studenti durante il corso.

Attività di didattica erogativa (DE)

54 Videolezioni + 54 Test di Autovalutazione: Totale 54 ore
Attività di didattica interattiva (DI)

Redazione di un elaborato Partecipazione a una web conference Lettura area FAQ Svolgimento delle prove in itinere con feedback Svolgimento della simulazione del test finale
Totale 9 ore

Attività di autoapprendimento

162 ore per lo studio individuale
Libro di riferimento

F. Fontana, M.Caroli, Economia e Gestione d’Impresa, McGrawHill, 2017. A. Kingsley Borello, Excellent Business Plan, Hoepli, 2015.

PROGRAMMA DIDATTICO

1. Le risorse nel sistema Impresa

2. Le competenze

3. Il sistema Impresa e l’ambiente competitivo

4. L’impresa proattiva

5. Gli stili Manageriali

6. I Compiti del Manager

7. Il concetto di Strategia

8. Uno schema per l’analisi strategica

9. La pianificazione strategica

10. Gli schemi organizzativi

11. La progettazione organizzativa

12. Il legame tra strategia e struttura

13. La strat. a livello corporate

14. Le Strategia di crescita

15. Strategie di diversificazione

16. Il Vantaggio Competitivo

17. Le determinanti il V.C.

18. Le strategie competitive

19. La catena del valore.

20. L’analisi dei concorrenti

21. L’analisi del settore

22. La struttura del settore

23. Le barriere all’entrata

24. L’ASA

25. La gestione strategica della ASA

26. Modelli di portafoglio

27. Le implicazioni strategiche delle matrici

28. Strategie competitive e creazione di valore

29. Un’applicazione della catena del valore

30. Le imprese benefit

31. Strategie di marketing sostenibile

32. Percorsi strategici nell’orientamento alla sostenibilità

33. Un modello di business sostenibile

34. Il caso del settore turismo

35. Le start up d’impresa

36. Business plan e start up

37. Descrizione del business e del contesto

38. Strategie e posizionamento

39. Il piano operativo

40. Il piano di marketing

41. Struttura e management

42. Risorse di finanziamento

43. Schemi economico-finanziari

44. Oltre il business plan

45. La valutazione degli investimenti

46. Crow funding

47. Caso di studio

48. Caso di studio

49. Le attività delle start-up nel web

50. Web marketing e comunicazione

51. Approcci alla comunicazione web

52. Advertising e impresa 4.0

53. Modello della comunicazione impresa 4.0

54. E.commerce

SETTORE SCIENTIFICO DISCIPLINARE

/**/
ECON 07/A Economia e Gestione delle Imprese

DOCENTE

/**/
Prof. Giuseppe Granata