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

8

OBIETTIVI FORMATIVI PER IL RAGGIUNGIMENTO DEI RISULTATI DI APPRENDIMENTO PREVISTI NELLA SCHEDA SUA

/**/ 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.

MODALITÀ DI RACCORDO CON ALTRI INSEGNAMENTI

/**/
L'insegnamento si raccorda in particolare all'insegnamento di Economia Aziendale (SECS-P/07) e di Finanza Aziendale (SECS-P09).

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.

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 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.

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.

LIBRI DI RIFERIMENTO

/**/

F. Fontana, M.Caroli, Economia e Gestione d’Impresa, McGraw-Hill, 2017.

A. Kingsley Borello, Excellent Business Plan, Hoepli, 2015.

AGENDA

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):

48 Videolezioni
Totale 48 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 8 ore

Attività di autoapprendimento

144 ore per lo studio individuale

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 3.0
34. Il caso turismo
35. Start up
36. Business Plan
37. Descrizione business e contesto
38. Strategie e posizionamneto

39. Il piano operativo
40. Il piano di marketing
41. Struttura e management
42. Risorse di finanziamento
43. Dal piano all’azione
44. Oltre Il Business Plan
45. Il Controllo di gestione
46. Crow funding
47. Caso di studio
48. Economia e Gestione d’impresa

Il docente si riserva il diritto di modificare il titolo delle lezioni

DOCENTE

Maria Palazzo