Logo Image not found or type unknown

PROGRAMMA DEL CORSO DI STRATEGIA, ORGANIZZAZIONE E MARKETING

SETTORE SCIENTIFICO

ING-IND/35 (IEGE-01/A)

CFU

9

SETTORE SCIENTIFICO DISCIPLINARE

IEGE-01/A

ANNO DI CORSO

II Anno

TIPOLOGIA DI ATTIVITÀ FORMATIVA

/**/
Base q

Caratterizzante q

Affine X

Altre attività q

NUMERO DI CREDITI

9 CFU

DOCENTE

Giulia Palombi

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 l’iscrizione ai corsi, la fruizione delle lezioni, la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico e la comunicazione con il docente. Un tutor assisterà gli studenti nello svolgimento di queste attività.

OBIETTIVI FORMATIVI SPECIFICI

/**/
L’obiettivo del corso è di fornire le competenze teoriche e metodologiche della strategia d’impresa, e di analizzare l’organizzazione ed il marketing come strumenti competitivi utili alla realizzazione della strategia stessa. Nello specifico, l’insegnamento si articola in tre parti: nella prima parte il corso si concentra sulla Strategia e vengono fornite nozioni e competenze di base afferenti alle strategie di successo – dagli elementi di misurazioni degli obiettivi aziendali alla caratterizzazione delle diverse tipologie di vantaggio competitivo.

Nella seconda parte si affronta l’analisi dell’Organizzazione aziendale e del controllo organizzativo-direzionale, con focus sulla gestione per processi, sul project management e sulla contabilità direzionale. Nella terza parte si descrive il processo di marketing, analizzandolo, in particolare, nella prospettiva strategica ed organizzativa e con focus sui fattori evolutivi relativi all’ambiente digitale. Durante le attività di didattica, i concetti teorici sono integrati con applicazioni e studi di caso, per meglio comprendere l’implementazione della teoria studiata ed affinare proprie competenze.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO SPECIFICI

/**/
Conoscenza e capacità di comprensione

L’insegnamento intende fornire agli studenti le conoscenze di base della strategia d’impresa, dell’organizzazione nell’era digitale nonché del marketing digitale, per consentire agli studenti medesimi di essere capaci di comprendere gli aspetti generali e di dettaglio delle predette tematiche.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Le applicazioni oggetto dell’insegnamento consentiranno agli studenti di acquisire la capacità di applicare, nei diversi contesti di settore, le conoscenze teoriche di base nonché le comprensioni acquisite, nonché d’individuare, a fronte di eventuali criticità riscontrate, una metodologia per la loro risoluzione.

Autonomia di giudizio

Gli studenti potranno sviluppare le proprie capacità autonome di giudizio in relazione alle tematiche dell’insegnamento, mediante le attività di didattica.

Abilità comunicative

L’insegnamento svilupperà le abilità comunicative degli studenti nell’esporre le proprie idee e proposte, nonché le possibili soluzioni alle diverse problematiche da affrontare.

Capacità di apprendimento

La capacità di apprendimento sarà stimolata attraverso la somministrazione di esercitazioni operative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata anche a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. La capacità di apprendimento sarà anche stimolata da supporti didattici integrativi (casi di studio, articoli e sentenze) in modo da sviluppare le capacità applicative.

PROGRAMMA DIDATTICO

STRATEGIA

1 - Il concetto di strategia: obiettivi, attività e risorse

2 - Risorse e Capitale Investito: informazioni desumibili dal Bilancio Aziendale

3 - Indicatori di posizionamento patrimoniale e finanziario

4 - Relazioni causa effetto tra strategia e risultati: analisi economico finanziaria

5 - Esercizi applicativi analisi economico - finanziaria

6 - Performance aziendali: dallo shareholder allo stakeholder approach

7 - Esempio di determinazione del Valore come Valore Attuale Netto

8 - Analisi di settore nella definizione della strategia - spettro delle strutture di settore

9 - Analisi di settore e strategia aziendale - il modello di Porter

10 - Analisi di settore e strategia aziendale - focus sulle barriere all'ingresso e all'uscita

11 - Analisi di settore e strategia aziendale - forze verticali del modello di Porter

12 - Il vantaggio competitivo: Strategie ed ambito competitivo

13 - Vantaggio di costo: determinanti di scala produttiva

14 - Il vantaggio di differenziazione: determinanti del valore

15 - La misurazione delle performance aziendali: lo stakeholder approach

ORGANIZZAZIONE

1 - La definizione di organizzazione e l'organigramma aziendale

2 - I rapporti gerarchici e funzionali, strutture formali e informali

3 - Le microstrutture, tipi di responsabilità e delega, la comunicazione

4 - Tipologie di struttura organizzativa

5 - Il coordinamento organizzativo

6 - I processi organizzativi e la gestione per processi

7 - Project Management: esercitazione

8 - Contabilità direzionale e tipologie di costo

9 - Il sistema di budgeting

10 - Cenni di comportamento organizzativo e di gestione delle risorse umane

11 - Determinazione dei costi: esercitazione

MARKETING

1 - Strategia e Marketing: la comprensione del mercato e dei bisogni del consumatore

2 - Strategia e Marketing: la creazione di valore dai clienti e la fidelizzazione

3 - Il ruolo del marketing nella pianificazione strategica d impresa

4 - Analisi e pianificazione di marketing

5 - Strategia di marketing orientata al cliente: segmentazione e targeting

6 - Strategia di marketing orientata al cliente: il posizionamento

7 - Promozione di massa: la pubblicità

8 - Lo scenario di marketing: analisi dei fattori di evoluzione

9 - L'ambiente di marketing dell'organizzazione

10 - I comportamenti di acquisto del consumatore

11 - I comportamenti d'acquisto dell'organizzazione

12 - Il sistema delle informazioni di marketing per ottenere dati sui clienti

13 - La strategia del prodotto, dei servizi e della marca

14 - Le strategie di prezzo

15 - Lo sviluppo del nuovo prodotto e il ciclo di vita

16 - I canali di marketing

TIPOLOGIE DI ATTIVITÀ DIDATTICHE PREVISTE E RELATIVE MODALITÀ DI SVOLGIMENTO

/**/
L’insegnamento è articolato in videolezioni di circa 30 minuti corredate da dispense, slide e questionario di autovalutazione.

Per ogni insegnamento è prevista1 videolezione di didattica erogativa in modalità sincrona a contenuto innovativo ed interattivo, secondo modalità definite dal docente di riferimento,vi è altresì la possibilità di redazionedi un elaborato per

insegnamento, differenziato in termini di difficoltà rispetto all'ampiezza dei CFU assegnati.

Il modello didattico 2025-2026, in ottemperanza al D.M. 1835 del 6 dicembre 2024, prevede di norma, per ogni CFU, un totale di almeno 7 ore di didattica. La didattica erogativa è perciò effettuata dall'Anno Accademico 2025/2026 per l'80% in modalità asincrona, articolata in un numero di videolezioni coerente ai CFU complessivi del singolo insegnamento, corredate da materiale didattico adeguato allo studio individuale e, per almeno il 20%, in modalità sincrona

La didattica erogativa asincrona prevede per ogni ora una videolezione registrata, una dispensa corredata da riferimenti bibliografici, note, tabelle, immagini, grafici ed un questionario di dieci domande di autovalutazione con quattro possibili risposte di cui solo una corretta e tre distrattori, oltre un file di riepilogo relativo agli obiettivi ed alla struttura in paragrafi della lezione, con l'aggiunta di alcune parole chiave. Nel dettaglio la videolezione corrisponde alla singola lezione teorica del docente.La didattica sincrona si compone di una web conferenze per CFU e di un elaborato per insegnamento, differenziato in termini di difficoltà rispetto all'ampiezza dei CFU assegnati.L'obiettivo della didattica erogativa in modalità sincrona è assicurare tutte quelle attività che tipicamente richiedono apprendimenti "in situazione" o rapporto "face to face", quali laboratori, seminari, esperienze sul campo, tirocini, ecc., tenendo conto anche delle metodologie a carattere innovativo e volte a favorire l'interazione docente-studenti e tra studenti

Sono previsti:

interventi didattici rivolti da parte del docente/tutor all'intera classe (o a un suo sottogruppo), tipicamente sotto forma di dimostrazioni o spiegazioni aggiuntive (ad esempio dimostrazione o suggerimenti operativi su come si risolve un problema, esercizio esimilari); gli interventi brevi effettuati dai corsisti (ad esempio in ambienti di discussione o di collaborazione); le e-tivity strutturate (individuali o collaborative), sotto forma tipicamente di report, esercizio, studio di caso, problem solving, web quest,progetto,produzionediartefatto(ovariantiassimilabili),effettuati dai corsisti, con relativo feed-back; le forme tipiche di valutazione formativa, con il carattere di questionari o test initinere; le esperienze di apprendimento in situazione realizzabili attraverso ambienti di simulazione, oppure attraverso la virtualizzazione di laboratori didattici.
Nelle suddette attività convergono molteplici strumenti didattici, che agiscono in modo sinergico sul percorso di formazione ed apprendimento dello studente. La partecipazione attiva alle suddette attività ha come obiettivo quello di stimolare gli studenti lungo tutto il percorso didattico e garantisce loro la possibilità di ottenere una valutazione aggiuntiva che si sommerà alla valutazione dell'esame finale.

Nel computo delle ore della didattica erogativa sono escluse le interazioni a carattere orientativo sui programmi, sul Corso di Studio, sull'uso della piattaforma e simili, che rientrano nei servizi di tutoraggio per l'orientamento. Sono altresì escluse le ore di tutorato didattico disciplinare, cioè la mera ripetizione di contenuti già proposti nella forma erogativa attraverso colloqui di recupero o approfondimento one-to-one.

MODALITÀ E CRITERI DI VALUTAZIONE DELL'APPRENDIMENTO

/**/
La partecipazione alla didattica erogativa ha la finalità, tra le altre, di valutare lo studente durante l'apprendimento in itinere.

L'esame finale può essere sostenuto in forma scritta o in forma orale; lo studente può individuare, in autonomia, la modalità di svolgimento della prova, sempre rispettando la calendarizzazione predisposta dall'Ateneo.

L'esame orale consiste in un colloquio nel corso del quale il docente formula almeno tre domande.

L’esame scritto consiste nello svolgimento di un test a risposta multipla con 31 domande. Per ogni domanda lo studente deve scegliere una delle 4 possibili risposte. Solo una risposta è corretta.

Sia la verifica in forma orale che i quesiti in forma scritta sono formulati per valutare il grado di comprensione delle nozioni teoriche e la capacità di sviluppare il ragionamento utilizzando le nozioni acquisite per verificare la capacità di apprendimento ovvero il livello di apprendimento raggiunto dallo studente. I quesiti che richiedono l’elaborazione di un ragionamento consentiranno di valutare il livello di competenza e l’autonomia di giudizio maturati dallo studente.

Le abilità di comunicazione e la capacità di apprendimento saranno valutate attraverso le interazioni dirette tra docente e studenti che avranno luogo durante la fruizione del corso proposte dal docente o dal tutor.

CRITERI DI MISURAZIONE DELL’APPRENDIMENTO E ATTRIBUZIONE DEL VOTO FINALE

/**/
La didattica sincrona garantisce una premialità massima di 2 punti che si somma al voto dell’esame finale, suddivisa in 1 punto per la didattica erogativa sincrona (Webconference) ed 1 punto didattica erogativa sincrona (Elaborato). La premialità massima per le Webconference è di un punto sul voto di esame. Ogni studente può partecipare a tutte le Webconference erogate. Per ciascuna di esse, il superamento del test finale di apprendimento –che richiede almeno quattro risposte corrette su cinque domande relative al tema trattato – consente di ottenere un punteggio pari a 0,5. Una volta raggiunto un punteggio totale di 1, allo studente viene riconosciuta la premialità. La redazione dell’elaborato consente una premialità pari ad 1 punto sul voto dell’esame, se considerato sufficiente. Saranno rese disponibili due tracce di elaborati.

È data facoltà allo studente di partecipare alla didattica erogativa sincrona.

La valutazione finale ha lo scopo di misurare il grado di comprensione delle nozioni teoriche e la capacità di sviluppare il ragionamento utilizzando le nozioni acquisite per verificare la capacità di apprendimento ovvero il livello di apprendimento raggiunto dallo studente. Il giudizio riguarda l’intero percorso formativo del singolo insegnamento ed è di tipo sommativo.
Il voto finale dell’esame di profitto tiene conto del punteggio ottenuto nella verifica di profitto al quale si sommano le premialità che lo studente può aver ottenuto partecipando alla didattica erogativa sincrona e deriva, quindi, dalla somma delle due valutazioni. Il voto derivante dalla didattica sincrona verrà sommato al voto dell’esame se quest’ultimo sarà pari o superiore a diciotto trentesimi.
Il voto finale è espresso in trentesimi. Il voto minimo utile al superamento della prova è di diciotto trentesimi.

Ciascun test dovrà essere composto da 31 domande, così da garantire la possibilità di conseguire la lode, in ottemperanza alle norme Europee sul Diploma Supplement. L’attribuzione della lode è concessa esclusivamente allo studente che ha risposto positivamente alle prime 30 domande ed anche all’ultima domanda.

ATTIVITÀ DI DIDATTICA EROGATIVA ASINCRONA

Di norma massimo l’80% delle lezioni è svolto in modalità asincrona.

ATTIVITÀ DI DIDATTICA EROGATIVA SINCRONA CON RELATIVO FEED-BACK AL SINGOLO STUDENTE DA PARTE DEL DOCENTE O DEL TUTOR

Almeno il 20% delle lezioni è svolto in modalità sincrona e possono prevedere:

èPartecipazione web conference

èRedazione di un elaborato

èSvolgimento delle prove in itinere con feedback

èSvolgimento della simulazione del test finale

MATERIALE DIDATTICO UTILIZZATO

èVideolezioni

èDispense predisposte dal docente e/o slide del docente

èQuestionario di autovalutazione

èMateriali predisposti per le lezioni sincrone

èTesto di riferimento suggerito dal docente (facoltativo)

Il materiale didattico è sempre disponibile in piattaforma e consultabile dallo studente nei tempi e nelle modalità ad egli più affini.