

PROGRAMMA DEL CORSO DI SISTEMI PER LA GESTIONE AZIENDALE

SETTORE SCIENTIFICO

ING-IND/35

CFU

9

ATTIVITÀ DI DIDATTICA INTERATTIVA (DI)

Le attività di Didattica interattiva consistono, per ciascun CFU, in un'ora dedicata a una o più tra le seguenti tipologie di attività:

- Redazione di un elaborato
- Partecipazione a una web conference
- Partecipazione al forum tematico
- Lettura area FAQ
- Svolgimento delle prove in itinere con feedback

Per gli aggiornamenti, la calendarizzazione delle attività e le modalità di partecipazione si rimanda alla piattaforma didattica dell'insegnamento.

TESTO CONSIGLIATO

Russo, A. e Vurro, C. (2018). Economia e Management delle Imprese, McGraw-Hill.

Bruno, G. (2012). Operations management. Modelli e metodi per la logistica. Edizioni Scientifiche Italiane.

MODALITÀ DI VERIFICA DELL' APPRENDIMENTO

L'esame può essere sostenuto sia in forma scritta che in forma orale.

Gli appelli orali sono previsti nella sola sede centrale. L'esame orale consiste in un colloquio con la Commissione sui contenuti del corso. L'esame scritto consiste nello svolgimento di un test con 30 domande. Per ogni domanda lo studente deve scegliere una di 4 possibili risposte. Solo una risposta è corretta.

Sia le domande orali che le domande scritte sono formulate per valutare il grado di comprensione delle nozioni teoriche e la capacità di ragionare utilizzando tali nozioni. Le domande sulle nozioni teoriche consentiranno di valutare il livello di comprensione. Le domande 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 le capacità di apprendimento saranno valutate anche attraverso le interazioni dirette tra docente e studente che avranno luogo durante la fruizione del corso (videoconferenze ed elaborati proposti dal docente).

OBBLIGO DI FREQUENZA

Obbligatoria online. Ai corsisti viene richiesto di visionare almeno l'80% delle videolezioni presenti in piattaforma e superare l'elaborato proposto nella sezione di Didattica Interattiva

PROGRAMMA DIDATTICO: ELENCO VIDEOLEZIONI/MODULI

Nello specifico, nel primo modulo saranno introdotti i temi dell'economia e del management, definite e distinte imprese e aziende, descritte le teorie d'impresa più importanti, come l'agency theory e la stakeholder theory, introdotte le figure dell'imprenditore, i modelli d'impresa, gli organi di governo con le loro responsabilità e attività e descritti i sistemi competitivi delle imprese in termini di stakeholder interni, competitivi e non competitivi. Nel secondo modulo, saranno affrontate le tematiche fondamentali della gestione aziendale quali la strategia e il vantaggio competitivo d'impresa, i nuovi paradigmi della corporate sustainability, le fondamenta dell'organizzazione aziendale nelle sue possibili strutture e in termini di gestione della leadership e del capitale intangibile, l'innovazione nell'impresa sia da un punto di vista strategico che operativo e le strategie di crescita dell'impresa. Infine, nel terzo modulo, saranno affrontate le tematiche del management operativo rispetto alle aree della produzione, dell'approvvigionamento, della logistica, del marketing e delle vendite fino alle aree della finanza d'impresa e della protezione d'impresa. Modulo 1

1. Introduzione alle teorie d'impresa
2. Teorie d'impresa: agency theory e resource-based view
3. Teorie d'impresa: stakeholder theory e social capital
4. L'imprenditore, l'imprenditrice, i modelli d'impresa e le PMI
5. Il controllo familiare e la quotazione in Borsa

6. Dal non profit alle reti d'impresa
7. Organi di governo e organi di controllo
8. Il sistema degli stakeholder interni: proprietà e collaboratori
9. Il sistema degli stakeholder interni: i manager
10. Il sistema degli stakeholder: gli stakeholder competitivi
11. Il sistema degli stakeholder non competitivi: il Mercato di capitali
12. Il sistema degli stakeholder non competitivi: gli investitori istituzionali, i risparmiatori e il Sistema di credito
13. Il sistema degli stakeholder non competitivi: le Comunità locali, il Governo e la Pubblica Amministrazione, il Terzo settore e l'Ambiente naturale

Modulo II

14. Introduzione alla strategia d'impresa
15. La formulazione della strategia
16. Strategia e ciclo di vita: la nascita
17. Strategia e ciclo di vita: dalla crescita al declino
18. La sostenibilità d'impresa
19. Il management della corporate sustainability
20. Introduzione all'organizzazione d'impresa
21. Le strutture organizzative, il management del capitale umano e i sistemi informativi
22. L'innovazione nell'impresa
23. L'innovazione strategica
24. L'operatività dell'innovazione
25. Le motivazioni della crescita e le alternative strategiche
26. Le modalità di attuazione della crescita e il processo di acquisizione
27. Le alleanze e le cross-sector social partnership Modulo III
28. Produzione strategica
29. Produzione operativa
30. I problemi nella produzione
31. Ottimizzazione della produzione, green production e costi della produzione
32. Economie di produzione e break-even point
33. Gli approvvigionamenti e il loro management strategico

34. Procurement mix
35. Approvvigionamenti e sostenibilità
36. Logistica integrata e il servizio logistico
37. Scelte di canale e progettazione della rete
38. La logistica operativa
39. Last mile e sostenibilità
40. I problemi della logistica
41. Introduzione al marketing
42. Gli orientamenti del marketing
43. Pianificazione e strategia nel marketing
44. Marketing mix, le vendite e il green marketing
45. La finanza d'impresa
46. Finanza operativa e finanza strategica
47. Autofinanziamento e capitali di debito
48. Mutuo, obbligazioni e leasing
49. Il capitale di rischio
50. Le decisioni di investimento
51. La protezione dai rischi puri
52. Health, safety e security
53. Sicurezza tradizionale ed informatica
54. L'environmental management

ATTIVITÀ DI DIDATTICA EROGATIVA (DE)

Le attività di didattica erogativa consistono, per ciascun CFU, nell'erogazione di 6 videolezioni corredate di testo e questionario finale.

- Il format di ciascuna videolezione prevede il video registrato del docente che illustra le slide costruite con parole chiave e schemi esemplificativi.
- Il materiale testuale allegato a ciascuna lezione corrisponde a una dispensa (PDF) composta da almeno 10 pagine con le informazioni necessarie per la corretta e proficua acquisizione dei contenuti trattati durante la lezione.

Attività di autoverifica degli apprendimenti prevista al termine di ogni singola videolezione consiste in un questionario costituito da 10 domande, a risposta multipla

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

saranno analizzate le imprese nelle loro variegate nature e fasi del ciclo di vita, le strutture che le caratterizzano e gli strumenti manageriali ivi utilizzati, tramite chiavi di lettura della sostenibilità, dell'innovazione e dell'approccio strategico-organizzativo, col fine di definire un quadro complessivo di tale mondo che consenta, in futuro, di saper intervenire sia in condizioni di stabilità che di marcato dinamismo.

Obiettivi formativi:

1. Comprendere e riconoscere teorie e modelli d'impresa e il ruolo delle varie entità, strutture organizzative e stakeholders su tutte, che abitano il sistema competitivo nel quale le imprese svolgono la loro attività.
2. Comprendere gli strumenti di management di alto livello e riconoscerne le caratteristiche che li rendono adatti ai differenti ambiti della sostenibilità, della corporate strategy e dell'innovazione.
3. Analizzare le aree e funzioni fondamentali del management operativo legate ai sistemi produttivi, logistici, degli approvvigionamenti, del marketing, della finanza e del risk management. Risultati di apprendimento attesi

Comprendere gli elementi fondamentali delle diverse teorie d'impresa e le rispettive caratteristiche messe in luce (Ob.1). Conoscere i modelli e le variabili necessarie da considerare per inquadrare le imprese negli stessi (Ob.1). Conoscere il ruolo dei diversi attori e delle diverse strutture che coabitano il sistema competitivo dell'impresa (Ob.1,2,3). Conoscere gli strumenti di analisi e di intervento strategico nelle varie fasi del ciclo di vita delle imprese (Ob.2). Conoscere i possibili approcci e le strutture aziendali riguardanti gli ambiti della corporate sustainability, dell'innovazione e dell'organizzazione (Ob.2,3). Conoscere il ruolo e le attività svolte a livello di management operativo dalle varie funzioni aziendali in cui è articolabile l'attività d'impresa (Ob.3).

- Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Comprendere l'influenza che i differenti stakeholder hanno nell'ambito dell'attività d'impresa (Ob.1,2,3).

Saper riconoscere e declinare le caratteristiche di un'impresa per inquadrarla nei modelli che la descrivono al meglio (Ob.1). Stabilire gli strumenti di management strategico-operativo più idonei per affrontare specifici problemi della gestione d'impresa nelle diverse fasi del ciclo di vita (Ob.2,3).

Saper applicare le conoscenze acquisite nell'ambito delle funzioni aziendali per identificare i processi che le connotano e pianificare e selezionare possibili interventi per risolverne le problematiche emerse nell'analisi (Ob.3).

- Autonomia di giudizio

Sviluppare un approccio critico e trasversale che permetta di inquadrare nell'ambito delle prospettive organizzativo-gestionali, di sostenibilità, crescita e innovazione:

i settori e i segmenti di mercato nei quali opera o potrebbe operare un'impresa (Ob.1,2,3); le strategie di alto livello adottate da un'impresa (Ob.2); le strategie operative adottate da un'impresa (Ob.3); le strutture organizzative adottate dall'impresa (Ob.2); le attività e gli ambiti di intervento svolte dalle funzioni che costituiscono un'impresa (Ob.3); le risorse e le componenti del vantaggio competitivo di cui l'impresa dispone (Ob.2,3);

- Abilità comunicative

Riuscire a descrivere e adattare le principali teorie d'impresa, anche in relazione a specifici casi studio, e ad inquadrare queste in accordo con le tematiche legate al vantaggio competitivo derivante da approcci strategici alla sostenibilità e all'innovazione (Ob.1). Motivare le scelte strategiche preferibilmente attuabili in determinate condizioni nelle quali le imprese si trovano ad operare in virtù degli obiettivi strategici che si intende perseguire (Ob.2,3). Descrivere le strutture organizzative e i processi operativi attuati nei sistemi di gestione della produzione, dell'approvvigionamento, della logistica, del marketing e del risk management (Ob.3). Trasmettere le implicazioni a lungo e breve termine delle attività svolte nella gestione delle relazioni con gli stakeholder che abitano il medesimo contesto competitivo di un'impresa (Ob.2).

- Capacità di apprendimento Sviluppare capacità di apprendimento tramite le quali potersi aggiornare rispetto alle evoluzioni del contesto macro e microeconomico nelle quali le imprese di qualsivoglia natura svolgono le proprie attività (Ob.1,2,3). Capacità di apprendimento degli obiettivi strategico-operativi da perseguire in contesti dinamici ed esposti a possibili cambiamenti di scenario imminenti (Ob.2,3) Capacità di acquisire da fonti bibliografiche e non insight sui macro-trend generali dei mercati per acquisire nuove conoscenze su temi emergenti e d'impatto per il mondo operativo delle imprese (Ob.1,2,3).