

PROGRAMMA DEL CORSO DI ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE

SETTORE SCIENTIFICO

SECS-P/08

CFU

15

TESTO CONSIGLIATO

Gli studenti che intendono approfondire le tematiche del corso, integrando le dispense e i materiali forniti dal docente, possono consultare i seguenti volumi:

GRANT R.M. (2005), "L'analisi strategica per le decisioni aziendali", Il Mulino.

SCIARELLI S. (2017) "La gestione dell'impresa. Tra teoria e pratica aziendale " Wolters Kluwer.

Si noti che in calce a ciascuna dispensa del docente sono indicati riferimenti ad altri articoli scientifici e volumi utili per approfondire i singoli argomenti.

AGENDA

Gli appelli disponibili sono presenti nella sezione denominata "IL MIO DIARIO ESAMI"

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.

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

ATTIVITÀ DI DIDATTICA INTERATTIVA (DI)

Le attività di didattica interattiva consistono, per ciascun CFU, in un'ora dedicata alle 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

OBBLIGO DI FREQUENZA

/**/

Obbligatoria online. Ai corsisti viene richiesto di visionare almeno l'80% delle videolezioni presenti in piattaforma.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

Conoscenza e capacità di comprensione

Completato il corso di economia e gestione delle imprese, gli studenti saranno in grado di conoscere e comprendere problemi aziendali di ampia natura. Le conoscenze saranno trasferite agli studenti adottando un'articolata prospettiva di analisi, finalizzata a:

Comprendere i fondamenti dell'attività economica aziendale e della relazione con l'ambiente esterno (Ob.1).

Comprendere le principali teorie dell'impresa tra cui: la stakeholder theory, la teoria dei costi di transazione, la teoria dell'agenzia, la stewardship theory e la resource based view (ob.1).

Comprendere il concetto di responsabilità sociale dell'impresa (Ob.1).

Comprendere il tema dell'analisi di settore e degli strumenti utili per la valutazione dell'attrattività dello stesso, quali: il ciclo di vita e l'analisi SWOT, in ambito single e multi-business (ob.2).

Conoscere le strategie di sviluppo e di turnaround (Ob.2).

Conoscere le variabili chiave del marketing mix, quali: prezzo, prodotto, promozione e distribuzione (Ob.3).

Conoscere la differenza tra strategia di differenziazione e leadership di costo/prezzo (Ob.3).

Comprendere il concetto di costo del capitale e di valore attuale netto come metodo di valutazione degli investimenti e (Ob.3).

Comprendere i principali elementi che contraddistinguono il rapporto tra l'impresa e i finanziatori esterni, quali: banche, venture capital e business angel (Ob.4).

Comprendere gli equilibri economico-finanziari aziendali attraverso l'analisi di bilancio, l'analisi del punto di pareggio (Ob.4).

Comprendere la differenza, in termini di valutazione delle performance, tra imprese orientate e non orientate al profitto (Ob.4).

Conoscere i principali metodi di valutazione dei progetti d'investimento e finanziamento e le tecniche di valutazione degli equilibri economico-finanziari aziendali (Ob.4).

Comprendere le dinamiche tipiche della micro e della macro organizational behavior, con particolare riferimento alla motivazione, alla leadership, alla gestione dei gruppi e dei conflitti (Ob.5).

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

L'analisi della teoria, supportata anche da verifiche empiriche nella forma di esercitazioni e casi aziendali, permetterà agli studenti di riconoscere il modo corretto di applicare le teorie nella pratica e di individuare i principali errori che si commettono nella formulazione di soluzioni strategiche ed operative riguardanti:

L'applicazione dei diversi modelli teorici per la definizione delle scelte di direzione (Ob.1).

La scelta del settore e della strategia corporate da adottare (Ob.2).

Il modo in cui competere, differenziando il prodotto, definendone il prezzo, scegliendo i canali di distribuzione più opportuni e la corretta campagna promozionale (Ob.3).

L'applicazione del VAN per valutare i progetti d'investimento (Ob.4).

L'analisi di bilancio al fine di valutare le performance aziendali (Ob.4).

Orientare i comportamenti organizzativi in modo efficace ed efficiente (Ob.5).

Autonomia di giudizio

Il corso ha l'obiettivo di incoraggiare gli studenti a maturare un proprio approccio critico ai fenomeni gestionali, promuovendo l'autonomia di giudizio attraverso l'analisi di teorie, esercitazioni e casi empirici. Agli studenti, in particolare, saranno esposte le principali criticità che possono palesarsi nell'ambito della soluzione dei problemi aziendali, lasciando opportuno spazio a riflessioni critiche autonome in merito a:

Le teorie dell'impresa e l'attualità delle stesse nel contesto micro-macro (Ob.1)

Le strategie complessive adottate (Ob.2)

Le strategie competitive adottate (Ob.3)

Le soluzioni in grado di garantire gli equilibri economico-finanziari (Ob.4)

Il comportamento organizzativo di individui e gruppi (Ob.5)

Abilità comunicative

Al termine del corso, gli studenti avranno acquisito specifiche competenze con riferimento alla capacità elaborare e di comunicare temi aziendali. In particolare, il corso si propone di stimolare la capacità comunicativa degli studenti con riferimento a temi molto eterogenei tra loro, ma allo stesso tempo estremamente interdipendenti, favorendo quindi l'elaborazione di una comunicazione sintetica e integrata riguardo:

Le differenze effettive condizioni di applicabilità delle principali teorie dell'impresa (Ob.1).

La scelta dell'opportuna strategia complessiva aziendale (Ob.2).

Le relazioni tra le variabili oggetto di scelta nell'ambito delle strategie competitive (Ob.3).

Gli equilibri economico-finanziari e le scelte dei progetti d'investimento (Ob.4).

Le principali logiche adottate per dirimere i conflitti organizzativi (Ob 5).

Capacità di apprendimento

Il tema manageriale è per natura trasversale e multidisciplinare. Lo studente, pertanto, approfondirà contenuti di ampia natura che gli consentiranno di aumentare la propria capacità di apprendimento. In particolare, lo studente acquisirà una mentalità atta ad analizzare il ciclo di direzione aziendale in maniera ampia e sistemica, integrando le differenti conoscenze e maturando la capacità di trovare l'opportuna sintesi tra interessi aziendali interconnessi e talvolta contrastanti, in merito ai seguenti aspetti:

Teoria dell'impresa e pratica manageriale (Ob.1-2-3-4-5).

Relazione tra obiettivi strategici di breve e di medio-lungo termine (Ob.2-3).

Relazione tra performance economico-finanziarie di breve e di medio-lungo termine (Ob.4).

Relazioni tra individui nell'ambito delle dinamiche del gruppo di lavoro (Ob.5).

PROGRAMMA DIDATTICO: ELENCO VIDEOLEZIONI/MODULI

VIDEOLEZIONI:

- 1) Fondamenti dell'attività economica
- 2) L'utilità
- 3) Valore e Mercato
- 4) Il sistema produttivo
- 5) Definizione di impresa e modelli di governance
- 6) Sistema impresa e ambiente
- 7) L'ambiente competitivo dell'impresa
- 8) Le risorse e le competenze nel sistema impresa
- 9) Il concetto di strategia
- 10) Il processo di gestione strategica
- 11) La formulazione della strategia: Missione e Obiettivi
- 12) Analisi strategica: Attese Stakeholders e Ciclo di vita del settore
- 13) Analisi strategica: Concorrenza
- 14) Analisi strategica: Domanda
- 15) Analisi SWOT
- 16) Vantaggi competitivi sostenibili
- 17) Strategie corporate in imprese single-business
- 18) Percorsi di sviluppo delle single-business
- 19) Strategie corporate in imprese multi-business: Boston Consulting Group
- 20) Strategie corporate in imprese multi-business: McKinsey e P.I.M.S.
- 21) Strategie competitive generiche
- 22) Modello Low-Cost
- 23) Le strategie di differenziazione
- 24) Strategie di sviluppo: Integrazione
- 25) Strategie di sviluppo: Diversificazione
- 26) Modalità di entrata in nuovi settori
- 27) Alleanze e accordi contrattuali
- 28) Strategie e modelli di business. Case Study Ryanair
- 29) Introduzione alla funzione marketing

- 30) La pianificazione di marketing nel contesto del Business Plan
- 31) Il Market Plan
- 32) La strategia di Marketing
- 33) Le variabili di Marketing Mix: il prodotto
- 34) Le variabili di Marketing Mix: il lancio di nuovi prodotti
- 35) Le variabili di Marketing Mix: il ciclo di vita dei prodotti
- 36) Le variabili di Marketing Mix: il prezzo
- 37) Le variabili di Marketing Mix: la distribuzione e la comunicazione
- 38) La funzione finanza: concetti introduttivi
- 39) La finanza come strumento di controllo e gestione dei flussi finanziari
- 40) La finanza. Centro di profitto e centro di controllo del Cash-Flow
- 41) Valutazione economica delle strategie
- 42) Approcci all'analisi del valore
- 43) Il costo del capitale (WACC)
- 44) Le funzioni e le strutture organizzative aziendali
- 45) Total Quality Management (TQM)
- 46) Grado di leva operativa e finanziaria d'impresa
- 47) Rapporto Banca-Impresa: Basilea I
- 48) Rapporto Banca-Impresa: Basilea II
- 49) Potenzialità economico strutturale
- 50) Esercitazione sulla potenzialità economico strutturale
- 51) Il modello di crescita sostenibile
- 52) Esercitazione sul modello di crescita sostenibile
- 53) La gestione delle scorte
- 54) Esercitazione sulla gestione delle scorte
- 55) La responsabilità sociale
- 56) Strumenti per l'accountability e la misurazione della responsabilità sociale
- 57) Analisi di bilancio
- 58) Esercitazione sull'analisi di bilancio
- 59) Investitori in capitale di rischio - il venture capital

- 60) Riclassificazione del bilancio
- 61) Esercitazione sulla riclassificazione del bilancio
- 62) Prospetto delle fonti e degli impieghi
- 63) Esercitazione sul prospetto delle fonti e degli impieghi
- 64) Corporate social performance e disclosure
- 65) Elementi di teoria dell'impresa, comportamento manageriale, costi di agenzia e struttura proprietaria
- 66) Orientamento imprenditoriale, crescita e risorse finanziarie
- 67) Ritorni anomali e analisi fondamentale
- 68) Approccio critico alla Responsabilità sociale dell'impresa
- 69) Teoria della Stewardship
- 70) La natura dell'impresa di Ronald Coase
- 71) Basilea III e il razionamento del credito
- 72) Approccio stakeholderista alla creazione di valore
- 73) Business angels
- 74) Resource based view
- 75) Performance delle aziende no-profit
- 76) Processi di turnaround
- 77) Assetti di governance nell'impresa di famiglia
- 78) Cultura organizzativa e cambiamento
- 79) Teoria dei costi di transazione
- 80) Introduzione alla gestione delle risorse umane
- 81) Comportamenti individuali nelle organizzazioni
- 82) Motivazione
- 83) Comportamenti di gruppi e team
- 84) Gestione dei conflitti nelle organizzazioni
- 85) Leadership
- 86) Work design
- 87) Struttura organizzativa
- 88) La comunicazione nelle organizzazioni
- 89) Il potere nelle organizzazioni

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

Nel quadro di un più ampio macroambiente di carattere economico, politico-istituzionale, tecnologico e sociodemografico, l'insegnamento affronta il tema della gestione delle aziende di produzione di beni e servizi, con particolare riferimento alle aree funzionali del sistema d'impresa. L'insegnamento si propone inoltre di trattare i predetti aspetti nell'ambito delle relazioni tra il sistema d'impresa stesso e il suo ambiente transazionale e competitivo.

In quest'ambito, assumono fondamentale importanza l'economia e gestione dell'innovazione, le strategie d'impresa, il marketing, le tecniche di gestione degli investimenti e dei finanziamenti, nonché gli elementi tipici della direzione delle organizzazioni non aventi fine di profitto.

Le tematiche sono affrontate facendo ampio riferimento ai contributi più rilevanti della dottrina aziendalistica nazionale ed internazionale e tenendo conto, al tempo stesso, delle tendenze più consolidate nell'esperienza manageriale contemporanea. Al termine del corso gli studenti, coerentemente con la declaratoria ministeriale relativa al Settore Scientifico Disciplinare in oggetto, avranno acquisito le conoscenze e le competenze riguardanti i seguenti obiettivi formativi:

1. Inquadrare il sistema d'impresa nel più ampio ambiente economico di tipo micro e macro, alla luce dei più importanti contributi riguardanti la teoria dell'impresa.
2. Esaminare e scegliere le diverse strategie corporate.
3. Analizzare le principali variabili riguardanti le strategie competitive.
4. Analizzare le performance economico-finanziarie di breve termine e valutare i progetti d'investimento e le fonti di finanziamento.
5. Comprendere le dinamiche tipiche dell'organizational behavior.

RECAPITI

È sempre possibile contattare il docente al seguente indirizzo di posta elettronica: eugenio.dangelo@unipegaso.it

Il docente si rende inoltre disponibile, previo appuntamento da concordare a mezzo posta elettronica, ad organizzare videoconferenze con gli studenti.

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 la 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).