PROGRAMMA DEL CORSO DI ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE

SETTORE SCIENTIFICO

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

CFU

15

TESTO CONSIGLIATO

Pur precisando che ai fini della preparazione dei candidati e della valutazione in sede d'esame sarà sufficiente il materiale didattico fornito dal docente, per ulteriori approfondimenti di carattere volontario rispetto ai temi trattati, si consiglia di fare riferimento alla bibliografia contenuta in calce alle dispense e, principalmente, al seguente libro di testo:

Sciarelli, S. (2022). La Gestione dell'impresa, tra teoria e pratica aziendale. Wolters Kluwer - CEDAM.

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 lezione 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 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. Le attività di didattica interattiva integreranno, con ulteriori approfondimenti, quanto contenuto nelle videolezioni. Tali attività saranno rese note con apposita comunicazione sulla presente pagina del corso.

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, 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.2) 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 la differenza tra strategia di differenziazione e leadership di costo/prezzo (Ob. 2) 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.3) Conoscere le variabili chiave del marketing mix, quali: prezzo, prodotto, promozione e distribuzione (Ob.4) Comprendere il concetto di costo del capitale e di valore attuale netto come metodo di valutazione degli investimenti e (Ob.4) 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) 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 poter acquisire un approccio professionale e di possedere competenze adeguate per ideare e sostenere argomentazioni o per risolvere criticità nel modo corretto. Agli studenti sarà dato modo, in particolare, di acquisire metodi per applicare le teorie nella pratica e per individuare ed evitare 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) Orientare i comportamenti organizzativi in modo efficace ed efficiente (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) Il modo in cui competere, differenziando il prodotto, definendone il prezzo, scegliendo i canali di distribuzione più opportuni e la corretta campagna promozionale (Ob.4) 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. Al termine del corso, gli studenti avranno maturato la capacità di raccogliere e interpretare i dati ritenuti utili a determinare giudizi autonomi, inclusa la riflessione su temi sociali, scientifici o etici. 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.2) Il comportamento organizzativo di individui e gruppi (Ob.3) Le soluzioni in grado di garantire gli equilibri economico-finanziari (Ob.4) Abilità comunicative Al termine del corso, gli studenti avranno acquisito specifiche competenze con riferimento alla capacità elaborare e di comunicare informazioni, idee, problemi e soluzioni a interlocutori specialisti e non specialisti. 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.2) Le principali logiche adottate per dirimere i conflitti organizzativi (Ob.3) Gli equilibri economico-finanziari e le scelte dei progetti d'investimento (Ob.4) 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 al fine di intraprendere percorsi successivi di studio e approfondimento con elevato grado di autonomia. 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) Relazioni tra individui nell'ambito delle dinamiche del gruppo di lavoro (Ob.3) Relazione tra performance economico-finanziarie di breve e di medio-lungo termine (Ob.4)

PROGRAMMA DIDATTICO: ELENCO VIDEOLEZIONI/MODULI

Il programma didattico è articolato in 90 lezioni suddivise in 4 moduli. Il primo modulo affronta il tema della relazione impresa- ambiente, il secondo modulo è focalizzato sull'analisi strategica, il terzo modulo affronta il tema della gestione delle risorse umane e l'ultimo modulo approfondisce la funzione finanziaria e il marketing mix anche attraverso l'analisi e l'applicazione di lacune tecniche manageriali.

PROGRAMMA DIDATTICO: ELENCO VIDEOLEZIONI/MODULI

MODULO 1: RELAZIONE IMPRESA - AMBIENTE

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. Assetti di governance nell'impresa di famiglia

7. Elementi di teoria dell'impresa, comportamento manageriale, costi di agenzia e struttura proprietaria

8. Teoria della Stewardship

9. Approccio stakeholderista alla creazione di valore

10. Sistema impresa e ambiente

11. L'ambiente competitivo dell'impresa

12. Le risorse e le competenze nel sistema impresa

MODULO 2: ANALISI STRATEGICA

13. Il concetto di strategia
14. Il processo di gestione strategica
15. La formulazione della strategia: Missione e Obiettivi
16. Analisi strategica: Attese Stakeholders e Ciclo di vita del settore
17. Analisi strategica: Concorrenza
18. Analisi strategica: Domanda
19. Analisi SWOT
20. Vantaggi competitivi sostenibili
21. Strategie corporate in imprese single-business
22. Percorsi di sviluppo delle single-business
23. Strategie corporate in imprese multi-business: Boston Consulting Group
24. Strategie corporate in imprese multi-business: McKinsey e P.I.M.S.
25. Strategie competitive generiche
26. Modello Low-Cost
27. Le strategie di differenziazione
28. Strategie di sviluppo: Integrazione
29. Strategie di sviluppo: Diversificazione
30. Modalità di entrata in nuovi settori
31. Alleanze e accordi contrattuali
32. Strategie e modelli di business. Case Study Ryanair
33. Processi di turnaround
34. Total Quality Management (TQM)
35. La natura dell'impresa di Ronald Coase
36. Resource based view
37. Teoria dei costi di transazione
38. Orientamento imprenditoriale, crescita e risorse finanziarie
39. La responsabilità sociale
40. Approccio critico alla Responsabilità sociale dell'impresa
41. Strumenti per l'accountability e la misurazione della responsabilità sociale
42. Corporate social performance e disclosure

MODULO 3: GESTIONE DELLE RISORSE UMANE

43. Introduzione alla gestione delle risorse umane
44. Comportamenti individuali nelle organizzazioni
45. Motivazione
46. Comportamenti di gruppi e team
47. Gestione dei conflitti nelle organizzazioni
48. Leadership
49. Work design
50. Struttura organizzativa
51. La comunicazione nelle organizzazioni
52. Il potere nelle organizzazioni
53. Decision making
54. Cultura organizzativa e cambiamento

MODULO 4 MARKETING, FINANZA E TECNICHE DI GESTIONE

55. Le funzioni e le strutture organizzative aziendali
56. Introduzione alla funzione marketing
57. La pianificazione di marketing nel contesto del Business Plan
58. Il Market Plan
59. La strategia di Marketing
60. Le variabili di Marketing Mix: il prodotto
61. Le variabili di Marketing Mix: il lancio di nuovi prodotti
62. Le variabili di Marketing Mix: il ciclo di vita dei prodotti
63. Le variabili di Marketing Mix: il prezzo
64. Le variabili di Marketing Mix: la distribuzione e la comunicazione
65. La funzione finanza: concetti introduttivi
66. La finanza come strumento di controllo e gestione dei flussi finanziari
67. La finanza. Centro di profitto e centro di controllo del Cash-Flow
68. Valutazione economica delle strategie

69. Approcci all’analisi del valore

70. Il costo del capitale (WACC)

71. Investitori in capitale di rischio - il venture capital

72. Business angels

73. Rapporto Banca-Impresa: Basilea I

74. Rapporto Banca-Impresa: Basilea II

75. Basilea III e il razionamento del credito

76. Riclassificazione del bilancio

77. Esercitazione sulla riclassificazione del bilancio

78. Prospetto delle fonti e degli impieghi

79. Esercitazione sul prospetto delle fonti e degli impieghi

80. Analisi di bilancio

81. Esercitazione sull'analisi di bilancio

82. Performance delle aziende no-profit

83. Ritorni anomali e analisi fondamentale

84. Grado di leva operativa e finanziaria d’impresa

85. Potenzialità economico strutturale

86. Esercitazione sulla potenzialità economico strutturale

87. Il modello di crescita sostenibile

88. Esercitazione sul modello di crescita sostenibile

89. La gestione delle scorte

90. Esercitazione sulla gestione delle scorte

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

Nella cornice di un più ampio e globalizzato macroambiente di carattere economico, politico-istituzionale, tecnologico e

sociodemografico, l’insegnamento si propone di affrontare il tema della gestione aziendale con particolare riferimento alle aree

funzionali del sistema d’impresa e alla loro interazione con il microambiente transazionale e competitivo. Particolare attenzione sarà

data al governo dell'impresa, all'analisi strategica, al marketing, all'analisi delle dinamiche di natura finanziaria e alla gestione delle

risorse umane.

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.

Coerentemente con la declaratoria ministeriale relativa al Settore Scientifico Disciplinare, il corso si propone di perseguire i seguenti

obiettivi formativi:

1. Inquadrare il sistema dell'impresa nel più ampio ambiente economico di tipo micro e macro, alla luce dei più importanti contributi

riguardanti la teoria dell'impresa.

2. Esaminare le diverse strategie complessive e competitive.

3. Descrivere le dinamiche tipiche dell'organizational behavior.

4. Analizzare gli elementi che contraddistinguono il marketing mix e la funzione finanziaria.

RECAPITI

È sempre possibile contattare i docenti al seguente indirizzo di posta elettronica: eugenio.dangelo@unipegaso.it e nicola.varrone@unipegaso.it

I docenti si rendono inoltre disponibili, previo appuntamento da concordare a mezzo posta elettronica, ad organizzare videoconferenze con gli studenti anche in orari diversi da quelli previsti in piattaforma per il ricevimento online.

PREREQUISITI

/**/
Per una migliore fruizione del corso, si suggerisce di aver seguito preliminarmente il corso di Economia Aziendale.

MODALITÀ DI VERIFICA DELL’APPRENDIMENTO

La verifica dell'apprendimento può avvenire in due modi. Il primo prevede due prove: una prova intermedia a distanza, con 24 domande a risposta multipla sulla prima parte del programma, e una prova finale in presenza, con 7 domande a risposta multipla sulla seconda parte del programma; entrambe riguardano i contenuti della didattica asincrona e il voto finale, in trentesimi, si ottiene sommando i punteggi delle due prove, con un minimo di 18/30 per superare l'esame. In alternativa, lo studente può sostenere una prova unica in presenza, composta da 31 domande a risposta multipla sull'intero programma del corso, anch'essa superata con almeno 18/30; infine, è prevista anche la possibilità di sostenere una prova orale unica sull'intero programma, ma solo nelle sessioni di febbraio e settembre. In tutti i casi, il raggiungimento del punteggio massimo di 31/30 dà diritto alla lode.