PROGRAMMA DEL CORSO DI ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE

SETTORE SCIENTIFICO

SECS-P/08

CFU

12

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

/**/ Conoscenza e capacità di comprensione Conoscere e comprendere i principi e la teoria generale inerente i diversi modelli di gestione delle imprese nel loro contesto economico (ob. 1). Conoscere e comprendere le questioni legate alla creazione di nuove imprese, siano esse attive nei settori innovativi o tradizionali (ob. 2). Conoscere le componenti principali di un business plan e di un business idea e i problemi di posizionamento strategico delle imprese nelle interazioni tra gli agenti economici (obb. 3-4). Capacità di applicare conoscenza e comprensione Applicare le conoscenze acquisite per analizzare le problematiche connesse diversi modelli di gestione delle imprese nel loro contesto economico (ob. 1). Applicare le conoscenze acquisite per analizzare le problematiche connesse all'evoluzione del modello di buisness nelle sue diverse fasi evolutive (pre-seed, seed e venture) (ob. 2). Applicare ai casi aziendali la conoscenza delle componenti principali di un business plan e di posizionamento strategico delle imprese (obb. 3-4). Autonomia di giudizio La conoscenza dei principi teorici e l'utilizzo degli strumenti applicativi nell'economia e nella gestione delle imprese, particolarmente di quelle innovative, permettono di avere una piena capacità di giudizio e analisi delle scienze economiche, all'attività aziendale, all'andamento dei mercati e dei sistemi economici (obb. 1-4) Abilità comunicative Acquisire la padronanza di un linguaggio e di una terminologia utili a presentare le problematiche legate alla gestione delle imprese, siano esse attive nei settori tradizionali che in quelli più innovativi, e le relazioni che le dinamiche presente nelle interazioni tra gli agenti e nell'evoluzione dei mercati e dei sistemi economici, applicando tali strumenti alla comunicazione con differenti tipologie di interlocutori (ob. 4). Capacità di apprendimento Acquisire gli strumenti e le conoscenze utili a sviluppare ulteriormente in maniera autonoma, anche in ambito lavorativo (in ingresso e in avanzamento di carriera), le competenze circa le problematiche legate alla gestione delle imprese nelle loro diverse fasi di vita e i collegamenti con il loro contesto socio-economico (obb. 1-4).

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).

OBBLIGO DI FREQUENZA

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

AGENDA

/**/
Gli appelli sono visibili nella sezione appelli o nella sezione "il mio diario esami"

PROGRAMMA DIDATTICO: ELENCO VIDEOLEZIONI/MODULI

/**/
1. L'impresa aspetti introduttivi

2. L'impresa come sistema 3. Le decisioni di impresa 4. I criteri di scelta 5. I protagonisti nella vita dell'impresa 6. Le teorie classiche sulle finalità imprenditoriali 7. Impresa, micro ambiente e macro ambiente 8. Analisi del micro-ambiente: il settore 9. Schema per l'analisi di settore 10. Definizione di mercato e la concorrenza perfetta 11. Monopolio, oligopolio e concorrenza monopolistica 12. Economie di scala 13. Introduzione alle strategie aziendali 14. Strategie di sviluppo monosettoriale 15. Strategie di sviluppo polisettoriale e internazionale 16. Corporate portfolio management 17. Strategie corporate: stabilità e contrazione 18. Le strategie competitive e funzionali 19. Strategie competitive: il caso l'Orèal e Ryanair 20. L'ambiente competitivo e modelli di analisi 21. Il vantaggio competitivo 22. Casi aziendali: Amazon e Walmart 23. Introduzione alle funzioni aziendali 24. Funzione organizzativa 25. L'organizzazione aziendale 26. Divisione del lavoro 27. Il decentramento decisionale 28. Meccanismi di coordinamento 29. Le strutture organizzative 30. La progettazione della Macrostruttura 31. I collegamenti laterali 32. La funzione marketing 33. Marketing Strategico 34. Il Marketing Operativo 35. Il Prodotto 36. Ciclo Di Vita Del Prodotto 37. Politica Di Prodotto 38. La Funzione Della Produzione 39. La Funzione Di Approvvigionamento 40. La Funzione E Gestione Delle Risorse 41. La Funzione Finanziaria 42. Fonti di finanziamento 43. La gestione finanziaria 44. Ammortamento e interessi passivi 45. Redditività 46. Cash flow e fabbisogno di autofinanziamento 47. Analisi dei costi per le decisioni aziendali 48. Introduzione agli investimenti 49. Attualizzazione e capitalizzazione 50. Analisi degli investimenti 51. Business Plan 52. Business Model Canvas 53. La corporate governance 54. I modelli di corporate governance 55. Organi di governo 56. Organi di controllo 57. Crowdfunding 58. Introduzione ai servizi 59. Modelli di gestione delle imprese di servizi 60. Le 4 caratteristiche distintive 61. Il processo decisionale del consumatore 62. Problemi etici del marketing 63. Modelli di valutazione post-acquisto 64. Fattori che influenzano il processo decisionale etico 65. L’impegno Sociale: Strumenti E Benefici 66. Modello Di Gestione Di Un'azienda 67. Costruzione Dei Diagrammi 68. Un Esempio Di Blue Printing 69. La Determinazione...Percezione Del Valore 70. La Determinazione...Determinanti 71. Politiche Di Discriminazione 72. Considerazioni Sui Costi 73. La Gestione Del Personale 74. Break-Even Point

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

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

RECAPITI

/**/ rosario.bianco@unipegaso.it

TESTO CONSIGLIATO

/**/

BIANCO R., CUCARI N., Economia , gestione e strumenti d'impresa, Rogiosi editore, 2020 GAVINO N., MAURODINOIA A., FERRARO A., Il management delle aziende pubbliche, Rogiosi editore, 2020 BIANCO R., Economia e gestione delle imprese sportive, Rogiosi editore, 2020 TURTUNO I., Microimpresa e mercato, Rogiosi editore, 2019

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

Il corso offre una panoramica della dottrina, soffermandosi ad affrontare in particolare il tema della creazione di nuove imprese e i problemi di posizionamento strategico.

1. Esaminare i principi e la teoria generale della disciplina inerente la gestione aziendale nel contesto economico nazionale e internazionale di riferimento.

2. Illustrare le questioni legate alla creazione di nuove imprese.

3. Descrivere le componenti principali di un business plan e di un business idea.

4. Indagare i problemi di posizionamento strategico delle imprese nelle interazioni tra gli agenti economici (pubblici e privati) nel contesto di riferimento.