

PROGRAMMA DEL CORSO DI ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE

SETTORE SCIENTIFICO

SECS-P/08

CFU

15

RECAPITI

Email: eugenio.dangelo@unipegaso.it

Gli studenti che hanno ottenuto l'assegnazione della tesi in Economia e Gestione delle Imprese potranno richiedere, scrivendo a eugenio.dangelo@unipegaso.it, il numero di telefono a cui contattare il docente attraverso whatsapp oppure telefonicamente (previo appuntamento).

OBIETTIVI FORMATIVI

Il Corso affronta il tema della direzione aziendale sul piano sia della strategia che della gestione delle varie funzioni organizzative. In particolare, il Corso si propone di presentare e discutere i fondamenti che caratterizzano ogni impresa e/o organizzazione economica con un focus sulla funzione finanza e sull'organizational behavior. Le tematiche sono affrontate facendo ampio riferimento ai contributi più rilevanti della dottrina aziendalistica e organizzativa internazionale e tenendo conto, al tempo stesso, delle tendenze più consolidate nell'esperienza manageriale contemporanea.

Al termine del corso gli studenti acquisiranno conoscenze e competenze utili ad utilizzare i modelli di analisi del business e ad analizzare criticamente le attività manageriali.

VIDEOLEZIONI E TESTI DI RIFERIMENTO

TESTI DI RIFERIMENTO:

- DISPENSE A CURA DEL DOCENTE - ciascuna dispensa ha una sua bibliografia di riferimento riportata all'ultima pagina
- GRANT R.M., "L'analisi strategica per le decisioni aziendali", Il Mulino, Bologna, 2005.

- SCIARELLI S. "Elementi di economia e gestione delle imprese", Cedam, 2008.
- SCIARELLI S. "La gestione dell'impresa tra teoria e pratica aziendale". Cedam, 2017.

DETTAGLI SUL PROGRAMMA Anno Accademico 2017-18 e Anno Accademico 2018-19:

Il programma oggetto d'esame fino al 31.10.2018 consta delle prime 67 videolezioni.

Con l'inizio del nuovo A.A. (e quindi dalle sedute d'esame che si terranno dal 01.11.2018 in poi), il programma oggetto d'esame conterà di 90 videolezioni.

Le lezioni da 68 a 90 saranno caricate dal mese di agosto 2018.

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
- 90) Decision making

FREQUENZA - VALUTAZIONE- LINGUA

FREQUENZA AL CORSO: OBBLIGATORIA ON-LINE. AGLI STUDENTI VIENE RICHiesto DI VISIONARE ALMENO L'80% DELLE VIDEOLEZIONI PRESENTI IN PIATTAFORMA.METODI DI VALUTAZIONE:

- PROVA SCRITTA (CONSISTE NELLA SOMMINISTRAZIONE DI UN QUESTIONARIO STRUTTURATO IN 30 DOMANDE A RISPOSTA MULTIPLA, CON 4 POSSIBILI RISPOSTE ALTERNATIVE)
- PROVA ORALE (A DISCREZIONE DEL DOCENTE, A INTEGRAZIONE DELLA PROVA SCRITTA E SOLO PER COLORO CHE ABBIANO CONSEGUITO UNA VALUTAZIONE MINIMA DI 17/30, 28/30 o 29/30 ALLA PROVA SCRITTA)

LINGUA DI INSEGNAMENTO: ITALIANO