**Business Simulation**

Prof. Ilaria Galavotti

***OBIETTIVO DEL CORSO***

L’obiettivo del corso è di fornire allo studente l’opportunità di applicare e consolidare le conoscenze acquisite in corsi pregressi attraverso la gestione in gruppi di co-manager di aziende virtuali che operano in un contesto competitivo internazionale.

***RISULTATI DI APPRENDIMENTO***

Al termine del corso lo studente sarà in grado di:

* Costruire una strategia competitiva e attuare strategie di attacco e di difesa nei confronti dei concorrenti
* Prendere decisioni e comprendere le relative implicazioni di costo e di performance nelle aree di Corporate social responsibility, Produzione e scelte di investimento e disinvestimento in capacità produttiva, Gestione delle risorse umane, Politiche di prezzo e marketing
* Leggere e comprendere i report di competitive intelligence e di mappatura strategica
* Leggere e comprendere i prospetti previsionali di vendita e i risultati economico-finanziari alla luce delle scelte strategiche fatte.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Il corso si basa sull’utilizzo del software The Business Strategy Game sviluppato da McGraw-Hill/Irwin.

Il corso è strutturato sulla base di scored decision rounds, ciascuno dei quali corrisponde ad un esercizio annuale aziendale. I gruppi di co-manager gestiscono aziende che rappresentano incumbent nel medesimo settore. La competizione si svolge in due principali segmenti: vendita on-line e vendita wholesale; i gruppi di co-manager potranno inoltre decidere di operare anche nel segmento private-label. Durante gli scored decision rounds, i co-manager potrebbero dover affrontare shock esterni, tra cui una modifica del costo delle materie prime, un cambiamento nei fattori di sensitività della domanda, movimenti nei tassi di crescita dei segmenti di vendita.

Al fine di prendere le decisioni nelle diverse aree verranno richiamate le conoscenze teoriche relative alle seguenti tematiche:

* Vantaggio competitivo
* Strategie competitive
* Analisi dell’ambiente competitivo
* Leve del Marketing
* Indicatori di performance reddituale e competitiva

***BIBLIOGRAFIA***

Il materiale didattico del corso verrà fornito in aula.

***DIDATTICA DEL CORSO***

Il corso prevede l’alternanza di momenti teorici e di momenti pratici in cui i gruppi di co-manager prenderanno le decisioni relative alla loro azienda. Periodicamente saranno proposte sessioni di debriefing nelle quali i risultati raggiunti in termini sia di performance reddituale sia di performance competitiva saranno analizzati per risalire all’impatto delle scelte fatte e per affinare la propria strategia competitiva. Il coinvolgimento attivo dello studente in tali sessioni fornisce strumenti conoscitivi utili ai fini delle decisioni successive.

***METODO DI VALUTAZIONE***

Approvazione. La valutazione prevede due componenti: una automaticamente generata dal software sulla base delle performance ottenute e una sulla base di una relazione in lingua inglese per un massimo di 5/6 cartelle che ciascun gruppo dovrà predisporre sulla propria azienda e sulle scelte operate.

***AVVERTENZE***

Ai fini della verbalizzazione, il corso prevede la frequenza del 70% delle lezioni.

***ORARIO E LUOGO DI RICEVIMENTO STUDENTI***

Gli orari di ricevimento sono disponibili on line nella pagina personale del docente, consultabile al sito <http://docenti.unicatt.it/>