# . – Economia aziendale e management (8 cfu)

## Prof. Marco Grumo , prof. Claudio Tapparo

(Per gli studenti della Laurea triennale in Scienze linguistiche - curriculum esperto linguistico d’impresa)

# . – Economia aziendale e management (6 cfu)

## Prof. Marco Grumo, prof. Claudio Tapparo

(Per gli studenti della Laurea triennale in Scienze linguistiche - curriculum esperto linguistico per il turismo)

# . – Economia aziendale e management (8 cfu)

## Prof. Marco Grumo, prof. Claudio Tapparo

(Per gli studenti della Laurea triennale in Scienze linguistiche - curriculum esperto linguistico d’impresa)

***OBIETTIVO DEL CORSO E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI***

**Obiettivo**

L’insegnamento di Economia aziendale e management persegue quattro obiettivi didattici principali:

* che lo studente acquisisca i principi fondamentali e il linguaggio tipico dell’economia aziendale;
* che lo studente acquisisca i principi fondamentali del management e della strategia aziendale, sia con riferimento alle imprese di grandi che di piccole e medie dimensioni operanti sia in Italia che all’estero;
* che lo studente effettui alcuni approfondimenti specifici circa i seguenti strumenti della strategia e del management delle imprese: il business model canvas, il business plan, il budget e il bilancio di esercizio (anche con riferimento ad alcuni bilanci esteri);
* che lo studente acquisisca i principi fondamentali dell’internazionalizzazione delle imprese, del sales & export management.

Scopo dell’insegnamento è introdurre gli studenti ai temi fondamentali dell’economia aziendale, del management e della strategia aziendale applicabili a tutte le tipologie di aziende, anche internazionali. In particolare l’insegnamento affronta i seguenti argomenti: azienda, struttura delle aziende, combinazioni economiche, gestione, patrimonio, assetto organizzativo, assetto istituzionale, organismo personale, reddito di esercizio, capitale di funzionamento, economicità/sostenibilità economica, strategia aziendale, posizionamento strategico, analisi del settore, cultura organizzativa, modelli di business, strategia di internazionalizzazione delle imprese, imprenditorialità e innovazione, mercati e vendite internazionali, percorsi di sviluppo delle aziende, decisioni strategiche, governo del cambiamento, business model canvas, business plan, budget, bilancio di esercizio, sales & export management.

**Risultati di apprendimento attesi**.

*Conoscenza e comprensione*

Al termine dell'insegnamento, lo studente sarà in grado di comprendere, in modo elementare:

* i concetti e i principi fondamentali che guidano l’economia di tutte le aziende, sia italiane che estere;
* i principi fondamentali della strategia e del management delle aziende;
* il funzionamento di alcuni strumenti tipici del governo e della gestione delle imprese, quali: il business model canvas, il business plan, il budget, e il bilancio di esercizio;
* i principi fondamentali che guidano l’internazionalizzazione delle imprese, le vendite sui mercati internazionali e in generale del sales & export management.

*Capacità di applicare* *conoscenza e comprensione*

Al termine dell'insegnamento, lo studente sarà in grado di:

* distinguere i punti di forza e di debolezza della strategia e della gestione delle aziende, tenendo conto anche della variabilità tipologica e dimensionale delle stesse;
* leggere e comprendere, seppure in modo elementare, i documenti relativi all’organizzazione e alla strategia delle imprese;
* analizzare dal punto di vista aziendale e strategico alcuni casi aziendali, sia nazionali che internazionali;
* leggere e comprendere, seppure in modo elementare, i bilanci di esercizio di alcune imprese (anche esteri);
* comprendere, seppure in termini introduttivi, le logiche di funzionamento che guidano i mercati internazionali, l’internazionalizzazione delle imprese e i processi di sales & export management.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Il corso si articola in due parti strettamente collegate.

La prima parte del corso sarà tenuta dal prof. Marco Grumo e affronterà i seguenti argomenti: azienda, struttura delle aziende, assetto istituzionale, gestione, patrimonio, organizzazione e organismo personale delle aziende, reddito, capitale di funzionamento e sostenibilità economica/economicità, analisi del macro-ambiente e del settore, potenziale aziendale, cultura organizzativa, strategie e modelli di business, strategie corporate e diversificazione, strategie di internazionalizzazione delle imprese, corporate social responsibility e corporate sustainability, business model canvas e business plan, dell’internazionalizzazione delle imprese, sales & export management.

La seconda parte del corso sarà invece tenuta dal prof. Claudio Tapparo e affronterà i seguenti argomenti: business model canvas (parte applicativa), business plan (parte applicativa), bilancio delle imprese e analisi di bilancio (concetti fondamentali), budget e pianificazione economico-finanziaria (concetti fondamentali).

***BIBLIOGRAFIA***

* AA.VV., (2017), *“Strategia”. Orientare organizzazioni e imprese in un mondo che cambia.* Undicesima edizione. PEARSON (oppure: testo in lingua inglese: David, David & David, (2020), *Strategic management: a competitive advantage approach, concepts*, 17th Edition, PEARSON).
* Noonan c.J., *“La direzione vendite”. Organizzazione, selezione, direzione e controllo della forza vendita,* Franco Angeli*, 2019.* [Acquista da V&P](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/chris-noonan/la-direzione-vendite-organizzazione-selezione-direzione-e-controllo-della-forza-di-vendita-9788891788979-678119.html)
* Materiale delle lezioni fornito dai docenti e pubblicato nella piattaforma blackboard.

***DIDATTICA DEL CORSO***

Il metodo didattico impiegato si fonda largamente su lezioni frontali, integrate da approfondimenti e testimonianze di esperti (in presenza e/o online). Il metodo didattico prevede anche l’utilizzo di supporti audio e video, la discussione di casi di studio, lo studio di articoli, di documenti, ricerche, bilanci economici e annual reports di imprese italiane operanti all’estero e di imprese internazionali e globali (anche redatti in lingua inglese o in altra lingua straniera, a scelta dello studente); infine è prevista la preparazione di elaborati da parte degli studenti.

Gli studenti impossibilitati a frequentare le lezioni troveranno comunque tutto il materiale presentato a lezione e i relativi riferimenti nella piattaforma blackboard.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

L’esame di economia aziendale e management si svolge in forma scritta, mediante una prova finalizzata a valutare la conoscenza degli argomenti segnalati nel presente programma.

L’esame scritto si compone di tre/quattro domande relative ai contenuti presentati nelle due parti del corso. Una o più domande potrebbero anche consistere nel commento da parte dello studente di un caso aziendale, di uno stralcio di un bilancio, di un business plan o di un business model canvas, di un articolo assegnato dal docente oppure in un esercizio da svolgere proposto dal docente.

Tutte le domande proposte saranno identificate a partire dalla bibliografia indicata nel presente programma. Ciascuna risposta alle quattro domande sarà valutata dal docente con un voto da 0/30 a 31/30 e il voto finale dell’esame scritto, espresso in trentesimi, sarà pari alla media semplice dei voti conseguiti dallo studente nelle singole domande.

Qualora lo studente conseguisse il punteggio di zero/trentesimi, anche in una sola delle domande, la prova risulterà complessivamente insufficiente.

Il punteggio massimo dell’esame scritto è pari a 31/30.

La valutazione delle singole risposte terrà conto dei seguenti criteri: pertinenza della risposta, completezza, capacità di rielaborazione, esemplificazione e collegamento dello studente, chiarezza espositiva.

Oltre all’esame scritto agli studenti sarà richiesto di produrre e consegnare al docente due elaborati scritti (assignment) entro la fine del mese di maggio, che saranno presentati dal prof. Grumo all’inizio del corso e comunque nella piattaforma blackboard. Tali elaborati saranno valutati in trentesimi. La valutazione degli elaborati prodotti dagli studenti tiene conto dei seguenti criteri: completezza della trattazione e delle fonti; capacità di collegamento e di rielaborazione mostrata dallo studente; correttezza dei contenuti e della forma espositiva utilizzata.

Gli studenti che non avranno presentato gli assignment entro il termini ordinario sopra indicato, dovranno consegnarli il giorno in cui si presenteranno all’esame scritto. In questo caso, avendo avuto più tempo a disposizione per la loro redazione, il voto degli assignment sarà pesato per il 10% ai fini del calcolo del voto finale dell’esame.

Tranne il caso di cui al paragrafo precedente (e cioè di presentazione tardiva degli assignment), il voto finale, in trentesimi, conseguito complessivamente dallo studente all’esame sarà pari alla media ponderata del voto conseguito nella prova scritta (pesata al 60%) e dei voti conseguiti nei due elaborati scritti – assignment – presentati dallo studente nel termine ordinario indicato (pesati ciascuno al 20%).

Durante la prima parte del corso, saranno proposti dal docente anche lavori settimanali facoltativi valutati.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

Avendo carattere introduttivo, l’insegnamento non necessita di prerequisiti relativi ai contenuti. La frequenza alle lezioni è vivamente consigliata.

*Orario e luogo di ricevimento degli studenti*

Il prof. Grumo riceve gli studenti dopo le lezioni, oppure presso il suo studio dell’Università Cattolica oppure online nei giorni indicati mediante avviso pubblicato nella sua pagina docente e/o su appuntamento fissato via mail direttamente con lo studente.

Il prof. Tapparo riceve al termine delle lezioni e su appuntamento via mail.

# . – Economia aziendale e management (6 cfu)

## Prof. Marco Grumo, Prof. Claudio Tapparo

(Per gli studenti della Laurea triennale in Scienze linguistiche - curriculum esperto linguistico per il turismo)

***OBIETTIVO DEL CORSO E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI***

**Obiettivo**

L’insegnamento di Economia aziendale e management persegue tre obiettivi didattici principali:

* che lo studente acquisisca i principi fondamentali e il linguaggio tipico dell’economia aziendale;
* che lo studente acquisisca i principi fondamentali del management e della strategia aziendale, sia con riferimento alle imprese di grandi che di medie e piccole dimensioni operanti sia in Italia che all’estero;
* che lo studente effettui alcuni approfondimenti specifici circa i seguenti strumenti della strategia e del management delle imprese, quali: il business model canvas, il business plan e il budget.

Scopo dell’insegnamento è introdurre gli studenti ai temi fondamentali dell’economia aziendale, del management e della strategia aziendale applicabili a tutte le tipologie di aziende, anche internazionali. In particolare l’insegnamento si propone di illustrare agli studenti le nozioni di: azienda, struttura delle aziende, combinazioni economiche, gestione, patrimonio, assetto organizzativo, assetto istituzionale, organismo personale, reddito di esercizio, capitale di funzionamento, economicità/sostenibilità economica, strategia aziendale, posizionamento strategico, analisi del settore, cultura organizzativa, modelli di business, strategia di internazionalizzazione delle imprese, imprenditorialità e innovazione, percorsi di sviluppo delle aziende, decisioni strategiche, governo del cambiamento, business model canvas, business plan, budget.

**Risultati di apprendimento attesi**.

*Conoscenza e comprensione*

Al termine dell'insegnamento, lo studente sarà in grado di comprendere, in modo elementare:

* i concetti e i principi fondamentali che guidano l’economia di tutte le imprese, sia italiane che estere;
* i principi fondamentali della strategia e del management delle aziende;
* il funzionamento di alcuni strumenti tipici del governo e della gestione delle aziende, quali: il business model canvas, il business plan e il budget.

*Capacità di applicare* *conoscenza e comprensione*

Al termine dell'insegnamento, lo studente sarà in grado di:

* distinguere i punti di forza e di debolezza della strategia e della gestione delle imprese, tenendo conto anche della variabilità tipologica e dimensionale delle stesse;
* leggere e comprendere, seppure in modo elementare, i documenti relativi all’organizzazione e alla strategia delle imprese;
* analizzare dal punto di vista aziendale e strategico alcuni casi aziendali, sia nazionali che internazionali.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Il corso si articola in due parti strettamente collegate.

La prima parte del corso sarà tenuta dal prof. Marco Grumo e affronterà i seguenti argomenti: azienda, struttura delle aziende, assetto istituzionale, gestione, patrimonio, organizzazione e organismo personale delle aziende, reddito, capitale di funzionamento e sostenibilità economica/economicità, analisi del macro-ambiente e del settore, potenziale aziendale, cultura organizzativa, strategie e modelli di business, strategie corporate e diversificazione, strategie di internazionalizzazione delle imprese, corporate social responsibility e corporate sustainability, business model canvas e business plan, dell’internazionalizzazione delle imprese, sales & export management.

La seconda parte del corso sarà invece tenuta dal prof. Claudio Tapparo e affronterà i seguenti argomenti: business model canvas (parte applicativa), business plan (parte applicativa), bilancio delle imprese e analisi di bilancio (concetti fondamentali), budget e pianificazione economico-finanziaria (concetti fondamentali).

Gli studenti che portano il programma da 6 CFU sono esonerati, ai fini della frequenza e ai fini dell’esame, relativamente ai contenuti delle lezioni del mese di maggio.

***BIBLIOGRAFIA***

* aa.vv., (2017), *“Strategia”. Orientare organizzazioni e imprese in un mondo che cambia*. Undicesima edizione. PEARSON (oppure: testo in lingua inglese: David, David & David, (2020), *Strategic management: a competitive advantage approach, concepts*, 17th Edition, PEARSON).
* Materiale delle lezioni fornito dal docente e pubblicato nella piattaforma blackboard.

***DIDATTICA DEL CORSO***

Il metodo didattico impiegato si fonda largamente su lezioni frontali, integrate da approfondimenti e testimonianze di esperti (in presenza e/o online). Il metodo didattico prevede anche l’utilizzo di supporti audio e video, la discussione di casi di studio, lo studio di articoli, di documenti, ricerche, bilanci economici e annual reports di imprese italiane operanti all’estero e di imprese internazionali e globali (anche redatti in lingua inglese o in altra lingua straniera); infine è prevista la preparazione di elaborati da parte degli studenti.

Gli studenti impossibilitati a frequentare le lezioni troveranno comunque tutto il materiale presentato a lezione e i relativi riferimenti nella piattaforma blackboard.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

L’esame di economia aziendale e management si svolge in forma scritta, mediante una prova finalizzata a valutare la conoscenza degli argomenti segnalati nel presente programma.

L’esame scritto si compone di tre domande relative ai contenuti presentati nelle tre parti del corso. Una o più domande potrebbero anche consistere nel commento da parte dello studente di un caso aziendale, di uno stralcio di un bilancio, di un business plan o di un business model canvas, di un articolo assegnato dal docente oppure in un esercizio da svolgere proposto dal docente.

Tutte le domande proposte saranno identificate a partire dalla bibliografia indicata nel presente programma. Ciascuna risposta alle domande sarà valutata dal docente con un voto da 0/30 a 31/30 e il voto finale dell’esame scritto, espresso in trentesimi, sarà pari alla media semplice dei voti conseguiti dallo studente nelle singole domande.

Qualora lo studente conseguisse il punteggio di zero/trentesimi, anche in una sola della domande, la prova risulterà complessivamente insufficiente.

Il punteggio massimo dell’esame scritto è pari a 31/30.

La valutazione delle singole risposte terrà conto dei seguenti criteri: pertinenza della risposta, completezza, capacità di rielaborazione, esemplificazione e collegamento dello studente, chiarezza espositiva.

Oltre all’esame scritto agli studenti sarà richiesto di produrre e consegnare al docente due elaborati scritti (assignment) entro la fine del mese di maggio, che saranno presentati dal docente all’inizio del corso e comunque nella piattaforma blackboard. Tali elaborati saranno valutati in trentesimi. La valutazione degli elaborati prodotti dagli studenti tiene conto dei seguenti criteri: completezza della trattazione e delle fonti; capacità di collegamento e di rielaborazione mostrata dallo studente; correttezza dei contenuti e della forma espositiva utilizzata.

Gli studenti che non avranno presentato gli assignment entro il termine ordinario sopra indicato dovranno consegnarli il giorno in cui si presenteranno all’esame scritto. In questo caso, avendo avuto più tempo a disposizione per la loro redazione, il voto degli assignment sarà pesato per il 10% ai fini del calcolo del voto finale dell’esame.

Tranne il caso di cui al paragrafo precedente (e cioè di presentazione tardiva degli assignment), il voto finale, in trentesimi, conseguito complessivamente dallo studente all’esame sarà pari alla media ponderata del voto conseguito nella prova scritta (pesata al 60%) e dei voti conseguiti nei due elaborati scritti – assignment – presentati dallo studente nel termine ordinario (pesati ciascuno al 20%).

Durante la prima parte del corso, saranno proposti dal docente anche lavori settimanali facoltativi valutati.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

Avendo carattere introduttivo, l’insegnamento non necessita di prerequisiti relativi ai contenuti. La frequenza alle lezioni è vivamente consigliata.

*Orario e luogo di ricevimento degli studenti*

Il prof. Grumo riceve gli studenti dopo le lezioni, oppure presso il suo studio dell’Università Cattolica oppure online nei giorni indicati mediante avviso pubblicato nella sua pagina docente e/o su appuntamento fissato via mail direttamente con lo studente.

Il prof. Tapparo riceve al termine delle lezioni e su appuntamento via mail.