# Economia e gestione delle imprese commerciali

Prof. Gianluca Ceruti; Prof. Roberto Meco

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

L’insegnamento si articola su due moduli integrati, con l’obiettivo di definire le principali leve economico-manageriali dell’impresa, una focalizzazione sui servizi e i nuovi modelli di business. Sono comprese tutte le funzioni aziendali dei diversi ambiti d’azione: approvvigionamento, produzione, distribuzione e vendita. Vengono esplicitati tutti gli strumenti e le logiche dell’Operations che delineano la Supply Chain Management, illustrando il contributo dei Sistemi Informativi e dei modelli di Ricerca Operativa.

Ogni area viene approfondita con concetti teorici avvalendosi di casi studio con modelli reali, business game, best practices e testimonianze aziendali.

Al termine del corso gli studenti avranno:

1. la capacità di applicare conoscenza e comprensione sui principali processi aziendali e relativi meccanismi di funzionamento;
2. acquisito e sviluppato le capacità per realizzare analisi attraverso i dati e le informazioni direttamente dai processi aziendali e dal mercato;
3. sviluppato un approccio autonomo ed in team per la valutazione e visione dei modelli della gestione delle imprese;
4. sviluppato una maggiore abilità comunicativa e terminologica così da poter rappresentare i risultati di valutazioni e analisi sui processi aziendali;
5. acquisito la capacità di approfondire in autonomia su ambiti specifici aziendali per allargare ad ulteriori discipline con un approccio più analitico e sistemico.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Modulo I (40 ore)

Introduzione delle funzioni e dei processi aziendali, i modelli di business, le strategie d’impresa, la catena del valore, il vantaggio competitivo, la gestione strategica delle imprese, la pianificazione strategica, le strategie di crescita organica e per linee esterne. Il business model ed il business plan.

Il ruolo delle Operations Management e l’evoluzione storica in azienda.

Definizione e ruolo della Supply Chain, integrazione con altre funzioni aziendali e catena del valore.

I sistemi informativi a supporto dei processi aziendali e dell’integrazione di canale: strutturazione dei flussi fisici dei beni, dei flussi informativi e dei servizi.

Componenti e peculiarità delle imprese commerciali e di servizi: la gestione della domanda e la pianificazione, l’approvvigionamento, la produzione, la gestione delle scorte, la vendita e la distribuzione fisica.

La gestione delle scorte ed i processi di Sales & Operation planning.

Modulo II (20 ore)

Gli argomenti trattati nel modulo I vengono ampliati attraverso il supporto di strumenti di analisi e sistemi informativi con l’obiettivo di rappresentare l'articolazione dell'attività delle imprese.

L’uso di modelli e matrici con dati reali daranno una visione diretta e concreta delle attività delle aree: approvvigionamento, produzione, gestione dei materiali e logistica. In particolare l’attività didattica sarà arricchita con riferimento: modelli di Ricerca Operativa, modelli di Gestione e Riordino delle Scorte, modelli Previsionali, Tecniche Reticolari, modelli di Simulazione e Programmazione Lineare, Sistemi di trasporto.

In parallelo ai principali argomenti trattati si svolgeranno testimonianze aziendali ad hoc con casi aziendali con l’utilizzo di software dedicati in uso nelle aziende di settore.

***BIBLIOGRAFIA*** [[1]](#footnote-1)

R. Crespi, *Operations,* *supply chain e strategie competitive*, Giappichelli, Torino, 2009. [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/crespi-roberta/operations-supply-chain-e-strategie-competitive-9788834895429-173843.html)

- Parti obbligatorie per la preparazione all’esame sono tutti i capitoli ad esclusione del capitolo sulla qualità

Testi ulteriori per argomenti specifici:

A. Baroncelli-L. Serio, *Economia e gestione delle imprese,* McGraw-Hill, Milano, 2013. [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/alessandro-baroncelli-luigi-serio/economia-e-gestione-delle-imprese-9788838695667-682761.html)

G. Ceruti-S. Distefano, *La supply chain nelmodern retail: modelli e relazioni di canale,* *Quaderni del Corso di laurea in economia e gestione aziendale – Service management,* Università Cattolica del Sacro Cuore, n°17, ottobre 2012.

- Supporto (metodi e modelli di ottimizzazione)

G. Amadio-G. Crema, *Modelli di ricerca operativa applicati alla logistica,* EDUCatt, Milano.

A. Del Giudice-A. Liverani-A. Marchi, *Introduzione alla simulazione discreta,* EDUCatt, Milano.

Materiale didattico e dispense verranno messi a disposizione durante il corso tramite blackboard.

***DIDATTICA DEL CORSO***

I metodi d’insegnamento avverrà mediante lezioni frontali con interazione degli studenti per ritrovare pratici riscontri sulle tematiche trattate nel corso. In particolare le attività saranno articolate attraverso la formazione di gruppi che opereranno in parallelo su:

* + Esercitazioni con dati reali direttamente su casi pratici aziendali e merceologicamente diversificati (si favorisce così lo sviluppo di ruoli e processi decisionali nell’attività di gruppo con analisi strutturate, dissertazioni, relazioni scritte e presentazioni)
	+ Business game logistico a squadre (obiettivo sono lo sviluppo delle capacità di lavoro in team e problem solving in condizioni di incertezza e dinamicità)

Eventuali lavori di gruppo e presentazioni dei lavori con slides di Power Point.

Applicazione pratica con Software dedicati.

Sarà previsto l’approfondimento degli argomenti attraverso testimonianze dirette e visite aziendali (presenza o streaming).

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

La valutazione finale avverrà mediante una prova scritta, ed una integrazione orale facoltativa senza distinzione dei due moduli.

La prova scritta (della durata variabile a seconda della piattaforma utilizzata) consiste nella somministrazione di dieci domande aperte e chiuse di diversa complessità, strutturate sui contenuti trattati. La prova mira a verificare le conoscenze acquisite tramite 4 quesiti a risposta aperta su modelli e grafiche analitiche mentre 6 quesiti a risposta multipla per definire l’opzione, preferita o meno, da un elenco precompilato o di selezionare l'opzione che si avvicina di più alla loro opinione.

Il layout è uniforme e gli argomenti sono un cross-cutting topics di peso omogeneo.

La eventuale prova orale (concessa previo superamento prova scritta della durata di 15-20 minuti) risulta utile per confrontare l’apprendimento e le tematiche non previste nel testo di esame.

Durante le due prove non è consentito utilizzare appunti o libri di testo.

Lo studente avrà la possibilità di poter rifiutare il voto o integrarlo con una prova orale su richiesta, indipendente dalla prova scritta, a fronte del superamento della prova scritta (18 trentesimi)

Durante il corso ogni gruppo, sia del Business Game che dei casi aziendali, avrà una valutazione che si aggiungerà in fase di esame al voto finale con un peso da 1 a 3 punti (in trentesimi). Tale voto assegnato per gruppo di lavoro sarà sempre valido ad ogni sessione di esame scelta dallo studente. Le due esperienze racchiudono insieme un approfondimento degli argomenti teorici e offre un’opportunità di riscontro delle capacità di analisi, programmazione e comunicazione.

La valutazione complessiva finale in trentesimi quindi sarà così ripartita:

* 80% : voto prova scritta rispetto ai quesiti risolti (più eventuale valutazione orale)
* 10% : punteggio realizzato nella gestione del Business Game
* 10% : valutazione del lavoro di gruppo svolto sulle matrici del caso aziendale assegnato

Per gli studenti non partecipanti alle esperienze di esercitazione (Business Game e Matrici caso Aziendale) saranno modulati dei questionari con ulteriori domande per la comprensione di argomenti riguardanti l’analisi e la programmazione delle strategie aziendali.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

*Conoscenze preliminari*

Gli argomenti che saranno trattati durante il corso faranno riferimento a nozioni di Economia Aziendale, Matematica generale e Statistica, dandone per acquisiti i concetti base. Pertanto si raccomanda attenzione da parte degli studenti.

*Orario e luogo di ricevimento*

I docenti comunicheranno ora e luogo di ricevimento a lezione.

1. I testi indicati nella bibliografia sono acquistabili presso le librerie di Ateneo; è possibile acquistarli anche presso altri rivenditori. [↑](#footnote-ref-1)