**Economia e gestione delle imprese**

Gr. A-C: Prof. Alessandro Baroncelli; Prof. Viviana D’Angelo; Gr. D-N: Prof. Luigi Serio; Prof. Raffaele Esposito; Gr. O-Z: Prof. Alessandro Siviero; Prof. Valeria Belvedere

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

Scopo dell’insegnamento è che i partecipanti acquisiscano conoscenze e comprendano:

1. l’origine del concetto di impresa, gli obiettivi, il contesto competitivo di riferimento e le diverse funzioni che riguardano l’attività di impresa;

2. le diverse teorie che riguardano l’Economia e Gestione delle Imprese;

3. le diverse strategie di crescita con particolare riferimento all’innovazione all’internazionalizzazione di impresa;

4. gli aspetti strategici, tattici e operativi relativi al supply chain management.

Al termine del corso gli studenti saranno in grado:

* di capire il sistema “impresa” e il suo ambiente;
* di utilizzare i framework teorici per assumere decisioni strategiche;
* valutare le alternative tra i diversi percorsi di crescita delle imprese;
* analizzare adeguatamente i fattori che influenzano la gestione delle supply chain.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Modulo I (ore 40):

Definizione del concetto di impresa e degli obiettivi d’azienda. Analisi dell’ambiente esterno generico e di quello competitivo in base al modello struttura-condotta-performance. Definizione dell’ambiente interno attraverso l’analisi delle risorse e delle competenze ed esplicitazione del vantaggio competitivo. Presentazione dei percorsi evolutivi di crescita attraverso l’analisi delle relazioni interorganizzative, degli accordi, delle alleanze e degli assetti reticolari. Definizione e caratteristiche salienti dei processi di innovazione e di internazionalizzazione d’impresa.

– *Prospettive di analisi*

 Teorie dell’Impresa, Resource based view, Transaction costs economics, Accordi e reti.

– *Tecniche e strumenti per l’analisi*

 Definizione del business e strumenti di analisi a supporto delle decisioni, business model, valore e vantaggio competitivo

– *Tendenze*

Mercato e Capitale Umano. Rightshoring e forme più strutturate di presenza all’estero. Innovation e digital transformation per nuovi modelli di business.

Modulo II (ore 20): Illustrazione dell'articolazione dell'attività delle imprese attraverso l'analisi di alcune funzioni critiche: approvvigionamenti, produzione, logistica. Analisi e discussione del supply chain management in chiave strategica.

– *Le funzioni aziendali* vengono esaminate con specifico riferimento ai processi di acquisto, produzione e distribuzione fisica in logica di supply chain management.

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

Baroncelli A. -L. Serio, *Economia e gestione delle imprese,* McGraw-Hill, Milano, 2020. [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/alessandro-baroncelli-luigi-serio/economia-e-gestione-delle-imprese-9788838695667-682761.html)

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

Letture aggiuntive e altro materiale didattico di supporto verranno distribuiti tramite la piattaforma *Blackboard* del corso.

I manuali costituiscono il riferimento per i contenuti e la successione dei temi affrontati durante le lezioni.

***DIDATTICA DEL CORSO***

L’obiettivo della didattica è duplice: 1. illustrare i contenuti fondamentali dei moduli svolti; 2. fornire indicazioni complementari ed esemplificazioni.

Si prevede il riferimento a casi aziendali, che consentono allo studente la possibilità di riflettere sui contenuti teorici in un contesto operativo simulato. Testimonianze da parte di dirigenti e/o imprenditori potranno essere organizzate alla scopo di meglio illustrare alcuni dei temi trattati. La discussione di casi aziendali risponde a tre obiettivi principali: a) analisi dei temi trattati; b) discussione e analisi delle alternative strategiche; c) discussione e analisi degli aspetti relativi all'implementazione delle scelte gestionali delle imprese.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

La valutazione si basa su una prova scritta articolata in domande a risposte chiuse multiple e domanda/e a risposta aperta. Le prime sono impiegate per valutare le conoscenze di base del corso. Le seconde, invece, consentono di verificare se e in che misura lo studente sia in grado di applicare i concetti appresi durante le lezioni a specifiche realtà aziendali e settoriali, utilizzando in modo critico gli strumenti e logiche managerali studiati e dimostrando di sapere interconnettere i diversi contenuti illustrati nel corso.

Le modalità d’esame rimangono invariate per tutti gli appelli di tutte le sessioni. Non sono previste prove intermedie, ma una valutazione globale al termine dell’intero corso. Ulteriori informazioni verranno fornite all’inizio del corso sulla piattaforma Blackboard una volta acquisite le informazioni sulla composizione e la numerosità delle classi.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

*Conoscenze preliminari*

È richiesta una conoscenza di base dei principi di Economia Aziendale e di Marketing.

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