# Economia e gestione delle imprese

## Prof. Luigi Serio; Prof. Gianluca Ceruti

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

Gli obiettivi del corso sono:

– Fornire un’ampia conoscenza dei concetti teorici fondanti la gestione dell’impresa, la sua relazione con il contesto competitivo, le strategie di crescita e le performance, nonché l’articolazione delle funzioni aziendali critiche per la produzione di valore.

– Conoscere i principali strumenti di analisi presenti nelle pratiche manageriali e approcciarli per l’analisi di casi pratici.

– Analizzare i principali trend evolutivi del mercato in chiave di rafforzamento e crescita delle imprese nello scenario competitivo attuale.

Al termine di questo corso lo studente sarà in grado di:

– Definire i concetti di impresa e di contesto competitivo, spiegare i meccanismi relazionali di impresa, identificare le strategie di crescita e le variabili determinanti le performance aziendali, illustrare le funzioni aziendali relative alla gestione della *supply chain*.

– Discutere le scelte strategiche di impresa relative alla crescita e al *supply chain management* attraverso l’analisi di casi pratici, testimonianze ed esemplificazioni.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Modulo I (ore 30)

Definizione del concetto di impresa e degli obiettivi d’azienda. Analisi dell’ambiente esterno generico e di quello competitivo. 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 30):

Definizione e ruolo del Operations Management in chiave strategica e la sua evoluzione storica in azienda.

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

Illustrazione dell'articolazione dell'attività delle imprese attraverso l'analisi di alcune funzioni critiche: approvvigionamenti, produzione, distribuzione.

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.

Cenni sull’architettura dei sistemi informativi: sistemi ERP transazionali, sistemi di supporto alle decisioni di tipo tattico e sistemi di corporate perfomance management e supporto alle decisioni strategiche

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

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

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

***DIDATTICA DEL CORSO***

Il corso prevede l’alternanza di lezioni in aula ed attività da svolgere online.

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

Le attività online comprendono lo studio dei contenuti presentati nelle video-lezioni, test di autovalutazione e materiali di approfondimento. Le attività in aula comprendono l’approfondimento teorico dei temi trattati e la discussione di casi aziendali o esercitazioni, che consentono allo studente la possibilità di riflettere sui contenuti teorici in un contesto operativo simulato. Eventuali testimonianze da parte di dirigenti e/o imprenditori potranno essere organizzate alla scopo di meglio illustrare alcune delle manovre descritte nel programma.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

La valutazione si basa su una prova orale. Le domande poste avranno lo scopo di verificare: 1) se lo studente padroneggia i concetti di base del corso e la terminologia tecnica peculiare dei temi affrontati; 2) se e in che misura 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.

Per conseguire una valutazione almeno sufficiente lo studente dovrà dimostrare un’adeguata conoscenza delle nozioni di base e la capacità di individuare gli strumenti e le logiche più appropriati per affrontare un problema manageriale concreto.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

Conoscenze preliminari

È richiesta una conoscenza di base dei principi di Matematica Generale e Finanziaria, Economia Aziendale, Marketing e Lingua Inglese.

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