# Economia aziendale (semestrale)

## Gruppo A-K: Prof. Andrea Schiavinato, Gruppo L-Z: Prof. Marco Grumo

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

L’insegnamento di Economia aziendale (semestrale) persegue i seguenti obiettivi fondamentali che gli studenti dovranno acquisire:

* i principi fondamentali e il linguaggio tipico dell’economia aziendale;
* i principi fondamentali del management e della strategia aziendale (business model canvas e business plan), sia con riferimento alle imprese di grandi dimensioni e internazionali che di piccole e medie dimensioni operanti sia in Italia che all’estero;
* i principi fondamentali della sostenibilità economico-finanziaria delle imprese anche con riferimento al budget dell’impresa e ai piani economico-finanziari delle imprese;
* le principali caratteristiche e sfide dei processi di internazionalizzazione delle imprese, del sales & export management e del Made in Italy operanti nei diversi settori dell’economia;
* i principi fondamentali della sostenibilità sociale, ambientale e di governance delle imprese di grandi e di medie dimensioni, anche con riferimento alle imprese turistiche;
* i concetti principali che caratterizzano lo svolgimento dell’attività d’impresa;

**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;
* i principi fondamentali che guidano l’export, processo di internazionalizzazione delle imprese e il successo del Made in Italy;
* le logiche di formazione dei risultati economici delle imprese, sia a consuntivo che a preventivo.

*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 del management delle aziende internazionali di grandi dimensioni e delle medie imprese, tenendo conto anche della variabilità tipologica delle stesse;
* leggere e comprendere, seppure in modo elementare, i documenti relativi all’organizzazione e alla strategia delle imprese;
* comprendere le principali strategie di espansione delle imprese sui mercati esteri e di sostenibilità ambientale, sociale e di governance;
* 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 delle imprese al fine di comprendere l’andamento di una azienda.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

I contenuti del corso sono sinteticamente i seguenti:

* le diverse classi di aziende e l’economia aziendale;
* la struttura delle aziende;
* le imprese internazionali di grandi dimensioni e le piccole e medie imprese: caratteristiche e principali sfide di management;
* imprenditorialità, strategia, business model canvas e business plan;
* l’export e l’internazionalizzazione delle imprese: cenni;
* la sostenibilità economica delle imprese/economicità delle imprese;
* budget e piani economico-finanziari: cenni;
* la sostenibilità ambientale, sociale e di governance delle imprese;
* le imprese turistiche: caratteristiche e principali sfide di management.

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

*Con riferimento alla prima parte del corso:*

* Materiale delle lezioni fornito dai docenti e pubblicato nella piattaforma blackboard.
* AA.VV., (2017), *“Strategia”. Orientare organizzazioni e imprese in un mondo che cambia.* Undicesima edizione. PEARSON [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/autori-vari/strategia-aziendale-ediz-mylab-con-etext-9788891902726-683974.html) (oppure: testo in lingua inglese: David, David & David, (2020), *Strategic management: a competitive advantage approach, concepts*, 17th Edition, PEARSON).

***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.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

L’esame di economia aziendale (semestrale) si svolge in forma scritta, mediante una prova finalizzata a valutare la conoscenza degli argomenti segnalati nel presente programma. I quesiti possono riguardare sia l’esposizione di concetti, definizioni sia esercizi numerici.

La prova scritta dura al massimo sessanta minuti e si compone di due domande e/o esercizi. Le domande hanno egual peso ai fini della valutazione finale.

Le 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 domande “multiple choice", 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 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.

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.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

Avendo carattere introduttivo, l’insegnamento non necessita di pre-requisiti relativi ai contenuti.

La frequenza alle lezioni è vivamente consigliata.

*Orario e luogo di ricevimento*

I docenti ricevono gli studenti come da avviso affisso all’albo presso il Dipartimento di Scienze dell’economia e della gestione aziendale (via Necchi 9, II piano) e sulla loro pagina docenti.

Di seguito anche le email dei docenti:

Gruppo A-K

Prof. Andrea Schiavinato: [andrea.schiavinato@unicatt.it](mailto:andrea.schiavinato@unicatt.it)

Gruppo L-Z

Prof. Marco Grumo: [marco.grumo@unicatt.it](mailto:marco.grumo@unicatt.it)

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