## Economia e gestione delle imprese

Prof. Valentina Cillo

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

Il corso di Economia e gestione delle imprese offre allo studente del primo Triennio della laurea in Economia e gestione dei servizi un quadro di riferimento di base relativamente ai processi di direzione e gestione d’impresa, adottando un prospettiva *Resource and Knowledge based View* che enfatizza il ruolo primario delle risorse di conoscenza (sia individuali sia organizzative) e dei contesti relazionali (sia interpersonali sia inter- organizzativi) entro cui divengono i processi di sviluppo dell’impresa.

Scopo del corso è quello di fornire allo studente strumenti e tecniche di supporto ai processi di management, sia nella sfera delle scelte strategiche, che in quella delle diverse funzioni di gestione: marketing, produzione, finanza d’impresa, gestione risorse umane, logistica ed approvvigionamenti. Attraverso business case ed esercizi guidati, infine, si favorisce un percorso di apprendimento applicativo su specifiche problematiche gestionali (strategie competitive, definizione del business, analisi del settore, risorse e competenze strategiche). Alla fine del corso di Gestione Aziendale gli studenti saranno in grado di:

1. leggere e interpretare il management delle imprese nel mondo attuale;
2. conoscere e discutere i processi di base della gestione delle imprese;
3. conoscere e applicare gli strumenti per l’analisi dell’evoluzione del contesto competitivo in cui si trovano ad operare le imprese;
4. conoscere e applicare gli strumenti operativi di base per assumere le decisioni manageriali;
5. avere le basi per poter approfondire, successivamente nei moduli di loro interesse, specifici processi gestionali.

Il corso intende, inoltre, favorire:

1. lo sviluppo di conoscenze e capacità di comprensione e di apprendimento delle dinamiche gestionali ed organizzative di conoscenza e soddisfazione del consumatore;
2. lo sviluppo di capacità di *problem solving* e *team working* nell’elaborazione dei lavori di gruppo, al fine di confrontarsi con situazioni reali di scenario;
3. lo sviluppo di capacità di comunicazione ed analisi critica per leggere fenomeni, scenari, imprese alla luce delle tecniche più avanzate di management.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Il modulo è composto in prevalenza da lezioni frontali, discussione di casi aziendali ed esercitazioni, ma prevede anche testimonianze esterne. La frequenza al corso e la partecipazione attiva sono fortemente consigliate. Il programma del corso si articola in tre parti e approfondisce gli argomenti di seguito dettagliati.

PARTE I: Impresa: la sua definizione e classificazione

* *Elementi di economia d’impresa*. Il concetto di sistema aziendale. Il contesto socio-economico. I rapporti tra impresa, ambiente e mercato. L’impatto di Industry 4.0 & Digital Economy sulla gestione dell’impresa.
* *I rapporti tra l’impresa e l’ambiente socio-economico*. L’ambiente transazionale e competitivo. Le funzioni dell’impresa e le teorie sulle finalità imprenditoriali. Gli effetti dell’internazionalizzazione e della globalizzazione

PARTE II L'ambiente competitivo, l'impresa e le tecniche analitiche

* *Definizione del business.* Gli approcci teorici alla definizione del business. L’ampiezza delle attività in termini di gruppi di clienti, funzioni e modalità. Il modello di Abell. La differenziazione del business rispetto ai segmenti e ai concorrenti. La ridefinizione del business in cui operare.
* *L’analisi di settore*. L’analisi dei fattori esterni all’impresa, il macro-ambiente e l’ambiente settoriale. I modelli di analisi settoriale. Gli strumenti per l'analisi settoriale. Lo schema delle cinque forze competitive di Porter
* *Strategie competitive e creazione di valore.* La catena del valore. Le attività generatrici di valore. I legami verticali e orizzontali tra le attività della catena del valore. La creazione del vantaggio competitivo. Ruolo delle risorse e competenze nella fomulazione della strategia competitiva. I nuovi trend nelle strategie di impresa e nei modelli di business: La strategia Blue Ocean

PARTE III I percorsi di sviluppo aziendale

* *I percorsi di sviluppo aziendale*. Il processo di sviluppo dimensionale. Strategia complessiva. Sviluppo mono-settoriale. Sviluppo orizzontale. Integrazione verticale e teoria dei costi di transazione. Strategie di diversificazione produttiva. Strategia di espansione internazionale
* *La gestione operativa*. La gestione operativa e il marketing. La gestione della produzione. La logistica industriale e la gestione degli approvvigionamenti. La gestione della finanza: investimenti e finanziamenti. La gestione del processo innovativo. La gestione delle risorse umane.
* *Le reti e le relazioni inter-organizzative***.** Reti di impresa e loro contributo alle strategie di impresa. Le comunità di pratica. I percorsi di open- innovation.
* *L’internazionalizzazione dell’impresa.* Globalizzazione e strategie di crescita internazionale Teorie e modelli di internazionalizzazione. L’impresa e le strategie internazionali. L’analisi dei mercati esteri

***BIBLIOGRAFIA***

Baroncelli, A., Serio, L. *Economia e gestione delle imprese* (Ultima edizione)

Costituiscono materiale integrativo le slide e il materiale integrativo fornito dal docente. Analogamente, saranno da considerarsi parte integrante del programma d’esame i casi che saranno analizzati durante le lezioni.

***DIDATTICA DEL CORSO***

Il Corso di *Economia e gestione delle imprese* è immaginato per essere fortemente innovativo ed interattivo. La valutazione degli allievi non scaturisce dalla sola “performance” in sede di esame ma anche e soprattutto da attività intra-corsuali ed interattive per le quali verranno assegnati mini-punti bonus in vista dell’esame.

*Attività di Workgroup/Business Game*

Gli allievi vengono valutati nella stesura di project work individuali e di gruppo. Viene valutata la capacità di esposizione (public speaking) nonché la presentazione dell’idea (slide, prototipi, web tools, etc.).

*Case Analysis*

Agli studenti è destinata un’offerta di *case history* e *case analysis* inerente gli argomenti del corso generalmente tratti da esperienza di imprese di successo

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

La prova d’esame è esclusivamente in forma orale

La valutazione degli studenti scaturisce dai risultati ottenuti nello svolgimento delle prove intra-corsuali e dalla prova di esame.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

Si raccomandano agli studenti la frequenza in presenza ed attraverso la piattaforma Blackboard. La partecipazione attiva alle lezioni e lo studio continuo, tutte condizioni necessarie per l’efficace comprensione e la graduale assimilazione degli argomenti affrontati. La correlazione positiva riscontrata negli anni tra tali condizioni e voto d’esame supporta la raccomandazione formulata.

*Orario e luogo di ricevimento degli studenti*

Il Prof. Cillo riceverà gli studenti in prossimità dell’orario di lezione.