

# PROGRAMMA DEL CORSO DI ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE

## SETTORE SCIENTIFICO

SECS-P/08

## CFU

8

## OBIETTIVI

/\*\*/

Obiettivo dell'insegnamento è fornire le conoscenze teoriche e gli strumenti tecnico-professionali per la gestione strategica ed operativa dell'impresa al fine di competere in un contesto ambientale e sociale sempre più complesso. Il programma consentirà allo studente di sviluppare le capacità necessarie all'interpretazione dei fenomeni aziendali declinati per aree funzionali e ad utilizzare i più diffusi strumenti inerenti i processi gestionali. In particolare, nella prima parte dell'insegnamento sono approfondite le conoscenze e competenze alla base del sistema impresa, dell'ambiente competitivo e dell'analisi di settore; nella seconda parte sono fornite le più significative tecniche e metodologie per applicare tali conoscenze, anche alla luce di un modello di business centrato sulle esigenze delle start up nell'ottica della sostenibilità.

## PROGRAMMA DIDATTICO

/\*\*/

1 - CONTESTO-MICRO E MACRO AMBIENTE

2 - RISORSE TANGIBILI E INTANGIBILI: IL CAPITALE SOCIALE

3 - SKILLS E COMPETENZE AL SERVIZIO DEL MANAGEMENT 4 - PROATTIVITÀ, REATTIVITÀ E VANTAGGIO COMPETITIVO 5 - DECISION-MAKING PROCESS E COMPITI DEL MANAGEMENT 6 - PROCESSO DECISIONALE PER LO SVILUPPO DELL'APPROCCIO DI MARKETING MANAGEMENT 7 - INNOVATION MANAGEMENT DEFINIZIONI E PUNTI CARDINE 8 - INNOVATION MANAGEMENT: PROBLEMI DI DEFINIZIONE 9 - MANAGEMENT INNOVATIVO. MODELLI DI INNOVAZIONE 10 - INNOVARE IL PROCESSO DI GESTIONE 11 - MANAGEMENT IN PRATICA APPLICAZIONI IN DIVERSI AMBITI 12 - GESTIONE D'IMPRESA: DIFFERENZE TRA PAESI 13 - IMPRENDITORIALITÀ: RINNOVARE GLI APPROCCI IMPRENDITORIALI 14 - GESTIONE D'IMPRESA E IMPRENDITORIALITÀ TECNOLOGICA 15 - GESTIONE D'IMPRESA E INNOVAZIONE DI PRODOTTO 16 - CASO STUDIO: MANAGEMENT E CSR 17 - CASO STUDIO: MANAGEMENT E SOSTENIBILITÀ IN TEMPI DI COVID19 18 - CASO STUDIO: KNOWLEDGE AND INNOVATION MANAGEMENT 19 - DALLA STRATEGIA ALLA TATTICA 20 - L'ANALISI STRATEGICA: CARATTERISTICHE E DEFINIZIONI 21 - LA PIANIFICAZIONE STRATEGICA 22 - GLI SCHEMI ORGANIZZATIVI 23 - LA PROGETTAZIONE ORGANIZZATIVA 24 - LA STRATEGIA CORPORATE 25 - CRESCITA: UN MOMENTO STRATEGICO 26 - FOCUS SULLA STRATEGIA DI DIVERSIFICAZIONE 27 - FOCUS SUL VANTAGGIO COMPETITIVO 28 - FATTORI CRITICI DI SUCCESSO E VANTAGGIO COMPETITIVO 29 - LE STRATEGIE COMPETITIVE 30 - LA CATENA DEL VALORE 31 - L'ANALISI DEI CONCORRENTI 32 - LA STRUTTURA DEL SETTORE 33 - LE BARRIERE ALL'ENTRATA E ALL'USCITA 34 - I MODELLI DI PORTAFOGLIO 35 - LE IMPLICAZIONI STRATEGICHE DELLE MATRICI 36 - IL PIANO DI MARKETING 37 - IL PIANO

OPERATIVO 38 - LE FONTI FINANZIARIE 39 - IL SISTEMA DI CONTROLLO 40 - INDUSTRIA 4.0 41 - INNOVAZIONE E MODELLI DI BUSINESS EMERGENTI 42 - KNOWLEDGE MANAGEMENT E KNOWLEDGE SOCIETY 43 - SMART MANUFACTURING E SMART DESIGN 44 - LE ORGANIZZAZIONI ESPONENZIALI 45 - EVENT MANAGEMENT E EDUINFOTEINAMENT 46 - CUSTOMER KNOWLEDGE MANAGEMENT 47 - FASHION AND LUXURY MANAGEMENT 48 - CASO STUDIO LUXURY

Il programma può essere soggetto a modifiche da parte del docente

## DIDATTICA EROGATA

/\*\*/

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti:

L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette sia l'iscrizione ai corsi sia la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico, la comunicazione con il docente.

E' previsto un tutor che supporterà gli studenti durante il corso.

Attività di didattica erogativa (DE):

48 Videolezioni

Totale 48 ore

Attività di didattica interattiva (DI):

Redazione di un elaborato Partecipazione a una web conference Lettura area FAQ Svolgimento delle prove in itinere con feedback Svolgimento della simulazione del test finale

Totale 8 ore

Attività di autoapprendimento

144 ore per lo studio individuale

## RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

/\*\*/

Conoscenza e capacità di comprensione. L'insegnamento intende fornire le conoscenze utili per comprendere la struttura ed il funzionamento del sistema impresa e per individuare i fenomeni critici del contesto ambientale e competitivo di riferimento.

Specifica attenzione è dedicata al processo di pianificazione strategica sia a livello corporate che di area di business, nonché all'analisi delle variabili da valutare nei percorsi di crescita dell'impresa. Attraverso lo studio di tali tematiche lo studente sarà in grado di comprendere il percorso che porta il management alla creazione di valore per l'impresa e gli stakeholder di riferimento. Capacità di applicare conoscenza e comprensione. L'insegnamento, mediante l'impiego di tecniche e metodologie gestionali (analisi di matrici strategiche, studio di diversi modelli di business, presentazione di casi aziendali, esercitazioni e verifiche in itinere), consente allo studente di applicare le conoscenze teoriche di base acquisite, in differenti contesti di settore e di individuare, a fronte delle criticità riscontrate, un metodo per la soluzione

delle problematiche d'impresa. **Autonomia di giudizio:** Lo studente, anche tramite il confronto con i casi di studio e la discussione nella aula virtuali in occasione delle video conferenze, potrà sviluppare la propria capacità di giudizio e di proposta in relazione all'analisi delle soluzioni che il manager e/o l'imprenditore intende prendere ai fini della sopravvivenza, gestione, crescita dell'impresa. **Abilità comunicative.** L'insegnamento intende attivare nello studente le necessarie capacità comunicative e comportamentali nell'espone le proprie idee e proposte, nonché le possibili soluzioni alle problematiche da affrontare. Lo sviluppo di tali abilità comunicative, è supportata dalla didattica interattiva (con la redazione di elaborati da parte dello studente e la conseguente correzione) e da momenti di videoconferenza programmati sulla base dello stato di avanzamento del programma. La stessa prova finale d'esame, nella modalità orale, è un momento utile per stimolare lo sviluppo delle abilità comunicative dello studente. **Capacità di apprendimento.** La capacità di apprendimento sarà stimolata mediante la somministrazione di esercitazioni operative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. Concorrono a sviluppare la capacità di apprendimento anche i supporti didattici integrativi (casi aziendali, esercitazioni scritte, momenti di aula virtuale), soprattutto per i risultati connessi alle capacità applicative.

### **MODALITÀ DI RACCORDO CON ALTRI INSEGNAMENTI**

/\*\*/

L'insegnamento si raccorda in particolare all'insegnamento di Economia Aziendale (SECS-P/07) e di Finanza Aziendale (SECS-P09).

Il raccordo avverrà tramite la preliminare condivisione del programma tra i docenti finalizzata ad evitare duplicazioni/sovrapposizioni del programma ed assicurare la completezza degli argomenti trattati.

### **MODALITÀ DI ESAME ED EVENTUALI VERIFICHE DI PROFITTO IN ITINERE**

/\*\*/

Lo studente per superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma. Per poter effettuare la prenotazione di esame lo studente deve aver seguito almeno l'80% delle video lezioni.

Il test finale si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte da redigere in 45 minuti.

Nel corso dell'anno sono previste almeno 4 sessioni di esami in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all'inizio dell'anno accademico.

Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alla gestione d'impresa ed alle scelte strategiche;
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano la valutazione rispetto a casi concreti;
- Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alla scelte da compiere ed alle soluzioni da proporre.

Gli esercizi e gli elaborati di Didattica Erogativa consentono invece di verificare i risultati di apprendimento raggiunti rispetto alle Abilità comunicative e alla Capacità di apprendimento.

## OBIETTIVI

/\*\*/

Obiettivo dell'insegnamento è fornire le conoscenze teoriche e gli strumenti tecnico-professionali per la gestione strategica ed operativa dell'impresa al fine di competere in un contesto ambientale e sociale sempre più complesso. Il programma consentirà allo studente di sviluppare le capacità necessarie all'interpretazione dei fenomeni aziendali declinati per aree funzionali e ad utilizzare i più diffusi strumenti inerenti i processi gestionali. In particolare, nella prima parte dell'insegnamento sono approfondite le conoscenze e competenze alla base del sistema impresa, dell'ambiente competitivo e dell'analisi di settore; nella seconda parte sono fornite le più significative tecniche e metodologie per applicare tali conoscenze, anche alla luce di un modello di business centrato sulle esigenze delle start up nell'ottica della sostenibilità.

## RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

/\*\*/

Conoscenza e capacità di comprensione. L'insegnamento intende fornire le conoscenze utili per comprendere la struttura ed il funzionamento del sistema impresa e per individuare i fenomeni critici del contesto ambientale e competitivo di riferimento.

Specifica attenzione è dedicata al processo di pianificazione strategica sia a livello corporate che di area di business, nonché all'analisi delle variabili da valutare nei percorsi di crescita dell'impresa. Attraverso lo studio di tali tematiche lo studente sarà in grado di comprendere il percorso che porta il management alla creazione di valore per l'impresa e gli stakeholder di riferimento. Capacità di applicare conoscenza e comprensione. L'insegnamento, mediante l'impiego di tecniche e metodologie gestionali (analisi di matrici strategiche, studio di diversi modelli di business, presentazione di casi aziendali, esercitazioni e verifiche in itinere), consente allo studente di applicare le conoscenze teoriche di base acquisite, in differenti contesti di settore e di individuare, a fronte delle criticità riscontrate, un metodo per la soluzione delle problematiche d'impresa. Autonomia di giudizio: Lo studente, anche tramite il confronto con i casi di studio e la discussione nella aula virtuale in occasione delle video conferenze, potrà sviluppare la propria capacità di giudizio e di proposta in relazione all'analisi delle soluzioni che il manager e/o l'imprenditore intende prendere ai fini della sopravvivenza, gestione, crescita dell'impresa. Abilità comunicative. L'insegnamento intende attivare nello studente le necessarie capacità comunicative e comportamentali nell'espone le proprie idee e proposte, nonché le possibili soluzioni alle problematiche da affrontare. Lo sviluppo di tali abilità comunicative, è supportata dalla didattica interattiva (con la redazione di elaborati da parte dello studente e la conseguente correzione) e da momenti di videoconferenza programmati sulla base dello stato di avanzamento del programma. La stessa prova finale d'esame, nella modalità orale, è un momento utile per stimolare lo sviluppo delle abilità comunicative dello studente. Capacità di apprendimento. La capacità di apprendimento sarà stimolata mediante la somministrazione di esercitazioni operative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. Concorrono a sviluppare la capacità di apprendimento anche i supporti didattici integrativi (casi aziendali, esercitazioni scritte, momenti di aula virtuale), soprattutto per i risultati connessi alle capacità applicative.

## MODALITÀ DI RACCORDO CON ALTRI INSEGNAMENTI

/\*\*/

L'insegnamento si raccorda in particolare all'insegnamento di Economia Aziendale (SECS-P/07) e di Finanza Aziendale (SECS-P09).

Il raccordo avverrà tramite la preliminare condivisione del programma tra i docenti finalizzata ad evitare duplicazioni/sovrapposizioni del programma ed assicurare la completezza degli argomenti trattati.

## MODALITÀ DI ESAME ED EVENTUALI VERIFICHE DI PROFITTO IN ITINERE

/\*\*/

Lo studente per superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma. Per poter effettuare la prenotazione di esame lo studente deve aver seguito almeno l'80% delle video lezioni.

Il test finale si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte da redigere in 45 minuti.

Nel corso dell'anno sono previste almeno 4 sessioni di esami in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all'inizio dell'anno accademico.

Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alla gestione d'impresa ed alle scelte strategiche;
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano la valutazione rispetto a casi concreti;
- Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alla scelte da compiere ed alle soluzioni da proporre.

Gli esercizi e gli elaborati di Didattica Erogativa consentono invece di verificare i risultati di apprendimento raggiunti rispetto alle Abilità comunicative e alla Capacità di apprendimento.

## AGENDA

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti:

L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette sia l'iscrizione ai corsi sia la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico, la comunicazione con il docente.

E' previsto un tutor che supporterà gli studenti durante il corso.

Attività di didattica erogativa (DE):

48 Videolezioni

Totale 48 ore

Attività di didattica interattiva (DI):

Redazione di un elaborato Partecipazione a una web conference Lettura area FAQ Svolgimento delle prove in itinere con feedback Svolgimento della simulazione del test finale

Totale 8 ore

Attività di autoapprendimento

144 ore per lo studio individuale

## **PROGRAMMA DIDATTICO**

1 - CONTESTO-MICRO E MACRO AMBIENTE

2 - RISORSE TANGIBILI E INTANGIBILI: IL CAPITALE SOCIALE

3 - SKILLS E COMPETENZE AL SERVIZIO DEL MANAGEMENT 4 - PROATTIVITÀ, REATTIVITÀ E VANTAGGIO COMPETITIVO 5 - DECISION-MAKING PROCESS E COMPITI DEL MANAGEMENT 6 - PROCESSO DECISIONALE PER LO SVILUPPO DELL'APPROCCIO DI MARKETING MANAGEMENT 7 - INNOVATION MANAGEMENT DEFINIZIONI E PUNTI CARDINE 8 - INNOVATION MANAGEMENT: PROBLEMI DI DEFINIZIONE 9 - MANAGEMENT INNOVATIVO. MODELLI DI INNOVAZIONE 10 - INNOVARE IL PROCESSO DI GESTIONE 11 - MANAGEMENT IN PRATICA APPLICAZIONI IN DIVERSI AMBITI 12 - GESTIONE D'IMPRESA: DIFFERENZE TRA PAESI 13 - IMPRENDITORIALITÀ: RINNOVARE GLI APPROCCI IMPRENDITORIALI 14 - GESTIONE D'IMPRESA E IMPRENDITORIALITÀ TECNOLOGICA 15 - GESTIONE D'IMPRESA E INNOVAZIONE DI PRODOTTO 16 - CASO STUDIO: MANAGEMENT E CSR 17 - CASO STUDIO: MANAGEMENT E SOSTENIBILITÀ IN TEMPI DI COVID19 18 - CASO STUDIO: KNOWLEDGE AND INNOVATION MANAGEMENT 19 - DALLA STRATEGIA ALLA TATTICA 20 - L'ANALISI STRATEGICA: CARATTERISTICHE E DEFINIZIONI 21 - LA PIANIFICAZIONE STRATEGICA 22 - GLI SCHEMI ORGANIZZATIVI 23 - LA PROGETTAZIONE ORGANIZZATIVA 24 - LA STRATEGIA CORPORATE 25 - CRESCITA: UN MOMENTO STRATEGICO 26 - FOCUS SULLA STRATEGIA DI DIVERSIFICAZIONE 27 - FOCUS SUL VANTAGGIO COMPETITIVO 28 - FATTORI CRITICI DI SUCCESSO E VANTAGGIO COMPETITIVO 29 - LE STRATEGIE COMPETITIVE 30 - LA CATENA DEL VALORE 31 - L'ANALISI DEI CONCORRENTI 32 - LA STRUTTURA DEL SETTORE 33 - LE BARRIERE ALL'ENTRATA E ALL'USCITA 34 - I MODELLI DI PORTAFOGLIO 35 - LE IMPLICAZIONI STRATEGICHE DELLE MATRICI 36 - IL PIANO DI MARKETING 37 - IL PIANO OPERATIVO 38 - LE FONTI FINANZIARIE 39 - IL SISTEMA DI CONTROLLO 40 - INDUSTRIA 4.0 41 - INNOVAZIONE E MODELLI DI BUSINESS EMERGENTI 42 - KNOWLEDGE MANAGEMENT E KNOWLEDGE SOCIETY 43 - SMART MANUFACTURING E SMART DESIGN 44 - LE ORGANIZZAZIONI ESPONENZIALI 45 - EVENT MANAGEMENT E EDUINFOTEINAMENT 46 - CUSTOMER KNOWLEDGE MANAGEMENT 47 - FASHION AND LUXURY MANAGEMENT 48 - CASO STUDIO LUXURY

Il programma può essere soggetto a modifiche da parte del docente