

ECONOMIA AZIENDALE (LB05)

(Lecce - Università degli Studi)

Insegnamento ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE

GenCod 02855

Docente titolare ALESSANDRO MARIA PELUSO

Insegnamento ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE

Insegnamento in inglese MANAGEMENT

Settore disciplinare

Corso di studi di riferimento ECONOMIA AZIENDALE

Tipo corso di studi Laurea

Crediti 8.0

Ripartizione oraria Ore Attività frontale: 64.0

Per immatricolati nel 2020/2021

Erogato nel 2021/2022

Anno di corso 2

Lingua ITALIANO

Percorso PERCORSO COMUNE

Sede Lecce

Periodo Primo Semestre

Tipo esame Orale

Valutazione Voto Finale

Orario dell'insegnamento

<https://easyroom.unisalento.it/Orario>

BREVE DESCRIZIONE DEL CORSO

Il corso di *Economia e Gestione delle Imprese (M-Z)* si propone di fornire gli strumenti teorici ed operativi della disciplina, al fine di mettere gli studenti nella condizione di seguire i mutamenti introdotti dall'economia emergente per competere convenientemente sul mercato. È infatti evidente come l'*information technology* stia trasformando le relazioni tra imprese, clienti e fornitori, come pure le dinamiche concorrenziali di mercato. La competitività strutturale dell'ambiente non solo tende a modificare le basi tecnologiche delle imprese, ma cambia profondamente i rapporti tra gli attori di mercato ed il modo stesso di fare impresa.

L'esposizione della materia segue un proprio modello teorico, secondo il quale l'impresa, parte integrante del suo settore d'appartenenza, esercita le proprie caratteristiche funzioni nell'ottica di un approccio strategico finalizzato alla creazione di valore. Il corso si articola in due parti: una *prima parte* verte sui concetti-base di impresa, settore, produzione e logistica; mentre la *seconda parte* introduce i principi di marketing, controllo economico-finanziario dell'impresa, strategia competitiva e creazione di valore. Il corso prevede anche il coinvolgimento degli studenti in applicazioni pratiche dei concetti, sotto forma di casi di studio e lavori di gruppo.

PREREQUISITI

Nessuno

OBIETTIVI FORMATIVI

Gli studenti acquisiranno le conoscenze disciplinari di base e i principali strumenti teorici e operativi per: a) analizzare l'ambiente di riferimento e la situazione attuale dell'impresa; b) pianificare strategie a vari livelli (*corporate, business unit* e funzionale) e c) valutarne l'efficacia.

Risultati attesi secondo i descrittori di Dublino

Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding): Le conoscenze e le abilità acquisite saranno utili per la formazione di manager e professionisti in grado di elaborare *business plans*, nonché di implementare e valutare strategie aziendali in generale.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding): In termini di capacità di applicazione delle conoscenze e comprensione, gli studenti saranno in grado di analizzare le imprese e le loro potenzialità di crescita e sviluppo in un'ottica strategica.

Autonomia di giudizio (making judgments): Relativamente a questa abilità, gli studenti saranno capaci di valutare in autonomia l'adeguatezza di una strategia aziendale e di un *business plan* nelle sue diverse parti.

Abilità comunicative (communication skills): Per quanto concerne questo tipo di abilità, gli studenti sapranno padroneggiare la terminologia tecnica propria della disciplina e saranno in grado di elaborare modelli, schemi e testi di sintesi descrittivi di strategie e piani d'azione.

Abilità di apprendimento (learning skills): Riguardo a questa abilità, gli studenti saranno in grado di acquisire gli elementi teorici e pratici di base della disciplina e sapranno approfondire argomenti specifici in autonomia.

Per quanto riguarda le *competenze trasversali (soft skills)*, a fine corso gli studenti avranno la capacità di: a) applicare quanto appreso a situazioni reali; b) formulare giudizi in autonomia (ad esempio, in merito all'efficacia di una strategia); c) lavorare in gruppo, sapendosi coordinare con altri e integrandone le competenze, al fine di risolvere congiuntamente problemi concreti; d) generare idee di business e sviluppare strategie, progettandone e organizzandone la realizzazione.

METODI DIDATTICI

Lezioni frontali, con discussione di casi pratici, attività seminariale, esercitazioni individuali e/o di gruppo.

MODALITA' D'ESAME

L'esame finale consisterà di *due prove scritte*, ognuna della durata di 45 minuti, contenenti ciascuna fino a sei domande aperte sul programma. Questa modalità d'esame consentirà agli studenti di dimostrare le conoscenze disciplinari e le competenze acquisite, argomentandole in modo schematico e strutturato. In particolare:

- la **Prima Prova Scritta** verterà sulla *Prima Parte* del programma, corrispondente ai primi quattro capitoli del testo di riferimento (Capp. 1-4), mentre
- la **Seconda Prova Scritta** verterà sulla *Seconda Parte* del programma, corrispondente ai restanti quattro capitoli del testo di riferimento (Capp. 5-8).

Le due prove scritte potranno essere svolte senza ordine di precedenza anche in appelli e sessione d'esame distinte. Il voto finale (espresso in 30esimi) sarà dato dalla media aritmetica dei voti (anche essi espressi in 30esimi) ottenuti sulle due prove. A questo voto finale potranno essere aggiunti dei *bonus di punteggio* per gli studenti che partecipano, su base volontaria e facoltativa, ad altre attività didattiche e di ricerca della Cattedra. In particolare, è previsto un *superbonus* fino a 4 punti, da aggiungere al voto finale, che potrà essere ottenuto partecipando al lavoro di gruppo. Esso riguarderà lo sviluppo di un *business plan* (secondo le indicazioni fornite a lezione) che permetterà agli studenti di applicare le nozioni apprese durante le lezioni frontali a un caso reale liberamente scelto.

Nota #1: Non sono previste differenze nelle modalità d'esame tra *studenti frequentanti* e *studenti non frequentanti*.

Nota #2: Un prototipo di prova d'esame sarà messo a disposizione di tutti gli studenti sulla piattaforma online di Ateneo <https://elearning.unisalento.it/>.

Nota #3: Gli studenti disabili e/o con DSA che intendono usufruire di un intervento individualizzato per lo svolgimento della prova d'esame devono contattare l'Ufficio Disabili dell'Università del Salento all'indirizzo paola.martino@unisalento.it.

APPELLI D'ESAME

Da definire

Modalità di prenotazione dell'esame

Calendario delle lezioni

Le lezioni cominceranno mercoledì 15 settembre 2021 e proseguiranno secondo il seguente calendario:

- Lunedì, h. 14:00 – 16:00 (Aula E11)
- Martedì, h. 11:00 – 13:00 (Aula E11)
- Mercoledì, h. 9:00 – 11:00 (Aula E11)

Ricevimento studenti

A partire dal 15 settembre 2021, il ricevimento degli studenti è fissato al mercoledì dalle ore 11:00 alle ore 13:00. Esso si svolgerà nell'ufficio del Docente presso il Dipartimento di Scienze dell'Economia, al 2° piano della Palazzina C del Complesso Ecotekne. Tuttavia, su richiesta e previo appuntamento, è possibile incontrare il Docente anche da remoto, tramite la piattaforma *Teams* di Microsoft oppure via *Skype*.

Modalità di prenotazione dell'esame

Gli studenti possono prenotarsi per l'esame finale esclusivamente tramite la piattaforma *studenti.unisalento.it*.

L'insegnamento si articola nelle seguenti due parti:

Parte Prima

1. L'Organizzazione dell'Impresa: 1.1 L'impresa; 1.1.1 *Le teorie d'impresa*; 1.1.2 *Le forme d'impresa*. 1.2 Il rapporto impresa-ambiente; 1.2.1 *Ambiente verso mercato*; 1.2.2 *Il rischio d'impresa*; 1.3 La funzione imprenditoriale; 1.3.1 *L'imprenditore*; 1.3.2 *La gestione dell'impresa*; 1.3.3 *Il sistema informativo aziendale*; 1.3.4 *Il processo decisionale*; 1.3.5 *I criteri decisionali*. 1.4 Le forme organizzative; 1.4.1 *L'evoluzione storica delle soluzioni organizzative*; 1.4.2 *La progettazione organizzativa*; 1.4.3 *La scelta dell'organizzazione*. 1.5 Le risorse umane; 1.5.1 *Le relazioni industriali*; 1.5.2 *La conduzione del personale*.

2. L'Analisi di Settore: 2.1 Il settore industriale; 2.1.1 *I modelli della micro-economia*; 2.1.2 *L'analisi operativa del settore*. 2.2 La domanda; 2.2.1 *La previsione della domanda del settore*; 2.2.2 *La previsione della domanda dell'impresa*. 2.3 L'offerta; 2.3.1 *I confini settoriali*; 2.3.2 *La differenziazione*; 2.3.3 *Le barriere all'entrata*; 2.3.4 *La concentrazione*; 2.3.5 *Le economie di scala*; 2.3.6 *L'integrazione verticale*; 2.3.7 *Il decentramento*; 2.3.8 *La diversificazione*. 2.4 Il ciclo di trasformazione del settore. 2.5. Il sistema industriale italiano.

3. La Progettazione e la Gestione della Produzione: 3.1 Il sistema produttivo; 3.1.1 *La combinazione produttiva*; 3.1.2 *Le tipologie dei processi produttivi*; 3.1.3 *I cicli di lavorazione*; 3.1.4 *La flessibilità produttiva*. 3.2 La progettazione del sistema produttivo; 3.2.1 *La scelta dell'impianto*; 3.2.2 *Il dimensionamento della capacità produttiva*; 3.2.3 *La disposizione del layout*; 3.2.4 *Il rapporto tra flessibilità e automazione*; 3.2.5 *L'innovazione tecnologica*; 3.2.6 *L'organizzazione del lavoro in fabbrica*. 3.3 La programmazione e il controllo della produzione; 3.3.1 *I criteri di gestione dei flussi*; 3.3.2 *Il controllo della produzione*; 3.3.3 *La qualità*; 3.3.4 *La produzione di servizi*. 3.4. L'evoluzione dei paradigmi di produzione nei paesi occidentali.

4. La Logistica in Entrata e in Uscita: 4.1 La logistica integrata. 4.2 Gli approvvigionamenti; 4.2.1 *Il mercato della fornitura*; 4.2.2 *Il marketing d'acquisto*; 4.2.3 *La gestione del magazzino*; 4.2.4 *La classificazione e i costi delle scorte*; 4.2.5 *I metodi di gestione delle scorte*. 4.3 La distribuzione; 4.3.1 *La distribuzione commerciale*; 4.3.2 *La politica distributiva*; 4.3.3 *I rapporti concorrenziali tra imprese commerciali*; 4.3.4 *I rapporti tra industria e distribuzione*. 4.4: Il sistema distributivo italiano.

Parte Seconda

5. Il Marketing Strategico e lo Sviluppo Internazionale: 5.1 La gestione del marketing. 5.2 L'analisi del mercato; 5.2.1 *L'analisi della concorrenza*; 5.2.2 *Il comportamento del consumatore*; 5.2.3 *La segmentazione del mercato*; 5.2.4 *Il posizionamento del prodotto*; 5.2.5 *Il marketing industriale*. 5.3 La definizione del marketing mix; 5.3.1 *La politica di prodotto*; 5.3.2 *La politica di prezzo*; 5.3.3 *La politica di comunicazione*. 5.4 L'espansione all'estero; 5.4.1 *La scelta dei mercati esteri*; 5.4.2 *Le strategie d'entrata*; 5.4.3 *I canali d'entrata*; 5.4.4 *Il marketing internazionale*.

6. La Finanza e il Controllo Economico-Finanziario: 6.1 La gestione finanziaria; 6.1.1 *La previsione del fabbisogno finanziario*; 6.1.2 *La definizione della struttura finanziaria*; 6.1.3 *La valutazione degli investimenti*; 6.1.4 *La gestione del capitale circolante*. 6.2 Il controllo economico-finanziario; 6.2.1 *Le analisi prospettiche*; 6.2.2 *Le analisi dei flussi*; 6.2.3 *L'analisi di bilancio*; 6.2.4 *L'analisi dei costi*. 6.3. Forme tecniche di finanziamento.

7. La Strategia Competitiva: 7.1 Gli elementi della strategia; 7.1.1 *L'ambito strategico*; 7.1.2 *Il soggetto strategico*; 7.1.3 *L'oggetto strategico*; 7.1.4 *Le risorse strategiche*. 7.2 La determinazione della strategia; 7.2.1 *L'analisi strategica*; 7.2.2 *L'analisi del portafoglio delle attività*; 7.2.3 *Il confronto competitivo*. 7.3 La pianificazione strategica; 7.3.1 *La pianificazione pluriennale*; 7.3.2 *La*

programmazione aziendale; 7.3.3 Il controllo direzionale.

8. Il Valore dell'Impresa nel Mercato Finanziario: 8.1 La creazione del valore; 8.1.1 *I principi della creazione del valore*; 8.1.2 *La valutazione dell'impresa*; 8.1.3 *La valutazione con operazioni di finanza straordinaria*; 8.1.4 *La diffusione del valore*; 8.1.5 *La crisi d'impresa*. 8.2 Il funzionamento del mercato finanziario; 8.2.1 *L'organizzazione del mercato finanziario*; 8.2.2 *La valutazione dei titoli azionari*; 8.2.3 *La teoria del portafoglio*; 8.2.4 *I modelli sulla formazione dei prezzi d'equilibrio*.

TESTI DI RIFERIMENTO

– Guido G. (2013), *Economia e gestione delle imprese: principi, schemi, modelli*, Milano: Franco Angeli (integralmente). Il testo comprende anche il seguente volume: Guido G. (2013), *Guida alla lettura del testo Economia e gestione delle imprese* (questo volume è accluso e compreso nel prezzo della nuova edizione del manuale e comprende gli schemi riassuntivi del testo).

– Alcuni materiali didattici (come esercizi svolti, link, video, articoli, ecc.) saranno messi a disposizione degli studenti tramite la piattaforma online d'Ateneo <https://elearning.unisalento.it/>.