

SYLLABUS A.A. 2012-13

Dipartimento Economia e Impresa

Denominazione del Corso di laurea: Economia Aziendale

Denominazione dell'insegnamento: Economia e Gestione delle Imprese

Nome e qualifica del docente: Corso B - Prof. Rosario Faraci (PO)

Orario di ricevimento: Prof. R. Faraci, Mercoledì h.10.30-12.30 (durante il I semestre, in concidenza con le lezioni, su appuntamento)

Luogo di ricevimento (indicare numero di stanza e piano): Prof. R. Faraci, stanza 14, III piano (tel.095 7537616)

Tipologia dell'attività formativa di riferimento: disciplina di base

Settore scientifico di riferimento: SECS/P08; **Codice insegnamento:**

Anno di corso: II; **Semestre:** I

Numero totale di crediti (n° moduli) : 9 (3); **Carico di lavoro globale (espresso in ore):** 225 (1 CFU = 25 ore)

Numero di ore da attribuire a lezioni frontali e studio individuale: lezioni frontali: 60 ore; studio individuale: 165 ore.

Organizzazione della didattica: lezioni

Modalità di erogazione lezioni frontali, analisi di *case studies*, analisi di database, lettura ed analisi di articoli e brevi testi, testimonianze in aula di imprenditori, manager e rappresentanti istituzionali, discussione guidata in aula e sul blog, svolgimento in aula di esercitazioni e prove di verifica dell'apprendimento (*class e home assignments*)

Modalità di frequenza: frequenza tri-settimanale alle lezioni in aula tenute dal docente; partecipazione ad eventuali attività integrative e/o ausiliarie della didattica; partecipazione a seminari professionalizzanti approvati dal consiglio del corso di studi.

Obiettivi formativi generali dell'insegnamento in termini di risultati di apprendimento attesi (max 1.000 caratteri per ciascun descrittore):

1. Conoscenza e capacità di comprensione (*knowledge and understanding*). L'insegnamento è diretto a trasmettere i principali elementi di conoscenza e comprensione del sistema d'impresa, con particolare riferimento alle scelte riguardanti business idea e business model, assetti di governance ed organizzativi, posizionamento nel settore, modalità competitive e le decisioni inerenti il portafoglio di attività aziendali. Obiettivo principale è favorire la comprensione sia dell'ambiente di riferimento delle imprese (ambiente generale ed ambiente competitivo) sia delle logiche e degli strumenti impiegati da imprenditori e manager per garantire all'impresa crescenti livelli di competitività.

2. Capacità di applicare conoscenza e comprensione (*applying knowledge and understanding*). L'insegnamento privilegia un approccio induttivo, partendo da esperienze vissute ed esempi concreti (*case studies*) inerenti il funzionamento delle imprese, per muovere successivamente verso la definizione delle categorie concettuali di riferimento, di cui lo studente acquisirà rapidamente capacità di declinarne l'impiego in contesti settoriali e ambiti aziendali diversi. Il principale "luogo" deputato allo sviluppo di tali capacità è l'Aula attraverso la lezione predisposta del docente, organizzata per profili tematici diversi e gestita in modo interattivo, non esclusivamente per mezzo di attività frontale. Attraverso lo svolgimento di tesine e relazioni (in aula e a casa: *class e home assignments*), lo studente affinerà progressivamente la capacità di applicazione della conoscenza e la comprensione del settore e delle principali scelte strategiche aziendali. La predisposizione e successiva presentazione di lavori in piccoli gruppi, nonché la partecipazione ad attività seminariali integrative, consentiranno di comprendere, anche attraverso la simulazione, la varietà di contesti e situazioni in cui operano le imprese.

3. Autonomia di giudizio (*making judgements*). Per la natura prevalentemente descrittiva dell'insegnamento, e considerata la prevalenza di modelli interpretativi, più che di schemi teorici, per l'apprendimento della disciplina, lo studente sarà costantemente posto nelle condizioni, da un lato, di valutare le caratteristiche strutturali e le dinamiche competitive dei settori in cui operano le imprese e, dall'altro lato, di comprendere e giudicare la natura e la coerenza delle scelte effettuate da imprenditori e manager rispetto sia alle modalità competitive prescelte che alla composizione del portafoglio di attività aziendali.

4. Abilità comunicative (*communication skills*). Gli studenti saranno capaci di comunicare, sia in forma scritta che orale, i contenuti disciplinari dell'insegnamento, dimostrando sia capacità di comprensione che autonomia di giudizio. Sono previste in aula attività dirette a facilitare il conseguimento di tali abilità comunicative: svolgimento di tesine e stesura di brevi relazioni per affinare la capacità di comunicazione scritta; interventi al dibattito e presentazioni di lavori individuali e di gruppo per migliorare le abilità comunicative orali. Inoltre, il ricorso a strumenti ausiliari ed integrativi della didattica, come l'accesso al sito web, le discussioni guidate sul blog o la partecipazione ad attività svolte in collaborazione col mondo del lavoro, permetterà di sviluppare ulteriori abilità comunicative, più funzionali ai moderni canoni del linguaggio multimediale ed interattivo.

5. Capacità di apprendimento (*learning skills*). L'apprendimento dell'insegnamento è graduale ed è favorito inizialmente dal ricorso ad esperienze ed esempi tratti dalla realtà aziendali, dal successivo richiamo dei principali modelli interpretativi elaborati dagli studiosi di management ed infine dall'applicazione di tali modelli ad un'ampia varietà di casi, la cui scelta è affidata autonomamente allo studente. La predisposizione di lavori svolti in piccoli gruppi, sotto la supervisione del docente, facilita ulteriormente il processo di apprendimento.

Propedeuticità: Nessuna

Programma dell'insegnamento (max 400 caratteri):

Il corso di Economia e Gestione delle Imprese affronta le principali categorie concettuali nell'ambito economico-manageriale, le logiche di base e gli strumenti relativi alla gestione delle imprese, con particolare riferimento a: business idea, business model, strategia, analisi dell'ambiente competitivo e dei differenziali di competitività, governance e finalità d'impresa, innovazione tecnologica e percorsi di crescita delle imprese da mono-business a multi-business.

Testi di riferimento:

- Grant R.M., *L'Analisi strategica per le decisioni aziendali*, Il Mulino, Bologna, 2011 (quarta edizione italiana)
- *Dispensa a cura del docente* disponibile sul sito web www.economiaegestione.it

I MODULO (3 CFU): Gestione strategica dell'impresa e analisi di settore

Descrizione del programma (max 500 caratteri)

Obiettivo del primo modulo è l'approfondimento delle tematiche relative all'analisi dell'impresa, agli attori, al rapporto impresa-ambiente e alle problematiche connesse alla gestione strategica delle imprese. Il modulo introduce i principali aspetti teorici del sistema impresa con particolare riguardo alle funzioni ed alle finalità imprenditoriali, analizza le logiche alla base della "corporate governance", intesa come la gestione e il coordinamento degli interessi e delle relazioni fra tutti gli *stakeholder*, non solo azionisti e management, ma anche dipendenti, clienti, comunità sociale (teoria degli stakeholder, teoria dell'agenzia), individua gli strumenti interni ed esterni, nonché i sistemi di governance dei principali Paesi e propone le principali soluzioni di progettazione organizzative che vengono adottate nelle imprese industriali. Il modulo, infine, approfondisce le caratteristiche strutturali dei settori, tra cui la concentrazione e le barriere competitive, la business idea ed i fattori di diversità tra le imprese che possono incidere sull'acquisizione e mantenimento del vantaggio competitivo.

Testi di riferimento:

- Grant R.M., *L'Analisi strategica per le decisioni aziendali*, Il Mulino, Bologna, 2011, Cap. 1, 2,3,4, 5,6, 7 e 8
- *Dispensa a cura del docente* disponibile sul sito web www.economiaegestione.it

II MODULO (3 CFU): Vantaggio competitivo e strategie di business

Descrizione del programma (max 500 caratteri)

Il secondo modulo si propone l'approfondimento delle tematiche relative alla natura e alle fonti del vantaggio competitivo. Saranno affrontati analiticamente i differenziali di competitività, tra cui le economie di scala, scopo, apprendimento, esterne, i distretti industriali ed i decentramenti produttivi. Attenzione particolare è rivolta all'analisi della catena ed al sistema del valore, al ruolo delle risorse e competenze dell'impresa, alla gestione della conoscenza per l'innovazione tecnologica ed alle implicazioni sulle diverse scelte strategiche perseguibili dalle imprese monobusiness (*business process reengineering, outsourcing, disinvestimento*). Infine, il modulo affronta le strategie competitive generiche (single-business), leadership di costo e differenziazione, in diversi contesti competitivi.

Testi di riferimento:

- Grant R.M., *L'Analisi strategica per le decisioni aziendali*, Il Mulino, Bologna, 2011, Cap. 9,10,11, 12 e 13

III MODULO (3 CFU): Strategie di Corporate

Descrizione del programma (max 500 caratteri)

Il terzo modulo affronta le scelte strategiche di corporate approfondendo, in particolare, le opzioni di sviluppo strategico di tipo orizzontale e verticale, di integrazione verticale, parziale, quasi integrazione e di diversificazione nelle imprese monobusiness, le scelte di internazionalizzazione delle imprese e gli accordi di collaborazione nelle forme di joint venture, franchising, partnership tecnologiche. Il modulo approfondisce altresì la relazione tra etica, economia ed impresa quali scelte corporate per lo sviluppo dell'impresa nel tempo

Testi di riferimento:

- Grant R.M., *L'Analisi strategica per le decisioni aziendali*, Il Mulino, Bologna, 2011, Cap. 14,15, 16,17 e 18.

Metodi didattici: lezioni frontali con uso di *slides*, discussioni in aula, testimonianze in aula, esercitazioni in aula aventi ad oggetto casi studio e report di settori, prove in itinere dirette a verificare i risultati dell'apprendimento (*class e home assignments*).

Verifica della preparazione:

Tende ad accertare il raggiungimento degli obiettivi formativi e si svolge attraverso

- **prova scritta:** si (tema, *assignment*, quesiti a risposta aperta, test a risposte multiple, *case studies* ed applicazioni pratiche)
- **prova orale:** si, complementare allo scritto.

La valutazione finale espressa in trentesimi verrà effettuata assegnando un punteggio parziale ai seguenti criteri:

- conoscenza del tema assegnato,
- appropriatezza del linguaggio tecnico,
- pertinenza delle risposte rispetto ai quesiti formulati,
- capacità di raccordo fra il tema discusso ed altri temi inerenti il programma,
- capacità logica di argomentare il tema assegnato,
- capacità di contestualizzare il tema con esempi pratici desunti dalla realtà aziendale, partecipazione attiva in aula.

Modalità e tempi di accesso alle prove scritte:

Per i frequentanti ammessi è prevista una prova scritta a fine corso; mentre per i non frequentanti ad ogni appello previa prenotazione.

Dati statistici sulle votazioni d'esame conseguite dagli studenti: ----

Note: ---