



ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE M - Z

SECS-P/08 - 9 CFU - 1° semestre

Docente titolare dell'insegnamento

ROSARIO FRANCESCO ANTONIO FARACI

Email: faraci@unict.it

Edificio / Indirizzo: 95129 Catania - Corso Italia, 55 - Palazzo delle Scienze, stanza 4 III piano

Telefono: +390957537616

Orario ricevimento: Mercoledì 10.30-12.30. Su appuntamento con richiesta di incontro via mail.
Consultare sezione Avvisi nella pagina del docente sul sito del Dipartimento

OBIETTIVI FORMATIVI

Obiettivi formativi

Lo studente sarà in grado di acquisire e/o perfezionare almeno cinque delle **competenze chiave** dell'Unione Europea per l'apprendimento permanente, e più esattamente:

- (a) Imparare ad imparare
- (b) Competenza digitale
- (c) Spirito di iniziativa e imprenditorialità
- (d) Competenze sociali e civiche
- (e) Consapevolezza ed espressione culturale

Lo studente, in particolare, sarà capace di:

- cogliere analogie e differenze fra le diverse tipologie di impresa;
- comprendere il valore sociale del "fare impresa" nel territorio di riferimento e a livello Paese, anche nelle fasi di avvio cosiddette di start up;
- determinare il peso delle diverse capacità imprenditoriali, manageriali ed interpretative del contesto, necessarie per "fare impresa";
- individuare relazioni fra i concetti di governance, di innovazione e di competitività ai fini dello sviluppo economico sostenibile, intelligente ed inclusivo (come da raccomandazioni delle Nazioni Unite nel documento *Agenda 2030* e dell'Unione Europea nel documento *Strategia Europa 2020*);
- analizzare correttamente situazioni problematiche e criticità a livello aziendale nei diversi stadi di sviluppo dell'impresa e nei diversi contesti di operatività;
- comprendere il sistema di decisioni aziendali, tanto a livello strategico quanto a livello organizzativo;
- individuare strategie nell'ambito dei processi manifatturieri, di gestione del mercato e del cliente, di service management e finanziari.

Con particolare riferimento alle competenze chiave, lo studente sarà posto nelle condizioni di imparare ad imparare (a), in particolare come individuare correttamente le relazioni intercorrenti fra impresa ed ambiente competitivo, sapendo distinguere *la prospettiva dell'offerta* (impresa, business, settore) da *quella della domanda* (cliente, mercato finale ed intermedio). Inoltre, imparerà progressivamente a comprendere le logiche di funzionamento dell'impresa (a), a partire dall'esperienza dei lavori di gruppo dove dimostrerà di interagire con i propri colleghi e a sperimentare tutte le dinamiche di *team building and enhancing*, che sviluppano le competenze sociali e civiche (d). Affinerà l'uso degli strumenti digitali e l'impiego del web e dei social media ai fini dell'apprendimento per attivare i vari processi precedentemente elencati, sviluppando così la competenza digitale (b). Sarà capace in modo responsabile di concepire e gestire sia autonomamente che in piccoli gruppi un progetto di "impresa simulata", sviluppando spirito di iniziativa e di imprenditorialità (c). Inoltre, interagendo in aula col docente, i colleghi e i testimonial invitati a partecipare, sarà in grado di partecipare in maniera efficace e costruttiva alla vita sociale e lavorativa e di impegnarsi nella partecipazione attiva e democratica, soprattutto in contesti di società oggi sempre più differenziati; ne risulteranno potenziate ulteriormente le competenze sociali e civiche (a). Infine, sarà posto nelle condizioni di apprezzare l'importanza creativa di idee, esperienze ed emozioni espresse tramite una varietà di strumenti anche multimediali, sviluppando in tal modo la competenza di consapevolezza ed espressione culturale (e).

Obiettivi specifici di apprendimento

Gli obiettivi sono riconducibili ai cinque descrittori di Dublino, ovvero:

- conoscenza e capacità di comprensione (*knowledge and understanding*): dell'impresa e delle sue diverse forme, del contesto in cui opera (settore, mercato, business), delle capacità delle persone (manageriali, imprenditoriali ed interpretative del contesto), dei processi aziendali di primo livello (governance, innovazione e sviluppo, sostenibilità), di secondo livello (strategia ed organizzazione) e di terzo livello (processi di marketing, manifatturieri, service management e finanziari), del significato di competitività.
- applicazione pratica di conoscenza e capacità di comprensione (*applying knowledge and understanding*): con particolare riferimento all'impiego degli strumenti di analisi dei fenomeni aziendali e del "fare impresa" (swot analysis; business idea; catena del valore aziendale; business model canvas e sue varianti; analisi del business e modelli interpretativi delle dinamiche di settore; matrici interpretative delle strategie aziendali; organigrammi e modelli organizzativi d'impresa; strumenti di valutazione dei processi manifatturieri, finanziari e di marketing; interpretazione e soluzione a casi aziendali, anche simulati).
- autonomia di giudizio (*making judgements*): con particolare riferimento alle attività, in aula (*class assignments*) e a casa (*home assignments*), in cui lo studente sarà posto nelle condizioni di valutare, in modo critico, la natura dei processi aziendali, le sottostanti scelte, i vincoli alle decisioni, l'impatto previsto, e le condizioni organizzative ed operative per allineare risultati attesi ad obiettivi programmati.
- abilità comunicative (*communication skills*): con riferimento a tutte le attività (assignments a casa ed in aula, prove di valutazione intermedia e finale, presentazioni dei lavori di gruppo in aula) dove lo studente sarà chiamato, sia per iscritto che in modalità orale, ad illustrare, discutere criticamente e "difendere" (nell'accezione della "defense" tipica delle tesi di dottorato) il lavoro svolto
- capacità di apprendere da soli (*learning skills*): in particolare, con riferimento all'impostazione di un progetto di impresa simulata, di cui lo studente, sia individualmente che in gruppo, dovrà dimostrare la capacità di concepirlo, definirlo, affinarlo e controllarlo strada facendo.

In sintesi, i cinque obiettivi di apprendimento sono sommariamente riconducibili a due grandi **categorie**:

Conoscenze (fatti, principi, teorie e pratiche relativi alla disciplina di economia e gestione delle imprese): Significato del "fare impresa", principi di management, modelli interpretativi e framework concettuale "Capacità-Processi-Competitività"; Capacità imprenditoriali e manageriali, individuali e collettive; Capacità interpretative del contesto competitivo in cui operano le imprese; Corporate Governance, assetti proprietari e di management declinati nelle varie tipologie di impresa; Sviluppo d'impresa e modelli di Innovazione chiusa ed aperta; Imprenditorialità e Sostenibilità dei modelli di business; Strategie a livello business, a livello corporate e modalità di definizione (*strategy formulation*) e di attuazione (*strategy implementation*); Principi di organizzazione aziendale (*organizational theory*) ed elementi di comportamento organizzativo e gestione delle risorse umane (*organizational behavior*); Principi di marketing nell'ottica della gestione del mercato e del cliente; Caratteristiche dei processi manifatturieri e di service management; Elementi di finanza aziendale; Competitività a livello di impresa (indicatori e determinanti) e modelli di business.

Abilità (capacità di applicare conoscenze e di utilizzare il know-how per portare a termine compiti e risolvere problemi) sia di tipo cognitivo (uso del pensiero logico, intuitivo e creativo) sia di tipo pratico (abilità manuale, uso di metodi, materiali e strumenti): valutazione della business idea e dei punti di forza e di debolezza di un'impresa attraverso la swot analysis; capacità di posizionare un'impresa nel contesto competitivo in cui opera o potrebbe operare attraverso gli schemi interpretativi dell'analisi del business e di settore; utilizzazione delle tecniche di business modeling e del business model canvas a fini interpretativi e valutativi della competitività di un'impresa, anche nella fase di start up; comprensione dei processi di governance e di sviluppo ed innovazione nonché dei principali processi strategici, organizzativi ed operativi anche attraverso la simulazione di situazioni reali; valutazione dei drivers di competitività aziendale secondo lo schema interpretativo Capacità-Processi-Competitività e l'impiego di un'ampia batteria di indicatori di competitività; capacità di ideare, concepire, redigere, controllare e comunicare all'esterno un progetto imprenditoriale sia per una start up che per un'impresa esistente.

MODALITÀ DI SVOLGIMENTO DELL'INSEGNAMENTO

A partire dall'a.a. 2010-11 in cui è stata sperimentata la formula della "didattica immersiva", il corso è organizzato in modalità interattiva a partire dalla "lecture" tenuta in aula dal docente. Il tema della lezione è conosciuto in anticipo dagli studenti che potranno autonomamente approfondirlo con l'ausilio di materiali disponibili sul web (Youtube, sito del corso, pagina FB, gruppo chiuso su FB). La "lecture" del docente richiama in aula i concetti già appresi in via autonoma dallo studente, li approfondisce con esempi pratici e li affronta criticamente attraverso discussioni guidate, discussioni aperte o piccoli assignment da svolgersi durante la lezione. Saltuariamente, sono invitati in aula testimonial provenienti dalle aziende, start up o dal mondo delle professioni. Lo studio individuale dello studente è monitorato costantemente attraverso la somministrazione di assignments e altre prove che aiutano il discente ad acquisire familiarità con i contenuti e il metodo della prova intermedia (*mid-term exam*) e della prova finale (*final exam*). Per i frequentanti che partecipano ai lavori di gruppo sull'impresa simulata, ovvero su un progetto di start up o di una impresa esistente, sono facilitate, oltre al *team building* e alla *team cohesiveness*, anche le attività di presentazione (*pitch*) dei progetti in aula.

PREREQUISITI RICHIESTI

Pur non essendo prevista alcuna propedeuticità formale per la frequenza al corso e la preparazione agli esami, si presuppone che gli studenti frequentanti Economia e Gestione delle Imprese abbiano acquisito

durante il primo anno adeguate conoscenze di Economia Aziendale e di Contabilità e Bilancio nonché di Istituzioni di Economia (soprattutto nella parte di Microeconomia riguardante la teoria dell'impresa).

FREQUENZA LEZIONI

Pur non essendo obbligatoria, la frequenza al corso è vivamente consigliata e in modo continuativo, tenuto conto della modalità sperimentale con cui di norma si svolgono le attività didattiche, ispirate a partire dal 2010 all'innovativo progetto culturale di "[Università Capovolta](#)" che assegna all'aula - durante il ciclo di lezioni tenute dal docente - il ruolo di **principale ambiente di apprendimento** delle conoscenze, delle abilità e delle competenze, ad integrazione di un percorso didattico che considera altrettanto importanti **ulteriori ambienti di apprendimento**, quali i contesti delle visite aziendali esterne, ove possibili in base al numero dei partecipanti; del confronto in aula con imprenditori, professionisti e manager; del web come spazio di auto-apprendimento e di apprendimento guidato; dello studio individuale a casa o in aula-studio; dei lavori di gruppo, facilitati in aula e svolti al di fuori di essa, che sono preliminari alla presentazione in classe dei risultati di un progetto.

Per quanto possibile, la modalità di *flipped classroom*, che viene sperimentata parzialmente durante il corso mediante il ricorso a materiali audiovideo, consente anche ai non frequentanti in modo assiduo di "tenere il passo" col resto dell'aula durante il semestre in cui si tengono le lezioni.

Per ulteriori informazioni, si può consultare la pagina del sito del corso

CONTENUTI DEL CORSO

1. Capacità, Processi e Competitività
2. Capacità imprenditoriali e capacità manageriali
3. Capacità interpretative del contesto competitivo
4. Processi di Corporate Governance
5. Processi di Sviluppo e Innovazione
6. Processi imprenditoriali e sostenibilità
7. Processi strategici e le strategie di business
8. Processi strategici e le strategie corporate
9. Processi di natura organizzativa
10. Processi di gestione del cliente e del mercato
11. Processi manifatturieri
12. Processi di service management
13. Processi finanziari
14. Competitività aziendale e modelli di business
15. "Business Project" (relativo ad una start up o ad un'impresa esistente)

TESTI DI RIFERIMENTO

- Daniela Baglieri, Giovanni Battista Dagnino, Rosario Faraci, Economia e Gestione delle Imprese, Isedi, Novara, 2013, pp.1-421
- Eserciziario: vedi link al sito del corso

- Domande di fine capitolo: vedi link al sito del corso
- Inoltre è consigliabile consultare la sezione Videolezioni e Audiovideo del sito del corso
- Sito del corso: www.economiaegestione.it

PROGRAMMAZIONE DEL CORSO

	Argomenti	Riferimenti testi
1	Capacità, processi e competitività	Baglieri, Dagnino, Faraci, Economia e Gestione delle Imprese, Cap.1 - Video disponibile su http://www.zammumultimedia.it/pillole-di-economia-e-gestione-delle-imprese-1-le-imprese-e-la-crisi.htm - Slides su Studium.unict.it
2	Capacità imprenditoriali e manageriali	Baglieri, Dagnino, Faraci, Economia e Gestione delle Imprese, Cap.2 - Video disponibile su http://www.zammumultimedia.it/pillole-di-economia-e-gestione-delle-imprese-2-imprenditori-e-manager.htm - Slides su Studium.unict.it
3	Capacità interpretative del contesto competitivo	Baglieri, Dagnino, Faraci, Economia e Gestione delle Imprese, Cap.3 - Video disponibile su http://www.zammumultimedia.it/pillole-di-economia-e-gestione-delle-imprese-3-il-contesto-competitivo.htm - Slides su Studium.unict.it
4	Processi di corporate governance	Baglieri, Dagnino, Faraci, Economia e Gestione delle Imprese, Cap.4 - Video disponibile su http://www.zammumultimedia.it/pillole-di-economia-e-gestione-delle-imprese-4-la-corporate-governance.htm - Slides su Studium.unict.it
5	Processi di sviluppo e innovazione	Baglieri, Dagnino, Faraci, Economia e Gestione delle Imprese, Cap.5 - Video disponibile su http://www.zammumultimedia.it/pillole-di-economia-e-gestione-delle-imprese-5-sviluppo-e-innovazione.htm - Slides su Studium.unict.it
6	Processi imprenditoriali e sostenibilità	Baglieri, Dagnino, Faraci, Economia e Gestione delle Imprese, Cap.6 - Video disponibile su http://www.zammumultimedia.it/pillole-di-economia-e-gestione-delle-imprese-6-imprenditoria-e-sostenibilita.htm - Slides su Studium.unict.it
7	Processi strategici e le strategie di business	Baglieri, Dagnino, Faraci, Economia e Gestione delle Imprese, Cap.7 - Video disponibile su http://www.zammumultimedia.it/pillole-di-economia-e-gestione-delle-imprese-7-strategie-e-business.htm - Slides su Studium.unict.it
8	Processi strategici e le strategie corporate	Baglieri, Dagnino, Faraci, Economia e Gestione delle Imprese, Cap.8 - Video disponibile su http://www.zammumultimedia.it/pillole-di-economia-e-gestione-delle-imprese-8-la-strategia-corporate.htm - Slides su Studium.unict.it
9	Processi di natura organizzativa	Baglieri, Dagnino, Faraci, Economia e Gestione delle Imprese, Cap.9 - Video disponibile su http://www.zammumultimedia.it/pillole-di-economia-e-gestione-delle-imprese-9-i-processi-organizzativi.htm - Slides su Studium.unict.it
10	Processi di gestione del cliente e del mercato	Baglieri, Dagnino, Faraci, Economia e Gestione delle Imprese, Cap.10 - Video disponibile su http://www.zammumultimedia.it/pillole-di-economia-e-gestione-delle-imprese-10-la-gestione-del-cliente.htm - Slides su Studium.unict.it
11	Processi manifatturieri	Baglieri, Dagnino, Faraci, Economia e Gestione delle Imprese, Cap.11 - Video disponibile su http://www.zammumultimedia.it/pillole-di-economia-e-gestione-delle-imprese-11-i-processi-manifatturieri.htm - Slides su Studium.unict.it
12	Processi di service management	Baglieri, Dagnino, Faraci, Economia e Gestione delle Imprese, Cap.12 - Video disponibile su http://www.zammumultimedia.it/pillole-di-economia-e-gestione-delle-imprese-12-il-service-management.htm - Slides su Studium.unict.it

13	Processi finanziari	Baglieri, Dagnino, Faraci, Economia e Gestione delle Imprese, Cap.13 - Video disponibile su http://www.zammumultimedia.it/pillole-di-economia-e-gestione-delle-impres-13-i-processi-finanziari.htm - Slides su Studium.unict.it
14	Competitività aziendale e modelli di business	Baglieri, Dagnino, Faraci, Economia e Gestione delle Imprese, Cap.14 - Video disponibile su http://www.zammumultimedia.it/pillole-di-economia-e-gestione-delle-impres-14-la-competitivita.htm - Slides su Studium.unict.it
15	Il business model canvas per la competitività delle imprese	Videolezioni: (1) - Prima lezione di ... (video su: http://www.zammumultimedia.it/prima-lezione-di-economia-aziendale.htm) - 2) Come disegnare e leggere un BMC (video su http://www.zammumultimedia.it/come-disegnare-e-leggere-un-business-model-canvas.htm)
16	Generazione, visualizzazione e descrizione del business model canvas	Video lezione tratta dal seminario svolto per conto di Jol Wave Catania (18/7/2014): https://www.youtube.com/watch?v=AZNSSKIPOyg
17	Esercizi sui processi manifatturieri e finanziari	Dispensa disponibile su https://egicatania.files.wordpress.com/2016/09/eserciziario-egi-2016-2017.pdf
18	Domande di fine capitolo	Dispensa disponibile su https://egicatania.files.wordpress.com/2016/09/domande-del-libro.pdf
19	Business Project	Presentazione in aula dei risultati dei lavori di gruppo

MATERIALE DIDATTICO

Informazioni riportate sulla pagina del sito del corso e su Studium.

VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

Modalità d'esame

Per i frequentanti sono previste:

- una prova intermedia su una parte del programma (*Mid-term Exam*) programmata nella settimana del 12-17 novembre 2018
- una prova finale sulla restante parte del programma (*Final Exam*) programmata nella settimana del 7-12 gennaio 2019

Entrambe le prove, da svolgersi individualmente, sono in modalità scritta e saranno precedute da apposite sessioni di *Revision and Exam Skills* da svolgersi, a cura del docente, in date indicate, in modo da affinare la preparazione dello studente in vista della prova.

Inoltre è prevista una prova di gruppo, il *Business Project*, che dovrà essere completata entro una determinata scadenza e, nel rispetto di una "road map" anche entro scadenze intermedie: il Business Project da ogni gruppo sarà presentato in aula a conclusione del corso. Ogni gruppo sarà formato da un

numero compreso fra 4 e 6 studenti che designerà al proprio interno un portavoce che terrà i contatti col docente anche via e-mail.

I contenuti del corso, le modalità delle prove intermedia e finale, le caratteristiche (format) che dovrà avere il *Business Project* saranno illustrati agli studenti frequentanti nel corso delle prime lezioni. I criteri di valutazione delle prove intermedia e finale sono riportati nella sezione successiva.

Valutazione finale (sommativa)

La valutazione finale, espressa in trentesimi, sarà il risultato della ponderazione dei seguenti elementi di valutazione:

- Prova intermedia (lavoro individuale): *Mid-term Exam* **(15%)**
- Prova di fine corso (lavoro individuale): *Final exam* **(35%)**
- *Business Project*, lavoro di gruppo: **(30%)**
- *Class Participation* **(20%)**

La valutazione della *Class Participation* terrà conto di attività varie denominate *Home* e *Class Assignments*, cioè di brevi compiti assegnati dal docente per casa (trasmessi entro la scadenza via mail al docente all'indirizzo economiaegestione@gmail.com) o da svolgersi in classe (consegna istantanea). Si terrà inoltre conto del grado di attivismo, partecipazione e frequenza regolare in aula, interesse ai temi del corso e "spirito imprenditoriale" nelle proposte di ulteriori attività.

Per i non frequentanti, l'esame si terrà in uno degli appelli delle sessioni ordinarie o straordinarie d'esami e consisterà in **una prova scritta** (di durata non superiore a 30 minuti e di norma articolata in due quesiti, una domanda a risposta aperta e un esercizio tratto dall'eserciziario), superata la quale, lo studente potrà accedere ad un **colloquio orale**. La valutazione finale terrà conto degli esiti della prova scritta e del colloquio orale.

Criteri di valutazione adottati per l'**esame dei non frequentanti**

- per la prova scritta (di durata non superiore ai 30 minuti), si terrà conto della pertinenza della risposta rispetto ai contenuti della domanda posta, della qualità dei contenuti, della capacità di collegamento con altri temi oggetto del programma, della capacità di riportare esempi (nel caso della domanda a risposta aperta); della correttezza del risultato, della correttezza del procedimento e di commenti aggiuntivi (nel caso dell'esercizio). In ogni caso, si terrà conto della correttezza formale (morfosintassi, uso dei registri e lessico).
- per il colloquio orale al quale si accede superata la prova scritta, si terrà conto della pertinenza delle risposte rispetto alle domande formulate, della qualità dei contenuti, della capacità di collegamento con altri temi oggetto del programma, della capacità di riportare esempi, della proprietà di linguaggio tecnico e della capacità espressiva complessiva dello studente.

DATE DEGLI APPELLI

<http://www.dei.unict.it/didattica/corso-di-laurea-economia-aziendale-esami>

ESEMPI DI DOMANDE E/O ESERCIZI FREQUENTI

Domande a risposta aperta (di verifica per un'autovalutazione del grado di preparazione da parte dello studente) - Le domande di verifica sono poste alla fine di ciascun capitolo del libro di testo. Clicca qui per l'elenco completo delle domande e degli esercizi

1. In cosa consiste la visione per processi dell'impresa che si definisce "Capacità-Processi-Competitività"? (cap.1)
2. Quali sono le relazioni fra capacità imprenditoriali e capacità manageriali? (cap.2)
3. Rappresentare e discutere il modello delle cinque forze competitive in relazione a un settore a scelta. Quali sono i vantaggi di tale strumento? Quali le limitazioni? (cap.3)
4. La separazione fra proprietà e controllo è un fenomeno che interessa solo le imprese di grandi dimensioni? (cap.4)
5. Quali sono le fondamentali differenze fra un modello di innovazione chiuso e un modello di innovazione aperto? (cap.5)
6. Cos'è l'idea imprenditoriale e quali sono i suoi presupposti? (cap.6)
7. Che cosa si intende per vantaggio competitivo? (cap. 7)
8. In che modo la strategia di diversificazione, integrazione verticale, fusione ed acquisizione, ed internazionalizzazione possono essere considerate sovrapponibili? (cap.8)
9. Quali sono i punti di forza e di debolezza che caratterizzano le diverse configurazioni organizzative possibili? (cap.9)
10. Nel CRM, cosa si intende per Customer Intelligence e Relationship Management? (cap.10)
11. In che modo l'impresa può gestire i trade-off di efficienza e flessibilità produttiva nel progettare strategicamente i propri processi? (cap.11)
12. Come si compone il modello di offerta incrementata? (cap.12)
13. Qual è l'oggetto della gestione dei processi finanziari? (cap.13)
14. Quali sono gli elementi costitutivi di un business model? (cap.14)

ESERCIZI (esempi): riportati dall'eserciziario pubblicato sul sito
