

## **PROGRAMMA DEL CORSO DI ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE INNOVATIVE**

### **SETTORE SCIENTIFICO**

SECS-P/08

### **CFU**

15

### **MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO**

*/\*\*/*

L'esame può essere sostenuto sia in forma scritta che in forma orale.

Gli appelli orali sono previsti nella sola sede centrale. L'esame orale consiste in un colloquio con la Commissione sui contenuti del corso. L'esame scritto consiste nello svolgimento di un test con 30 domande. Per ogni domanda lo studente deve scegliere una di 4 possibili risposte. Solo una risposta è corretta. Sia le domande orali che le domande scritte sono formulate per valutare il grado di comprensione delle nozioni teoriche e la capacità di ragionare utilizzando tali nozioni. Le domande sulle nozioni teoriche consentiranno di valutare il livello di comprensione. Le domande che richiedono l'elaborazione di un ragionamento consentiranno di valutare il livello di competenza e l'autonomia di giudizio maturati dallo studente. Le abilità di comunicazione e la capacità di apprendimento saranno valutate anche attraverso le interazioni dirette tra docente e studente che avranno luogo durante la fruizione del corso (videoconferenze ed elaborati proposti dal docente).

### **RECAPITI**

eugenio.dangelo@unipegaso.it

### **AGENDA**

*/\*\*/*

Gli appelli disponibili sono presenti nella sezione denominata "IL MIO DIARIO ESAMI"

### **OBBLIGO DI FREQUENZA**

/\*\*/

Obbligatoria online. Ai corsisti viene richiesto di visionare almeno l'80% delle videolezioni presenti in piattaforma.

### **ATTIVITÀ DI DIDATTICA EROGATIVA (DE)**

/\*\*/

Le attività di didattica erogativa consistono, per ciascun CFU, nell'erogazione di 6 videolezioni corredate di testo e questionario finale.

Il format di ciascuna videolezione prevede il video registrato del docente che illustra le slide costruite con parole chiave e schemi esemplificativi.

Il materiale testuale allegato a ciascuna lezione corrisponde a una dispensa (PDF) composta da almeno 10 pagine con le informazioni necessarie per la corretta e proficua acquisizione dei contenuti trattati durante la lezione.

Attività di autoverifica degli apprendimenti prevista al termine di ogni singola videolezione consiste in un questionario costituito da 10 domande, a risposta multipla

### **ATTIVITÀ DI DIDATTICA INTERATTIVA (DI)**

Le attività di Didattica interattiva consistono, per ciascun CFU, in un'ora dedicata alle seguenti tipologie di attività:

Redazione di un elaborato Partecipazione a una web conference Partecipazione al forum tematico Lettura area FAQ  
Svolgimento delle prove in itinere con feedback

### **TESTO CONSIGLIATO**

/\*\*/

### **OBIETTIVI FORMATIVI PER IL RAGGIUNGIMENTO DEI RISULTATI DI APPRENDIMENTO PREVISTI NELLA SCHEDA SUA**

### **RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI**

/\*\*/

### **PROGRAMMA DIDATTICO: ELENCO VIDEOLEZIONI**

1. Fondamenti dell'attività economica
2. L'utilità
3. Valore e mercato
4. Il sistema produttivo
5. Definizione di impresa e modelli di governance
6. Sistema impresa e ambiente
7. L'ambiente competitivo dell'impresa
8. Le risorse e le competenze nel sistema impresa
9. Il concetto di strategia
10. Il processo di gestione strategica
11. La formulazione della strategia: missione e obiettivi
12. Analisi strategica: Attese stakeholders e ciclo di vita del settore
13. Analisi strategica: Concorrenza
14. Analisi strategica: Domanda
15. Analisi SWOT
16. Vantaggi competitivi sostenibili
17. Strategie corporate in imprese single-business
18. Percorsi di sviluppo delle single-business
19. Strategie corporate in imprese multi-business: Boston Consulting Group
20. Strategie corporate in imprese multibusiness: McKinsey e P.I.M.S.
21. Strategie competitive generiche
22. Modello low cost
23. Strategie di differenziazione
24. Strategie di sviluppo: Integrazione
25. Strategie di sviluppo: Diversificazione
26. Modalità di entrata in nuovi settori
27. Alleanze e accordi contrattuali
28. Introduzione alla funzione Marketing
29. La Pianificazione di Marketing nel contesto del Business Plan

30. Il Market Plan
31. La strategia di marketing
32. Le variabili di Marketing Mix: Il Prodotto
33. Le variabili di Marketing Mix: Il lancio di nuovi prodotti
34. Le variabili di Marketing Mix: Il ciclo di vita dei prodotti
35. Le variabili di Marketing Mix: Il prezzo
36. Le variabili di Marketing Mix: La Distribuzione e la Comunicazione
37. La funzione finanza: concetti introduttivi
38. La finanza come strumento di controllo e gestione dei flussi finanziari
39. La Finanza: Centro di profitto e Centro di controllo del Cash-Flow
40. Valutazione economica delle strategie
41. Approcci all'analisi del valore
42. Il costo del capitale (WACC)
43. Le funzioni e le strutture organizzative aziendali
44. Total Quality Management
45. Grado di leva operativa e finanziaria d'impresa
46. La potenzialità economico strutturale
47. Esercitazione sulla potenzialità economico strutturale
48. Il modello di crescita sostenibile
49. Esercitazione sul modello di crescita sostenibile
50. La gestione delle scorte
51. Esercitazione sulla gestione delle scorte
52. Analisi di bilancio per indici
53. Esercitazione analisi del bilancio per indici
54. Investitori in capitale di rischio - il venture capital
55. Riclassificazione del bilancio
56. Esercitazione sulla riclassificazione del bilancio
57. Prospetto delle fonti e degli impieghi
58. Esercitazione sul prospetto delle fonti e degli impieghi
59. Elementi di teoria dell'impresa, comportamento manageriale, costi di agenzia e struttura proprietaria

60. Teoria della Stewardship
61. La natura dell'impresa di Ronald Coase
62. Business angels
63. Resource Based View
64. Processi di turnaround
65. Assetti di governance nell'impresa di famiglia
66. Cultura organizzativa e cambiamento
67. Teoria dei costi di transazione
68. Introduzione alla gestione delle risorse umane
69. Comportamenti individuali nelle organizzazioni
70. Motivazione del personale
71. Comportamenti di gruppi e team
72. Gestione dei conflitti nelle organizzazioni
73. Leadership
74. Work design
75. Struttura organizzativa
76. La comunicazione nelle organizzazioni
77. Il potere nelle organizzazioni
78. Decision making
79. CSR: aspetti definitivi, sostenibilità ed etica
80. Inquadramento teorico della CSR negli studi di management
81. CSR: environmental safeguard
82. CSR: social concerns
83. CSR: effective corporate governance
84. Disclosure della responsabilità sociale
85. Finanza socialmente responsabile