

Principali informazioni sull'insegnamento			
Denominazione italiana	Economia Aziendale		
Corso di studio	Laurea Magistrale in Scienze della comunicazione pubblica, sociale e d'impresa		
Curriculum	-		
Crediti formativi	9		
Denominazione inglese	<i>Business Administration</i>		
Obbligo di frequenza	No		
Lingua di erogazione	Italiano		
Docente responsabile	Nome Cognome	Indirizzo Mail	SSD
	Michele Di Marcantonio	michele.dimarcantonio@uniba.it	SECS-P/07

Dettaglio crediti formativi	Ambito disciplinare	SSD	Crediti
	Economia Aziendale	SECS-P/07	9

Modalità di erogazione	
Periodo di erogazione	Il semestre (marzo 2019 – maggio 2019)
Anno di corso	2018 – 2019
Modalità di erogazione	Lezioni frontali

Organizzazione della didattica	
Tipo di ore	60 min.
Ore di corso	60
Ore di studio individuale	-

Calendario	
Inizio attività didattiche	Da segreteria
Fine attività didattiche	Da segreteria

Syllabus	
Prerequisiti	Non sono richiesti specifici prerequisiti e/o capacità.
Risultati di apprendimento previsti (declinare rispetto ai Descrittori di Dublino)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Conoscenza e capacità di comprensione</i> L'obiettivo del corso è fornire una solida preparazione che consenta di sviluppare una adeguata capacità di analisi delle realtà aziendali, al fine permettere la comprensione delle reali problematiche di funzionamento delle unità di produzione e/o di consumo. • <i>Conoscenza e capacità di comprensione applicate</i> Il corso è volto a fornire allo studente gli strumenti analitici e concettuali per l'interpretazione e la soluzione di problemi economici, gestionali e organizzativi. • <i>Autonomia di giudizio</i> Attraverso la preparazione e la discussione di casi aziendali, il corso è volto a fornire gli strumenti finalizzati allo sviluppo di conoscenze e competenze di carattere economico in merito alla struttura e al funzionamento delle aziende. • <i>Abilità comunicative</i> Al termine del corso lo studente dovrà avere acquisito adeguate competenze e strumenti per la gestione e la comunicazione delle

	<p>informazioni relative al sistema aziendale.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Capacità di apprendere</i> Il corso si propone di consentire allo studente di sviluppare le abilità necessarie per la concreta applicazione delle conoscenze e delle competenze specifiche acquisite.
Contenuti di insegnamento	<p><i>Obiettivi del corso</i> Il corso si pone come obiettivo l'acquisizione da parte dello studente di strumenti idonei ad investigare le problematiche di carattere economico che riguardano la struttura e il funzionamento delle aziende.</p> <p><i>Programma del corso</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • l'economia aziendale, i beni, i bisogni e l'attività economica; • le unità di produzione e di consumo; • il sistema azienda e il suo ambiente; • le componenti del sistema aziendale: persone, mezzi e organizzazione; • i tre momenti dell'amministrazione economica d'azienda: organizzazione, gestione e rilevazione; • il sistema delle operazioni aziendali; • gli equilibri economico-finanziari della gestione; • le sintesi periodiche di esercizio: il bilancio; • le aree funzionali dell'impresa e i processi di gestione; • le aree funzionali caratteristiche: <i>marketing</i>, produzione e logistica, ricerca e sviluppo; • le fasi di una strategia di <i>marketing</i>: segmentazione del mercato, selezione del <i>target</i> di mercato e posizionamento; • il <i>marketing mix</i> dell'impresa: politiche di prodotto, di prezzo, di distribuzione e di comunicazione; • il sistema informativo e le decisioni di comunicazione di <i>marketing</i>; • la logistica: la logistica interna e la logistica esterna; • le aree funzionali integrative: finanza, organizzazione e gestione del personale; • le aree funzionali di pianificazione, controllo e informazione: pianificazione strategica, amministrazione e controllo di gestione; • la <i>corporate governance</i>; • l'assetto organizzativo dell'impresa; • le variabili organizzative: struttura organizzativa, meccanismi operativi, stile di direzione e cultura aziendale.

Programma	
Testi di riferimento	<p>1) Brusa, L. (a cura di). <i>Lezioni di economia aziendale</i>, seconda edizione, Giappichelli, Torino, 2013 (capitoli 18, 19 e 20 esclusi);</p> <p>2) Lambin, J.-J.. <i>Market-Driven Management. Marketing strategico e operativo</i>, 7° edizione, McGraw-Hill, 2016 (capitoli 7 e 18).</p>
Nota ai testi di riferimento	-
Metodi didattici	Lezioni ed esercitazioni
Metodi di valutazione	Prova scritta
Altro	-