

Laurea Magistrale in Scienze della comunicazione pubblica, sociale e d'impresa

Principali informazioni sull'insegnamento	
Denominazione dell'insegnamento	Economia Aziendale
Corso di studio	Laurea Magistrale in Scienze della comunicazione pubblica, sociale e d'impresa
Anno di corso	I anno
Crediti formativi universitari (CFU) / European Credit Transfer and Accumulation System(ECTS):	9
SSD	SECS-P/07
Lingua di erogazione	Italiano
Periodo di erogazione	Il semestre (marzo 2023 – maggio 2023)
Obbligo di frequenza	No

Docente	
Nome e cognome	Michele Di Marcantonio
Indirizzo mail	michele.dimarcantonio@uniba.it
Telefono	-
Sede	Dipartimento Di Economia, Management e Diritto dell'Impresa - Largo Abbazia Santa Scolastica n. 53 , Bari
Sede virtuale	Piattaforma Microsoft Teams, canale dedicato alle attività di ricevimento: 1ua5qcp
Ricevimento (giorni, orari e modalità)	Indicazioni riportate sulla pagina web di Ateneo del docente

Syllabus	
Obiettivi formativi	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.
Prerequisiti	Non sono richiesti specifici prerequisiti e/o capacità
Contenuti di insegnamento (Programma)	<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;

	<ul style="list-style-type: none"> • 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.
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>
Note ai testi di riferimento	-

Organizzazione della didattica			
Ore			
Totali	Didattica frontale	Pratica (laboratorio, campo, esercitazione, altro)	Studio individuale
180	60	0	120
CFU/ETCS			
9	9	0	-

Metodi didattici	Didattica frontale
-------------------------	--------------------

Risultati di apprendimento previsti	
Conoscenza e capacità di comprensione	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.
Conoscenza e capacità di comprensione applicate	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.
Competenze trasversali	<ul style="list-style-type: none"> • <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 informazioni relative al sistema aziendale. • <i>Capacità di apprendere in modo autonomo</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.

Valutazione	
Modalità di verifica dell'apprendimento	<p>La valutazione avverrà mediante una prova di esame in forma scritta: quesiti con risposte aperte. Non sono previste prove intermedie.</p> <p>I criteri di valutazione che contribuiscono all'attribuzione del voto vertono sull'acquisizione dei contenuti, sulla capacità di applicazione ed elaborazione critica di quanto appreso, sulla capacità di connessione tra i contenuti teorici proposti e le applicazioni pratiche, sulla capacità di formulare giudizi autonomi e comunicarli.</p> <p>La Commissione d'esame, a sua discrezione, può chiedere una integrazione orale su tutto il programma del corso se sussistono dei dubbi sui contenuti della prova scritta tale da comprometterne la valutazione. Tale eventualità viene comunicata ai candidati in concomitanza con l'esposizione dei risultati dell'esame scritto. Il candidato che si rifiuta di sostenere il colloquio orale perde il voto conseguito nella prova scritta. L'integrazione orale avrà luogo improrogabilmente nella data fissata dalla Commissione.</p>
Criteri di valutazione	<p>Nella valutazione delle singole prove e nell'attribuzione del voto si farà riferimento a una scala di valutazione dell'apprendimento. La sufficienza è conseguita dallo studente che dimostra conoscenze dei contenuti sufficienti, ma generali, e modalità di esposizione basilari. Il massimo dei voti (e la lode) è conseguito dallo studente che dimostra conoscenze dei contenuti molto ampie, complete e approfondite e capacità di collegamenti interdisciplinari supportati da piena padronanza espositiva.</p>
Criteri di misurazione dell'apprendimento e di attribuzione del voto finale	<p>Il voto finale è attribuito in trentesimi. L'esame si intende superato quando il voto è maggiore o uguale a 18.</p> <p>La valutazione della prova di esame è effettuata mediante l'attribuzione di un punteggio ai singoli quesiti, nonché sulla base di una valutazione di insieme dell'elaborato.</p>
Altro	
	-