

<b>Principali informazioni sull'insegnamento</b>	
Titolo insegnamento	<b>GESTIONE DELLA PRODUZIONE</b>
Corso di studio	ECONOMIA E MANAGEMENT (magistrale)
Crediti formativi	8 CFU
Denominazione inglese	OPERATIONS MANAGEMENT
Obbligo di frequenza	Non previsto
Lingua di erogazione	ITALIANO

<b>Docente responsabile</b>	Nome Cognome	Indirizzo Mail
	Fabrizio Flavio <b>BALDASSARRE</b>	fabrizio.baldassarre@uniba.it

<b>Dettaglio crediti formativi</b>	Ambito disciplinare	SSD	Crediti
	Economia e Gestione delle Imprese	SECS-P/08	8

<b>Modalità di erogazione</b>	
Periodo di erogazione	Secondo semestre
Anno di corso	2020-21
Modalità di erogazione	Lezioni frontali; Testimonianze aziendali ed esercitazioni; presentazioni in aula

<b>Organizzazione della didattica</b>	
Ore totali	56
Ore di lezioni frontali	49
Ore di esercitazioni e laboratori	7

<b>Calendario</b>	
Inizio attività didattiche	marzo 2021
Fine attività didattiche	giugno 2021

<b>Syllabus</b>	
Prerequisiti	Conoscenza dei fondamenti della gestione d'impresa, delle strategie d'impresa e dei principali processi gestionali.
Risultati di apprendimento previsti (declinare rispetto ai Descrittori di Dublino) (si raccomanda che siano coerenti con i risultati di apprendimento del CdS, riportati nei quadri A4a, A4b e A4c della SUA, compreso i risultati di apprendimento trasversali)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Conoscenza e capacità di comprensione</i></li> <li>• <i>Conoscenza e capacità di comprensione applicate</i></li> <li>• <i>Autonomia di giudizio</i></li> <li>• <i>Abilità comunicative</i></li> <li>• <i>Capacità di apprendere</i></li> </ul>

Contenuti di insegnamento	Il corso percorre i principali approcci della produzione industriale e delle operations fino alla c.d. “produzione snella”; fornisce inoltre fondamenti per la gestione del ciclo logistico integrato: dalla programmazione della produzione alla gestione dei fabbisogni dei materiali. Un particolare focus viene dato alla gestione degli acquisti e delle relazioni di fornitura in chiave strategica (supply management) come leva competitiva.
---------------------------	--

Programma	
	<p><b>Prima parte: Operations Management (dal testo edito da McGraw-Hill)</b></p> <p><b>Cap. 3: Strategia delle operations e competitività.</b> L’operations strategy. Dimensioni competitive delle operations. Il processo di formulazione della strategia aziendale. Coerenza strategica: integrare operations e strategia. Attaccare attraverso le operations. La misura globale della produttività. Le misure della potenzialità e della produttività. <b>Cap. 4: La progettazione del prodotto.</b> Il processo di progettazione del prodotto. Progettare per il cliente. DFMA: progettazione del prodotto per la produzione e l’assemblaggio. Selezione del processo. Strutture di flusso dei processi. <b>Cap. 5: Analisi dei processi.</b> Diagramma di flusso dei processi. Tipi di processo. Misurare le performance dei processi. Esempi di analisi di processo. Riduzione del tempo di attraversamento di un processo. <b>Cap. 6: Progettazione e selezione dei processi nella produzione industriale.</b> Selezione del processo. Strutture di flusso dei processi: la classificazione dei processi produttivi. La matrice prodotto-processo. Analisi del punto di indifferenza. Progettare i flussi nei processi produttivi. <b>Cap. 8: Total quality management: orientamento al Six-Sigma.</b> Specifiche e costi della qualità. Qualità Six Sigma. Sistema Shingo: progettazione Fail-Safe. Le norme ISO900 e la certificazione dei sistemi qualità. Il benchmarking esterno per il miglioramento della qualità.. Pianificare la capacità produttiva nei servizi. <b>Cap. 13: Just in time e lean system.</b> La logica lean production. Il Sistema di Produzione Toyota. Requisiti per l’applicazione della lean production. Il kanban. Le strategie di eliminazione degli sprechi. <b>Cap. 20: Industry 4.0.</b> I pilastri di Industry 4.0. Industry 4.0 e Lean. Gli Impatti di Industry 4.0</p> <p><b>Seconda parte: Supply Management (dal testo edito da FrancoAngeli; tutti i capitoli del volume escluso il 3°)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Il difficile percorso dagli acquisti al supply management</li> <li>2. Una panoramica dello status quo degli acquisti e del supply management</li> <li>3.</li> <li>4. Comportamento d’acquisto delle imprese e processi decisionali</li> <li>5. Processi gestionali e marketing d’acquisto</li> <li>6. La leva prodotto e il portafoglio acquisti</li> <li>7. La leva prezzo nei mercati di fornitura reali e nei virtual</li> </ol>

	<p>marketplaces</p> <p>8. Le fonti di acquisto e le relazioni con i fornitori</p> <p>9. Il supply management di materiali e servizi indiretti</p> <p>10. Le scelte organizzative nel supply management</p> <p>11. People management negli acquisti</p>
Testi di riferimento	<p>Chase R., Jacobs R, Aquilano N., Grando A., Sianesi A., <i>Operations Management</i> (quarta ed.), McGraw-Hill, Milano, 2020 (disponibile in libreria l'edizione 2021 <i>ad-hoc</i> con i soli capitoli indicati nel programma ISBN 978-13-076-6611-3)</p> <p>Baldassarre F., <i>Supply management. Analisi strategica e processi gestionali</i>, FrancoAngeli, Milano, 2010 (tutti i capitoli escluso il 3°).</p>
Note ai testi di riferimento	<p>Il corso percorre i principali approcci della produzione industriale e delle operations fino alla c.d. "produzione snella"; fornisce inoltre fondamenti per la gestione del ciclo logistico integrato: dalla programmazione della produzione alla gestione dei fabbisogni dei materiali. Un particolare focus viene dato alla gestione degli acquisti e delle relazioni di fornitura in chiave strategica (supply management) come leva competitiva.</p>
Metodi didattici	<p>Il corso è svolto con modalità didattiche interattive che puntano a trasferire agli studenti conoscenze altamente specializzate e sviluppare attitudini e abilità di ascolto, team-work, partecipazione e leadership. Il corso si sviluppa in una combinazione di lezioni frontali, discussione di casi, esercitazioni, lavori di gruppo e individuali e presentazioni aziendali.</p> <p>Materiale didattico utilizzato a lezione disponibile on-line attraverso la piattaforma microsoft TEAMS (le credenziali di accesso, previa creazione di un proprio account personale, saranno comunicate dal docente sul sito UNIBA)</p> <p>Ricevimento e tutoraggio da parte del docente su TEAMS (codice sul sito UNIBA) o in presenza (ove possibile) su appuntamento.</p>
Metodi di valutazione (indicare almeno la tipologia scritto, orale, altro)	<p>Sono previste due prove scritte intermedie facoltative (esoneri), ove possibili, e un esame orale</p>
Criteri di valutazione	<p>Le prove intermedie e l'orale sono tesi ad accertare le conoscenze acquisite, la proprietà di utilizzo del linguaggio specialistico, la capacità di analisi e di sintesi concettuale, l'abilità nel collegare argomenti diversi della disciplina e, in generale, delle discipline manageriali</p>
Altro	