

Principali informazioni sull'insegnamento	
Titolo insegnamento	MANAGEMENT D'IMPRESA (A-K)
Corso di studio	MARKETING E COMUNICAZIONE D'AZIENDA (magistrale)
Crediti formativi	8 CFU
Denominazione inglese	BUSINESS MANAGEMENT
Obbligo di frequenza	Non previsto
Lingua di erogazione	ITALIANO

Docente responsabile	Nome Cognome	Indirizzo Mail
	Fabrizio Flavio BALDASSARRE	fabrizio.baldassarre@uniba.it

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

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

Organizzazione della didattica	
Ore totali	56
Ore di lezioni frontali	49
Ore di esercitazioni e laboratori	7

Calendario	
Inizio attività didattiche	marzo 2021
Fine attività didattiche	giugno 2021

Syllabus	
Prerequisiti	Conoscenza dei principi e concetti di Economia aziendale e Ragioneria
Risultati di apprendimento previsti	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Conoscenza di base nel campo della gestione d'impresa</i> • <i>Conoscenza delle problematiche relative alla gestione strategica ed operativa delle imprese industriali e di servizi con particolare riferimento ai modelli di business ed ai rapporti con i mercati</i> • <i>Raggiungimento di adeguate conoscenze in relazione alle varie aree funzionali di una impresa</i>
Contenuti di insegnamento	Le problematiche di gestione sono esaminate alla luce dei mutamenti generati dall'innovazione tecnologica sulla capacità e modalità di creazione del valore, con la finalità di dotare gli

	studenti delle nozioni fondamentali di management dell'impresa.
--	---

Programma	
	<p>Principali temi e contenuti</p> <p>Modelli d'impresa, funzioni imprenditoriali, scenari operativi. Assetti organizzativi e finalità di gestione delle imprese industriali, commerciali ed ausiliarie produttrici di servizi. Equilibrio d'impresa e contesto ambientale e settoriale. Analisi di settore e grado di concentrazione di un settore industriale. La strategia d'impresa: i 3 livelli e le strategie competitive di base. La gestione dei rischi d'impresa. Le ICT e l'evoluzione della gestione d'impresa. Influenza delle nuove tecnologie nelle strategie aziendali e nel rapporto con il mercato. Controllo direzionale. Risorse umane e management aziendale. Cambiamenti tecnologici e nuovi sistemi produttivi. Processi produttivi. Nuove tendenze nelle produzioni industriali. Tecnologie informatiche e produzione snella: aspetti organizzativi connessi. Sistemi e strumenti della qualità. Attività aziendali e catena del valore: la logistica aziendale. Logistica in entrata e gestione dei materiali. La gestione delle scorte: metodi e strumenti. Criteri di approvvigionamento delle materie e parti componenti. Il marketing d'acquisto e la matrice di Kraljic. Programmazione e gestione della produzione. Sistema distributivo e gestione della logistica in uscita. La misurazione delle performances dell'impresa. La Balanced Score-Card. Mercati e rapporto tra soggetti economici. Gli aspetti tecnici degli scambi commerciali delle imprese industriali e della distribuzione. Gli Incoterms. Gli intermediari e gli ausiliari del commercio.</p>
Testi di riferimento	M. Scicutella, <i>La gestione d'impresa</i>, Cacucci, Bari, 2011
Metodi didattici	<p>Il corso è svolto con modalità didattiche interattive che puntano a trasferire agli studenti conoscenze dei fondamenti del management d'impresa e sviluppare attitudini e abilità di ascolto, team-work, partecipazione. Il corso si sviluppa in una combinazione di lezioni frontali, discussione di casi, esercitazioni, lavori di gruppo e individuali.</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)	Sono previste due prove scritte intermedie facoltative (esoneri), ove possibili, e un esame orale
Criteri di valutazione	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