

Management

ECO0021

Gianluca Colombo, Enrica Pavione

CFU	SSD	Lezioni (ore)	Esercitazioni (ore)	Laboratorio (ore)	[inserire voce: es. attività di campo; seminari; uscite;...] (ore)	Anno	Lingua
12	Secs- P07 e Secs - P08	40	0	0	0	I	Italiano

Obiettivi dell'insegnamento e risultati di apprendimento attesi

Il corso è volto a trasmettere i concetti e i modelli base dell'economia d'azienda, del management e della strategia d'impresa, fornendo una visione unitaria della struttura e del funzionamento delle aziende e delle principali scelte strategiche in una prospettiva sia analitico-descrittiva che decisionale.

Al termine del corso gli studenti devono dunque dimostrare di aver acquisito la terminologia propria delle discipline economico-aziendali e di aver appreso i modelli di rappresentazione della struttura, della strategia, della gestione e delle condizioni di esistenza dei vari istituti che svolgono l'attività economica, e in particolare delle imprese.

Prerequisiti

Nessuno

Contenuti e programma del corso

Il corso è diviso in due parti (Parte A e Parte B)

La parte A ha l'obiettivo di trasmettere i concetti e i modelli base dell'economia d'azienda e del management, fornendo una visione generale e unitaria della struttura e del funzionamento delle aziende e compiendo alcuni approfondimenti su elementi specifici quali l'assetto istituzionale e di governo, l'attività economica, il patrimonio, il principio e le condizioni di economicità. Il tutto sia in chiave descrittiva di rappresentazione dei fenomeni economico-aziendali, sia in chiave decisionale-normativa di analisi delle scelte a monte di tali fenomeni e delle logiche relative.

La parte B si propone di introdurre i fondamenti della strategia di impresa e di illustrare il processo che porta alla sua elaborazione, sia nelle componenti di analisi (ambientale, settoriale ed aziendale) che di implementazione (definizione e scelta della strategia d'impresa). Il corso si propone inoltre di approfondire le modalità di individuazione e valutazione delle modalità di sviluppo strategico disponibili a livello corporate (integrazione verticale, outsourcing, diversificazione,

internazionalizzazione), anche in considerazione delle più recenti tendenze in atto nel mondo delle imprese. Sarà integrata con seminari di presentazione di casi aziendali.

Programma analitico - Parte A

A) I CONCETTI BASE

- Presentazione del corso. Il Management e l'Economia aziendale
- Le persone e l'attività economica
- Gli istituti, le aziende e la specializzazione economica

B) LA STRUTTURA E IL FUNZIONAMENTO DELLE AZIENDE: UNA VISIONE D'INSIEME, ALCUNI ELEMENTI SPECIFICI

- La struttura delle aziende e le scelte strategiche
- Gli assetti istituzionali
- Le strutture e i processi di governance
- Le combinazioni economiche e la loro articolazione
- Le combinazioni economiche e le scelte strategiche
- Il patrimonio

C) LA STRUTTURA E IL FUNZIONAMENTO DELLE AZIENDE: ALCUNE DECISIONI CHIAVE

- Le scelte di dimensione e le economie di scala, di saturazione della capacità produttiva e di apprendimento
- Le scelte di struttura dei costi
- Le scelte di diversificazione e le economie di raggio di azione
- Le scelte di internalizzazione ed esternalizzazione e le economie di transazione
- Le scelte di formazione e sviluppo del patrimonio

D) I RISULTATI E LE CONDIZIONI DI CONTINUITA' DELLE AZIENDE

- Il principio di economicità

Programma analitico - Parte B

A) L'ANALISI DELL'AMBIENTE DI RIFERIMENTO

- L'analisi ambientale
- La definizione del campo di attività: settore, mercato e business
- La valutazione del posizionamento competitivo
- L'analisi orizzontale: struttura del mercato e livello concorrenziale
- L'analisi verticale: distribuzione del potere contrattuale con fornitori e clienti
- Il ponte tra analisi esterna e analisi interna: fattori critici di successo e fattori igienici

B) L'ANALISI INTERNA: RISORSE E COMPETENZE PER IL VANTAGGIO COMPETITIVO

- Perché effettuare l'analisi delle risorse e competenze?
- Risorse interne e risorse esterne all'impresa
- L'analisi delle risorse e competenze
- Risorse e competenze e vantaggio competitivo

C) LA SCELTA DELLA STRATEGIA DI BASE

- La necessità di un orientamento strategico di fondo
- Le opzioni strategiche di base
- La leadership di costo
- La differenziazione
- La focalizzazione
- I limiti della schematizzazione di base e le possibilità di un suo ripensamento

D) LE STRATEGIE A LIVELLO CORPORATE

- Condizioni e vettori di sviluppo
- Lo sviluppo orizzontale del mercato
- Lo sviluppo verticale per integrazione
- Lo sviluppo per diversificazione
- Lo sviluppo internazionale
- Il dibattito sulla diversificazione
- Le ragioni della diversificazione
- Le modalità della diversificazione (correlata e conglomerale)
- Diversificazione e performance economica
- Rifocalizzazione o conglomerizzazione?

E) PARTE SEMINARIALE

- Casi e testimonianze

Tipologia delle attività didattiche

Lezioni frontali, discussioni di casi, assignment on-line

Testi e materiale didattico

PARTE A:

G. Airoldi – G. Brunetti – V. Coda, Corso di Economia Aziendale, Il Mulino, 2005, Cap. 1.1, 1.2, 1.3, 2, 3.1, 3.2, 3.3, 3.4, 3.5, 3.6, 4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 5, 9.1, 11.1, 11.2, 11.3, 11.4, 11.5, 12.1, 12.2, 12.3, 14, 16.1, 16.2, 16.3, 16.4, 17.1, 17.2, 17.3.

I casi aziendali indicati nel programma saranno resi disponibili in piattaforma, insieme ad alcuni articoli selezionati di attualità.

PARTE B:

Cotta Ramusino E. – Onetti A. Strategia d'impresa, Il Sole 24 Ore Libri, Milano, 4a Edizione, 2013, Cap. 3, 4.1, 4.2, 4.3, 5, 6.

Modalità di verifica dell'apprendimento

L'esame è unico e si svolge mediante prova scritta sui temi trattati durante l'intero corso e sui case studies discussi in aula, oltre che sui testi indicati (v. Testi di riferimento).

E' prevista la possibilità di svolgere una prova intermedia (sempre in forma scritta) al termine della Parte A del Corso con attribuzione di valutazione. Tale valutazione (se positiva) sarà considerata valida solo per coloro che completeranno l'esame sostenendo la parte B negli appelli successivi alla chiusura del Corso. Successivamente, tale valutazione non verrà più considerata e lo studente sarà tenuto a sostenere l'intero esame (parte A + parte B). La possibilità di sostenere l'esame per intero resta comunque valida, a partire dal primo appello successivo alla chiusura del Corso, per chi non avesse svolto la prova intermedia. In ogni caso, il voto finale consisterà nella media delle valutazioni riportate nelle due parti, ed entrambe le valutazioni dovranno risultare sufficienti.

Orario di ricevimento

I Docenti saranno a disposizione degli Studenti al termine delle lezioni e durante i ricevimenti il cui calendario sarà comunicato all'inizio del corso e indicato su elearning e/o sulla home page dei docenti

Calendario delle attività didattiche

http://www3.uninsubria.it/pls/uninsubria/consultazione.mostra_pagina?id_pagina=6606

Appelli d'esame

http://www3.uninsubria.it/pls/uninsubria/consultazione.mostra_pagina?id_pagina=6605

Management

ECO0021

Gianluca Colombo, Enrica Pavione

CFU/ Credits	SSD Subject Code	Lectures (hours)	Year	Teaching Language
12	Secs-P07 and Secs – P08	40	I	Italian

Goals and Learning outcomes

The course's purpose is to make students understand the fundamentals of Business Administration, Management and Corporate Strategy, providing a comprehensive overview of structure, processes and strategic choices of firms and other organizations in a double-fold perspective (i.e. both descriptive and problem-solving).

At the end of the course, therefore, students have to prove they have learned the correct terminology of business administration disciplines as well as models to represent structure, strategy, management and viability conditions of various forms of organizations involved in economic activity, and particularly of enterprises.

Prerequisites

None

Course Content

The course is divided into two modules: A and B.

Introduction to module A:

Part A is aimed at providing fundamentals of Business Administration and Management as well as a comprehensive overview of the structure and functioning of firms and other economic organizations with a special focus on ownership and governance structures, operations, assets & liabilities and economic viability principles.

Introduction to module B:

This part is aimed at providing fundamentals of corporate strategy and the strategy process concerning both internal and external analysis, formulation and implementation, with a special focus on such strategic decisions as vertical integration, outsourcing, diversification, internationalization based on most recent business trends.

Detailed program (Module A):

A) THE FUNDAMENTALS

- Course presentation. Management and Business Administration
- People and economic activity
- Firms, other organizations and economic specialization

B) THE STRUCTURE AND FUNCTIONING OF FIRMS AND OTHER ORGANIZATIONS:
AN OVERVIEW AND SOME DEEPER INSIGHTS

- Structure and strategies
- Ownership and governance
- Governance structures and processes
- Economic activity and the variety of operations
- Economic activity and strategic decisions
- Assets and liabilities

C) THE STRUCTURE AND FUNCTIONING OF FIRMS AND OTHER ORGANIZATIONS:
SOME KEY DECISIONS

- Decisions about size and economies of scale, volume and learning
- Decisions on cost structures
- Diversification choices and economies of scope
- Make/buy decisions and transaction economies
- Decisions on creation and development of key assets

D) PERFORMANCES AND CONTINUITY CONDITIONS OF FIRMS AND OTHER
ORGANIZATIONS

- The principle of economic viability

Detailed program (Module B):

A) EXTERNAL ANALYSIS

- Overall environmental analysis
- Industry, market, business analysis
- Porter's five forces analysis
- Identifying the key competitive factors

B) INTERNAL ANALYSIS

- Corporate resource analysis and resource based view
- Resources vs competences
- The value chain

C) BUSINESS STRATEGY

- Cost leadership
- Differentiation
- Niche approach

D) CORPORATE STRATEGIES

- Growth vs Downsizing
- Market penetration

- Vertical Integration (upstream/backward)
- Diversification
- Internationalization

E) SEMINARS

- Business case discussions and testimonials

Mode of Delivery

Lectures, case discussions, on-line assignments

Recommended reading list (Bibliography)

MODULE A:

G. Airoidi – G. Brunetti – V. Coda, *Corso di Economia Aziendale*, Il Mulino, 2005, Cap. 1.1, 1.2, 1.3, 2, 3.1, 3.2, 3.3, 3.4, 3.5, 3.6, 4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 5, 9.1, 11.1, 11.2, 11.3, 11.4, 11.5, 12.1, 12.2, 12.3, 14, 16.1, 16.2, 16.3, 16.4, 17.1, 17.2, 17.3.

Case studies and selected business articles will be available via elearning.

MODULE B:

Cotta Ramusino E. – Onetti A. *Strategia d'impresa*, Il Sole 24 Ore Libri, Milano, 4a Edizione, 2013, Cap. 3, 4.1, 4.2, 4.3, 5, 6.

Assessment

Written exam at the end of the Course on topics discussed in Class and materials listed above (see reference books).

Students have the chance to do a mid-course exam right after the completion of Module A. In case of positive valuation for Module A, they can complete the valuation with an exam on Module B to be done in the June and July exam sessions after the end of the Course.

In case of negative evaluation for Module B, the student is required to repeat the entire exam.

In any case students will have the opportunity to do the entire exam (Module A + B) starting from the first session following the end of the Course. The final valuation will be calculated as the average of the valuations received for both Modules. Both valuations must be sufficient.

Office hours

Instructors will be available at the end of each class as well as in office hours that will be communicated at the beginning of the course and will be indicated on the elearning space and/on instructors' personal pages, with periodical updates.

Academic Timetable

http://www3.uninsubria.it/pls/uninsubria/consultazione.mostra_pagina?id_pagina=6606

Exam sessions

http://www3.uninsubria.it/pls/uninsubria/consultazione.mostra_pagina?id_pagina=6605