

SOCIOLOGIA (LB26)

(Università degli Studi)

Insegnamento ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE

GenCod 02855

Docente titolare Oronzo TRIO

Insegnamento ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE

Insegnamento in inglese MANAGEMENT

Settore disciplinare SECS-P/08

Corso di studi di riferimento SOCIOLOGIA

Tipo corso di studi Laurea

Crediti 8.0

Ripartizione oraria Ore Attività frontale: 48.0

Per immatricolati nel 2021/2022

Erogato nel 2022/2023

Anno di corso 2

Lingua ITALIANO

Percorso PROFESSIONALE E DIDATTICA DELLE SCIENZE UMANE

Sede

Periodo Primo Semestre

Tipo esame Orale

Valutazione Voto Finale

Orario dell'insegnamento

<https://easyroom.unisalento.it/Orario>

BREVE DESCRIZIONE DEL CORSO

Il corso si propone di fornire gli strumenti attraverso i quali gestire e condurre le imprese con un approccio gestionale e di marketing. Si analizzerà l'impresa nel suo contesto di riferimento, al fine di delineare le formule organizzative e la governance che, nel corso del tempo, si sono susseguite per consentire il costante adeguamento dell'entità considerata. Inoltre, si approfondiranno i processi gestionali e le relazioni impresa-cliente, in particolare nei processi di comunicazione ed interazione che il web e la digitalizzazione consentono di adottare.

PREREQUISITI

Non sono previsti prerequisiti per l'accesso al corso

OBIETTIVI FORMATIVI

Il corso fornisce agli studenti gli strumenti fondamentali per il governo e la direzione delle imprese di produzione di beni e servizi. In particolare, il corso vuole approfondire:

- la conoscenza degli strumenti di analisi del contesto competitivo d'impresa
- la conoscenza delle modalità di progettazione e implementazione delle strategie d'impresa
- la conoscenza dello sviluppo di strategie funzionali d'impresa

Al termine del corso lo studente sarà in grado di analizzare l'ambiente e l'impresa in termini di risorse e competenze al fine di assumere decisioni inerenti le scelte strategiche e gestionali dell'impresa

A tal fine il corso propone di trasmettere le seguenti competenze e conoscenze:

CONOSCENZE E CAPACITA' DI COMPrensIONE

Al termine dell'insegnamento, lo studente dovrà possedere le nozioni fondamentali per gestire un'impresa in condizione di economicità.

Nello specifico, lo studente:

- identifica e classifica le variabili che compongono l'ambiente in cui opera l'impresa.
- riconosce l'influenza esercitata da tali variabili sull'impresa
- identifica i confini dell'impresa ed i building blocks su cui l'impresa può costruire il vantaggio competitivo
- distingue ed identifica le strategie corporate da quelle di business
- identifica e riconosce le principali funzioni aziendali.

CONOSCENZA E COMPrensIONE APPLICATA

- analizza l'ambiente esterno ed individua le forze ambientali rilevanti per l'impresa
- formula scelte strategiche in specifiche condizioni ambientali e di business
- valuta le strategie aziendali implementate a seconda delle caratteristiche dell'impresa stessa e del contesto competitivo

AUTONOMIA DI GIUDIZIO

- interpreta le scelte strategiche dell'impresa ed esprime considerazioni critiche
- esprime in forma orale considerazioni analitiche e di sintesi sugli aspetti fondamentali della disciplina ed effettua collegamenti interdisciplinari.

ABILITA COMUNICATIVE

Lo studente, al termine del corso, sarà in grado di comunicare problemi, idee e soluzioni relative alla gestione d'impresa in modo chiaro, corretto ed esauriente e sarà in grado di esprimersi in modo efficace sia rispetto ad un pubblico non specializzato di utenti e committenti che rispetto ad esperti.

METODI DIDATTICI Le lezioni si terranno prevalentemente in modalità frontale e saranno integrate da casi di studio e seminari di approfondimento tenuti da esperti operanti nei vari campi indagati

MODALITA' D'ESAME L'esame consiste in una prova orale

PROGRAMMA ESTESO

- L'impresa e il suo ambiente
- Reti, distretti, territorio
- Il governo d'impresa tra equilibrio interno e contesto
- Impresa, ambiente, competitività
- Le decisioni di governo aziendale
- L'analisi delle performance
- La gestione finanziaria delle imprese
- Il rapporto industria-distribuzione
- La comunicazione d'impresa
- Il digital marketing

TESTI DI RIFERIMENTO Maizza A.: "Management d'impresa. I processi gestionali tra digitalizzazione e ipercompetitività". Vol. 1. Ed. I Liberimi, 2016