



**PROGETTO DIOR ADVANCED**  
Progetto di didattica orientativa in ambito scientifico

Elementi di economia aziendale e pianificazione strategica

**CORSO DI LAUREA IN SCIENZE GASTRONOMICHE**

**Modulo formativo di 8 ore**

**Obiettivo del modulo formativo:**

- Fornire conoscenze di base dell'economia aziendale e della pianificazione strategica dell'impresa,
- Confrontare il proprio livello di conoscenze e abilità con le esigenze poste dagli studi universitari.
- **Docente:** prof. ssa Vittoria Pilone -
- **Destinatari:** 30 studenti delle classi quinte della rete di scuole DIOR
- **Sede:** Dipartimento di Scienze Agrarie, degli Alimenti e dell'Ambiente- Via Napoli 25-

<b>MODULO DI 8 ORE</b>			
	<b>DATA</b>	<b>ORARIO</b>	<b>ARGOMENTI / ATTIVITA'</b>
1.	<b>05 marzo 2018</b> Lunedì Aula 5	<b>10.30-13.30</b> 3 ore	<b>1. Introduzione all'economia aziendale</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• I concetti fondamentali dell'economia aziendale <ul style="list-style-type: none"> <li>○ L'attività economica</li> <li>○ I bisogni</li> <li>○ I fattori di produzione</li> <li>○ L'innovazione economica</li> </ul> </li> <li>• Il sistema d'impresa <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Il modello input-output</li> <li>○ Il paradigma S-A-R</li> <li>○ Il rapporto impresa-ambiente</li> </ul> </li> </ul>
2.	<b>08 marzo 2018</b> Giovedì Aula 2	<b>11.30-13.30</b> 2ore	<b>La pianificazione strategica dell'impresa</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La dimensione competitiva dell'impresa e il suo l'orientamento strategico</li> <li>• La pianificazione strategica dell'impresa</li> </ul>
3.	<b>12 marzo 2018</b> Lunedì Aula 5	<b>10.30-13.30</b> 3 ore	<b>La pianificazione strategica dell'impresa</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Il processo di pianificazione a livello CORPORATE <ul style="list-style-type: none"> <li>○ La mission aziendale</li> <li>○ Identificazione delle Strategic Business Unit</li> <li>○ Analisi e valutazione del portafoglio attività la matrice BGC, la matrice General Electric</li> </ul> </li> <li>• Il processo di pianificazione a livello di BUSINESS <ul style="list-style-type: none"> <li>○ L'analisi dell'ambiente (il macroambiente, le 5 forze competitive di Porter, la SWOT analysis)</li> <li>○ Gli strumenti per definizione della strategia BUSINESS (il vantaggio competitivo e le strategie competitive di Porter)</li> </ul> </li> </ul>
		<b>TOT ore 8 ore</b>	<b>Testi per lo studio:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Autori vari (1996). Lezioni di Economia Aziendale, Giappichelli - Parte Seconda, Cap. 1 pp. 56-76.</li> <li>○ Peter J. P., Donnely J. H (1999): Marketing, Mc Graw-</li> </ul>



			<p>Hill- cap 1 + appendice pag 3-37</p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Airoidi G., Brunetti G., Coda V. (2005). “Lezioni di economia aziendale”, Il mulino - Cap 8 pp 290-296</li><li>○ Balestri G. (2005) “Manuale di economia e gestione aziendale” Hoepli – SEZ M - cap 1 pp.3-16</li><li>○ Kotler Philip., Clark John B., Scott Walter G. (1992): Marketing Management. ISEDI Cap 2</li></ul> <p><b>Testi per approfondimenti:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Invernizzi G , “Il sistema delle strategie” Mc Graw Hill,</li><li>○ Saloner G., Shepard A., Podolny J.: Strategia d’impresa, ETAS, 2002</li></ul>
			TEST DI VERIFICA FINALE: entro giugno 2018 (da stabilire)

La frequenza al modulo formativo di fondamenti di **Fondamenti di economia aziendale e marketing** dà diritto a:

- attestato di frequenza e riconoscimento di 1 CFU (crediti formativi universitari), previo superamento di un test di verifica finale;
- attestato di frequenza se lo studente NON sostiene il test di verifica finale.