**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-

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **MODULO DI 8 ORE** |  |  |
|  | **DATA** | **ORARIO** | **ARGOMENTI / ATTIVITA’** |
|  | **05 marzo 2018**  **Lunedì**  **Aula 5** | **10.30-13.30**  **3 ore** | **1. Introduzione all’economia aziendale**   * I concetti fondamentali dell’economia aziendale   + L’attività economica   + I bisogni   + I fattori di produzione   + L’innovazione economica * Il sistema d’impresa   + Il modello input-output   + Il paradigma S-A-R   + Il rapporto impresa-ambiente |
|  | **08 marzo 2018**  **Giovedì**  **Aula 2** | **11.30-13.30**  **2ore** | **La pianificazione strategica dell’impresa**   * La dimensione competitiva dell’impresa e il suo l’orientamento strategico * La pianificazione strategica dell’impresa |
|  | **12 marzo 2018**  **Lunedì**  **Aula 5** | **10.30-13.30**  **3 ore** | **La pianificazione strategica dell’impresa**   * Il processo di pianificazione a livello CORPORATE   + La mission aziendale   + Identificazione delle Strategic Business Unit   + Analisi e valutazione del portafoglio attività la matrice BGC, la matrice General Electric * Il processo di pianificazione a livello di BUSINESS   + L’analisi dell’ambiente (il macroambiente, le 5 forze competitive di Porter, la SWOT analysis)   + Gli strumenti per definizione della strategia BUSINESS (il vantaggio competitivo e le strategie competitive di Porter) |
|  |  | **TOT ore 8 ore** | **Testi per lo studio:**   * Autori vari (1996). Lezioni di Economia Aziendale, Giappichelli - Parte Seconda, Cap. 1 pp. 56-76. * Peter J. P., Donnely J. H (1999): Marketing, Mc Graw-Hill- cap 1 + appendice pag 3-37 * Airoldi G., Brunetti G., Coda V. (2005). “Lezioni di economia aziendale”, Il mulino - Cap 8 pp 290-296 * Balestri G. (2005) “Manuale di economia e gestione aziendale” Hoepli – SEZ M - cap 1 pp.3-16 * Kotler Philip., Clark John B., Scott Walter G. (1992): Marketing Management. ISEDI Cap 2   **Testi per approfondimenti:**   * Invernizzi G , “Il sistema delle strategie” Mc Graw Hill, * Saloner G., Shepard A., Podolny J.: Strategia d’impresa, ETAS, 2002 |
|  |  |  | 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.