

FACOLTA': ECONOMIA

CORSO DI LAUREA: ECONOMIA (curr. Start-up d'impresa e modelli di business)

INSEGNAMENTO: BUSINESS PLAN ED ECONOMIA DELLE IMPRESE DI START-UP

CFU: 6

ANNO DI CORSO: I

NOME DOCENTE: LUIGI ZINGONE

Indirizzo e-mail: luigi.zingone@uniecampus.it

I docenti possono essere contattati attraverso la sezione *Ricevimento docenti*, presente nell'area riservata del sito di Ateneo, che comprende *Ufficio virtuale*, *Sistema di messaggistica* e *Ricevimento Telefonico*.

Per le comunicazioni scritte bisogna utilizzare il *Sistema di Messaggistica*.

Orario ricevimento on line: martedì 15.00 alle 16.00 nell'ufficio virtuale del docente; mercoledì dalle 16.00 alle 17.00 telefonico tramite piattaforma.

Per poter usufruire del servizio si prega di formulare una richiesta previa a mezzo email all'indirizzo: luigi.zingone@uniecampus.it

RISULTATI DI APPRENDIMENTO DELL'INSEGNAMENTO

il corso si propone di fornire allo studente un'adeguata conoscenza dei principi e delle funzioni fondamentali dell'azienda al fine di costruire, nell'ambito delle imprese di start-up, un business plan.

Il corso ha l'obiettivo di far conseguire allo studente i seguenti risultati formativi

1. Con riferimento alla conoscenza e capacità di comprensione:

- a. Sono fornite le nozioni riferite all'azienda.
- b. Sono fornite le nozioni inerenti all'organizzazione e le principali strutture organizzative.
- c. Sono illustrate le caratteristiche di una start-up.
- d. Sono illustrate le strategie aziendali.
- e. Sono illustrate le politiche di marketing.
- f. Sono illustrate le nozioni necessarie a redigere e comprendere un business plan.

Lo studente al termine del corso sarà in grado di:

- predisporre le strategie aziendali adeguate al contesto nel quale opera l'impresa;
- predisporre le politiche di marketing affinché un'impresa possa fidelizzare i clienti e massimizzare i profitti;
- apprendere le logiche e le strategie sottostanti alla creazione di una start-up;
- predisporre un business plan.

2. Con riferimento alla conoscenza e capacità di comprensione applicate:

Sono forniti strumenti, esempi ed esercitazioni svolte e da svolgere, inerenti principalmente alla predisposizione delle strategie aziendali nell'ambito delle start-up. Lo studente deve pervenire alla conoscenza, con il supporto di libri di testo avanzati, di alcuni temi d'avanguardia nel proprio campo di studio.

3. Con riferimento all'autonomia di giudizio:

Lo studente deve essere in grado di raccogliere ed interpretare i dati rilevanti.

Al termine del corso lo studente sarà in grado di redigere e comprendere il bilancio, e avrà sviluppato le capacità idonee ad esprimere giudizi originali ed autonomi sulle caratteristiche di un business plan redatto nel contesto di una start-up.

4. Con riferimento alle abilità comunicativa:

Lo studente deve essere in grado di elaborare informazioni, formulare idee, affrontare problemi e proporre soluzioni.

Il corso fornisce elementi che consentono allo studente di comunicare anche con un pubblico di settore in modo chiaro e corretto, utilizzando la corretta terminologia tecnica. Lo studente può trarre dal materiale didattico nozioni e deduzioni che possono sviluppare, nonché potenziare, le proprie abilità di comunicazione.

5. Con riferimento all'abilità ad apprendere:

Lo studente deve aver sviluppato le competenze necessarie per intraprendere studi successivi con un alto grado di autonomia.

Lo studente sarà in grado di rielaborare e di applicare autonomamente le conoscenze e i metodi appresi. Il corso fornisce allo studente argomenti e strumenti che costituiscono la base di partenza da cui sviluppare e rafforzare, in autonomia, le capacità di realizzare un business plan nell'ambito di una start-up.

PROGRAMMA DETTAGLIATO

- 1 L'AZIENDA
- 2 I RUOLI E LE FUNZIONI
- 3 DOVE OPERA L'IMPRESA
- 4 IL MERCATO E L'AMBIENTE
- 5 L'AZIENDA QUALE SISTEMA COMPLESSO
- 6 L'ANALISI DELL'AMBIENTE COMPETITIVO
- 7 IL RAPPORTO ORGANIZZAZIONE-MERCATO
- 8 LA VISIONE SOCIALE DELL'AZIENDA
- 9 L'ORGANIZZAZIONE ED IL PROCESSO DI DIREZIONE AZIENDALE
- 10 LE STRUTTURE ORGANIZZATIVE
- 11 LE STRUTTURE INNOVATIVE
- 12 I PIANI AZIENDALI E LA GAP ANALYSIS
- 13 GLI STILI DI COMANDO
- 14 IL CONTROLLO DIREZIONALE
- 15 I SISTEMI INFORMATIVI
- 16 IL CONCETTO DI STRATEGIA E IL PROCESSO DI GESTIONE STRATEGICA
- 17 LE STRATEGIE COMPLESSE

- 18 LE STRATEGIE ED I PERCORSI ALTERNATIVI DI SVILUPPO
- 19 L'INTERNAZIONALIZZAZIONE
- 20 IL MODELLO DI PORTER E LE A.S.A.
- 21 LA GESTIONE OPERATIVA
- 22 IL MARKETING
- 23 LA POLITICA DI PRODOTTO
- 24 LA POLITICA DI PREZZO
- 25 LA POLITICA DI DISTRIBUZIONE
- 26 LA POLITICA DI PROMOZIONE
- 27 IL MARKETING INTERNAZIONALE
- 28 IL MARKETING NELL'ERA DIGITALE
- 29 LA PIANIFICAZIONE DEL MARKETING
- 30 LA GESTIONE AZIENDALE COME SISTEMA DI OPERAZIONI E VALORI
- 31 I VALORI NUMERARI
- 32 I VALORI ECONOMICI E LE RELAZIONI CON I VALORI NUMERARI
- 33 I VALORI FINANZIARI E I VALORI ECONOMICI DI CAPITALE
- 34 IL REDDITO D'IMPRESA
- 35 LE RELAZIONI TRA REDDITO E CAPITALE
- 36 EQUILIBRIO ECONOMICO ED EQUILIBRIO FINANZIARIO
- 37 L'AUTOSUFFICIENZA NEL SISTEMA IMPRESA
- 38 LA RILEVAZIONE IN CONTABILITA' GENERALE
- 39 CENNI SULLA FORMAZIONE DEL BILANCIO DI ESERCIZIO
- 40 LE CARATTERISTICHE DI UNA START-UP
- 41 I RISCHI DI UNA START-UP
- 42 MODELLI INTERPRETATIVI E FATTORI CHIAVE DELLO SVILUPPO DELL'IMPRESA
- 43 I VALORI DEL NEO-IMPREDITORE
- 44 GLI INCUBATORI
- 45 I DIFFERENTI TIPI DI INCUBATORI
- 46 CASES HISTORY DI START-UP
- 47 IL BUSINESS PLAN
- 48 CASES HISTORY

EVENTUALI PROPEDEUTICITÀ CONSIGLIATE

Non sono previste propedeuticità.

Stante il carattere preliminare delle nozioni di base e la presenza delle stesse in molti altri insegnamenti, si suggerisce di anticipare quanto possibile la preparazione di questo esame.

MODALITÀ DI SVOLGIMENTO ESAME

L'esame si svolge a scelta dello studente in modalità scritta, attraverso una prova costituita da 23 domande a risposta chiusa e 2 domande a risposta aperta con eventuale orale integrativo, o in modalità orale, in base a quanto previsto dal *Regolamento per lo svolgimento degli esami di profitto* consultabile sul sito dell'Ateneo, al seguente link.

https://www.uniecampus.it/fileadmin/user_upload/regolamenti/Regolamento_per_lo_Svolgimento_degli_esami_di_profitto.pdf

CRITERI DI VALUTAZIONE DELL'APPRENDIMENTO

I risultati dell'apprendimento sono valutati attraverso la prova scritta d'esame, volta a verificare le conoscenze e le capacità applicative dello studente, la terminologia utilizzata, la capacità di individuare e risolvere problemi che richiedono la comprensione dei concetti teorici di base.

L'accertamento dei risultati in sede d'esame avviene mediante esercitazioni, domande a risposta multipla e domande a risposta aperta. Le esercitazioni sono utili a valutare implicitamente le conoscenze teoriche degli studenti e, in modo esplicito, quelle applicate. Le domande a risposta multipla e in particolare le domande a risposta aperta hanno l'obiettivo di valutare le conoscenze degli studenti e di apprezzare la loro capacità di ragionamento, l'autonomia di giudizio, la capacità di comunicare attraverso una terminologia adeguata.

Le conoscenze e le competenze degli studenti sono inoltre accertate attraverso gli strumenti di didattica interattiva che prevedono la compilazione di quiz e lo svolgimento di esercitazioni, da sottoporre al docente per una valutazione. Si tratta di strumenti per lo più di autovalutazione e di confronto con il docente, che non partecipano al punteggio d'esame.

Con riferimento alla conoscenza e capacità di comprensione

L'esame finale verificherà le conoscenze acquisite dallo studente sui seguenti argomenti:

- caratteristiche e definizione dell'azienda;
- caratteristiche e definizione dell'organizzazione;
- caratteristiche e definizione delle strategie aziendali;
- caratteristiche e definizione del marketing;
- caratteristiche e definizione delle imprese in fase di start-up;
- caratteristiche della contabilità di esercizio;
- principi di redazione del business plan.

Con riferimento alla conoscenza e capacità di comprensione applicate

L'esame finale valuterà le capacità dello studente di applicare le conoscenze acquisite, sia attraverso collegamenti tra i temi trattati, sia attraverso quesiti e problemi aventi ad oggetto l'organizzazione ed i principali modelli organizzativi, le strategie aziendali, il marketing, le imprese in fase di start-up, la contabilità di esercizio ed il bilancio, il business plan.

L'accertamento dei risultati in sede d'esame avviene mediante domande a risposta multipla e domande a risposta aperta, che possono consistere anche in esercizi applicativi utili a valutare sia le conoscenze teoriche dello studente, sia le conoscenze e capacità di comprensione applicate. Oltre all'esame scritto, l'accertamento può avvenire anche mediante esame orale.

Con riferimento all'autonomia di giudizio

Lo studente dovrà essere in grado di esprimere giudizi autonomi sulla corretta qualificazione delle strategie aziendali e sulle politiche di marketing.

L'autonomia di giudizio sarà valutata sia attraverso le domande a risposta aperta che in sede di esame orale.

Con riferimento all'abilità comunicativa

Lo studente dovrà essere in grado di utilizzare la terminologia di settore corretta. L'esame finale valuterà questa abilità, sia attraverso le domande a risposta aperta che in sede di esame orale.

Con riferimento all'abilità di apprendere

Lo studente dovrà acquisire le capacità di apprendimento idonee ad approfondire, anche autonomamente, le tematiche connesse a quelle affrontate nel corso. L'abilità sarà valutata sia attraverso le esercitazioni, che attraverso l'esame orale.

CRITERI DI ATTRIBUZIONE DEL VOTO FINALE

Sulla base dei criteri di valutazione sopra indicati, l'attribuzione del voto finale avviene attraverso i seguenti criteri:

1) Criteri di attribuzione del voto alla prova scritta:

a) le risposte alle domande chiuse sono valutate su scala 0-1 punti, secondo i seguenti criteri:

- 0 = risposta errata;
- 1 = risposta corretta;

b) le risposte alle domande aperte sono valutate su scala 0-2 punti, secondo i seguenti criteri:

- 0 = risposta mancante, errata o priva di elaborazione personale;
- 1 = contestualizzazione della risposta corretta, ma con presenza di elementi non corretti o esposta in modo non efficace o incompleto;
- 2 = risposta corretta, ben esposta.

Alla prova scritta può essere attribuito un punteggio massimo di 27/30.

E' possibile sostenere una prova orale integrativa per il raggiungimento di un punteggio superiore come dettagliato nel Regolamento per lo svolgimento degli esami di profitto.

2) Criteri di attribuzione del voto alla prova orale:

a) 0/30 – 17/30: prevalenza di argomentazioni non corrette e/o incomplete e scarsa capacità espositiva;

b) 18/30 – 21/30: prevalenza di argomentazioni corrette adeguatamente esposte;

c) 22/30 – 26/30: argomentazioni corrette e ben esposte;

d) 27/30 – 30/30 e lode: conoscenza approfondita della materia ed elevata capacità espositiva, di approfondimento e di rielaborazione.

MATERIALE DIDATTICO

Gli studenti sono tenuti a completare la preparazione per l'esame integrando i materiali didattici disponibili sulla piattaforma (slide, videolezioni, audiolezioni, ecc.) con i seguenti volumi obbligatori:

- 1) S. Sciarelli "Fondamenti di economia e gestione delle imprese", Cedam Padova, ISBN 9788813254032.
- 2) Philip Kotler, Kevin Keller, Fabio Ancarani "Marketing management", Pearson, ISBN: 8891902403

ATTIVITÀ DIDATTICHE

Attività di Didattica Erogativa (ore di impegno stimato per lo studente):

- 17 ore di video e audio lezioni.

Attività di Didattica Interattiva (ore di impegno stimato per lo studente):

- 19 ore di quiz.

Attività di autoapprendimento (ore di impegno stimato per lo studente):

- 114 ore (*slide del corso, dispense, libri, articoli, sitografia, testi d'esame*).

CONSIGLI DEL DOCENTE

Lettura periodica del quotidiano "sole 24 ore" e/o periodici di economia.