

Corso di Studio in
“SCIENZE MOTORIE, PRATICA E GESTIONE DELLE ATTIVITÀ SPORTIVE”
a.a. 2019/2020

INSEGNAMENTO
ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE

SSD SECS-P/08; CFU 6
II ANNO; I SEMESTRE

Docente: **Prof. Massimo Rosati**

Qualifica e curriculum scientifico del docente	<p>Massimo Rosati</p> <p>Cultore della Materia in Marketing Principi e Strumenti e Professore a contratto presso il Dipartimento di Scienze dell’Economia e dell’Impresa dell’Università di Firenze. Dal 2000 ha ricoperto regolari incarichi di insegnamento nelle discipline del Management e Marketing delle Imprese presso la medesima Università. Attualmente è titolare del corso di Web Marketing presso il Master di I Livello in Economia e Management del Turismo ed è titolare del modulo di Marketing nell’ambito del Laboratorio di Concept Design presso il Master di II Livello in Industrial Design. Dal 2016 ricopre la cattedra di Global Workforce Mangement e di International Dimension of Organizational Behaviour presso il consorzio universitario statunitense CAPA-Global Business Institute ed è inoltre titolare di numerosi corsi di Marketing presso la International School of Business della Florence University of the Arts. Svolge attività professionale in qualità di consulente di direzione per le imprese del settore turistico e del food & beverage. E’ socio Ordinario della Società Italiana di Marketing. I suoi interessi di ricerca si rivolgono alle dinamiche evolutive della distribuzione turistica ed all’innovazione nell’ambito del food & wine marketing. Pubblicazioni recenti:</p> <p>-Ranfagni Silvia; Burresti Aldo; Rosati Massimo (2015) <i>“L'autenticità come self-appropriation: paradigmi emergenti da un caso di studio nel settore vitivinicolo”</i>. In: Atti del Convegno SIM, Torino, 22-23 ottobre;</p> <p>-A.Runfola; M.Rosati; S.Guercini (2013). <i>“New business models in online hotel distribution: Emerging private sales versus leading IDS”</i>. SERVICE BUSINESS, vol. 7, pp. 183-205.</p>
---	--

<p>Articolazione dei contenuti e suddivisione in moduli didattici del programma</p>	<p>INDICE E DEFINIZIONE DEI CONTENUTI</p> <p>L'insegnamento di Economia e Gestione delle Imprese sarà suddiviso in due Moduli ed approfondirà i seguenti contenuti:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. MODULO 1 – LA STRATEGIA NEL SISTEMA IMPRESA <ul style="list-style-type: none"> ○ Il sistema Impresa e l'ambiente competitivo: L'impresa come sistema, l'impresa familiare, l'ambiente rilevante per l'impresa, l'ambiente competitivo, ○ Le Risorse e Competenze distintive nel sistema impresa: l'impresa come insieme di risorse, dalle risorse alle competenze distintive, l'orientamento strategico ○ La Gestione Strategica ed il Business Model: l'elaborazione della strategia, il vantaggio competitivo, le strategie competitive, le strategie di collaborazione, la proposta di valore, i fattori critici, le proposte di profittabilità, i nuovi modelli di business (digital economy, sharing economy, green economy) 2. MODULO 2 – LA GESTIONE AZIENDALE IN CHIAVE STRATEGICA <ul style="list-style-type: none"> ○ La Pianificazione Strategica: il significato, l'evoluzione ed il ruolo attuale della pianificazione d'impresa, le condizioni di fondo, l'orientamento strategico. ○ Il Marketing: marketing come filosofia gestionale, marketing strategico, marketing operativo ○ L'innovazione Tecnologica ed il Vantaggio competitivo: gli investimenti in R&S, tecnologia e profittabilità, innovazione e strategia d'impresa, gestione del patrimonio di competenze tecnologiche, innovare per progetti
<p>Abstract (In Inglese)</p>	<p>Economics and Business Management deals with the basics of Business Management with a particular focus on the service industry. This course has been designed to introduce to undergraduate students in motor sciences the critical aspects of strategic and operative management for the success of small and large firms operating in the sport and facility business. In particular, the following topics will be discussed: the enterprise system and characteristics of the competitive environment; the concept of competitive advantage and basic competitive strategies; Business Model, Value Chain and Strategic planning; Marketing Strategies and Operations; the role of Technological Innovation in fostering new value for the market. The course contains a good introduction to each topic and an advance treatment of theory at a fairly understandable level to the students at this stage.</p>

<p>Obiettivi formativi</p>	<p>L'insegnamento si propone di introdurre gli studenti ai temi della creazione e del governo delle imprese nonché dei processi decisionali a supporto delle scelte aziendali per la competitività, nell'ottica di uno sviluppo che deve tenere conto dell'estremo dinamismo del contesto ambientale nel quale si trovano ad operare. Il corso si focalizza sull'analisi del ruolo dell'impresa nei sistemi economici e delle sue componenti fondamentali. Il fine è quello di fornire agli studenti chiavi di lettura del comportamento delle imprese e di interpretazione del cambiamento in atto nei modelli produttivi e di business nel contesto economico attuale. In particolare, l'insegnamento intende dotare gli studenti delle basi concettuali fondamentali dell'impresa e del management, dei principali profili di gestione nonché dei criteri e delle logiche decisionali di riferimento, non solo in chiave conoscitiva, ma anche in relazione allo sviluppo delle connesse capacità applicative. Al termine delle lezioni, lo studente sarà in grado di possedere i concetti chiave per l'interpretazione del comportamento dell'impresa, comprendere le logiche e gli strumenti fondamentali del suo funzionamento e individuare idonei percorsi di azione sia a livello di funzione aziendale che soprattutto di impresa nel suo complesso.</p>
<p>Risultati d'apprendimento previsti</p>	<p>A. Conoscenza e comprensione Lo studente sarà in grado di comprendere i principali meccanismi di funzionamento del sistema economico in relazione al funzionamento e al ruolo delle imprese.</p> <p>B. Capacità di applicare conoscenza e comprensione Lo studente sarà in grado di sviluppare la capacità di conoscere e interpretare adeguatamente i concetti di base propri dell'economia delle imprese</p> <p>C. Autonomia di giudizio Lo studente sarà in grado di interpretare le dinamiche di mercato determinate dai comportamenti delle imprese e di esprimere giudizi autonomi sulle implicazioni derivanti dalle scelte delle imprese</p> <p>D. Abilità comunicative Lo studente saprà comunicare con chiarezza e competenza informazioni specifiche, presentare le proprie idee, sollevare problemi e proporre soluzioni</p> <p>E. Capacità di apprendimento Lo studente avrà acquisito le conoscenze necessarie per comprendere le dinamiche di base del sistema economico determinate dalle imprese</p>

<p>Competenze da acquisire</p>	<p>RISULTATI ATTESI</p> <p>A. Utilizzo di libri di testo avanzati, conoscenza di alcuni temi d'avanguardia nell'ambito della materia oggetto di studio Gli studenti dovranno dimostrare la conoscenza delle teorie e dei principali modelli alla base del funzionamento dell'impresa. In particolare la distinzione fra comportamento strategico ed operativo soprattutto alla luce delle recenti evoluzioni dell'ambiente competitivo e tecnologico avvenute nei mercati a seguito della globalizzazione.</p> <p>B. Approccio professionale al proprio lavoro e possesso di competenze adeguate per concepire argomentazioni, sostenerle e per risolvere problemi nell'ambito della materia oggetto di studio Gli studenti dovranno dimostrare di saper utilizzare le conoscenze apprese durante il primo Modulo del corso, affrontando individualmente una "case analysis" proposta dal docente ed i cui risultati – condensati in un documento in formato ppt (10 slides) - verranno successivamente presentati agli altri studenti nell'ambito di un incontro sincrono.</p> <p>C. Capacità di raccogliere e interpretare dati utili a determinare giudizi autonomi. Gli studenti dovranno predisporre individualmente un short research paper composto da 5 cartelle in formato .doc su un tema identificato di concerto con il docente e relativo ad uno degli argomenti affrontati nel corso del secondo Modulo delle lezioni. Dal punto di vista metodologico la ricerca bibliografica e dei dati (o del caso aziendale) alla base dell'analisi dovrà essere condotta attraverso l'accesso ai dati OPAC e tramite webquest opportunamente guidata dal tutor.</p> <p>D. Capacità di comunicare informazioni, idee, problemi e soluzioni ad interlocutori specialisti e non specialisti. I corsisti dovranno esporre ai propri colleghi e ai docenti i lavori svolti individualmente e in gruppo. Inoltre al termine dei lavori saranno impegnati in una <i>peer review</i> assistita dai tutor.</p> <p>Capacità di intraprendere studi successivi con un alto grado di autonomia. Sia la Case Analysis che il Research paper dovranno contenere indicazioni circa problematiche, contenuti e riferimenti sitografici e/o bibliografici argomentati che consentano di approfondire i lavori svolti.</p>
<p>Organizzazione della didattica</p>	<p>DIDATTICA EROGATIVA</p> <p>- N. 14 videolezioni registrate fruibili da piattaforma</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - N. 2 incontri sincroni in piattaforma - Podcast di tutte le video lezioni sopramenzionate. <p>DIDATTICA INTERATTIVA</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1 forum di orientamento al corso; - 2 forum di approfondimento tematico (1 per modulo); - Possibilità di svolgere lavori di (e in) gruppo. - 2 <i>e-tivity</i> strutturate (come descritte nelle Modalità di verifica in itinere). <p>AUTOAPPRENDIMENTO</p> <p>Per ciascun modulo sono previsti materiali didattici: approfondimenti tematici, articoli e slides del docente, letture open access, risorse in rete, bibliografia di riferimento, ecc.</p>
<p>Testi consigliati per l'esame</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Fontana F., Caroli M. (2017). Economia e Gestione delle imprese. McGraw-Hill (ESCLUSI i Capitoli 2, 6, 8, 10, 11, 12). ○ Rosati M. Slides del corso di Economia e Gestione delle Imprese <p>Per rispondere in maniera flessibile alle specifiche esigenze di ogni singolo studente, il docente si riserva la possibilità di consigliare letture alternative o aggiuntive durante le lezioni e agli studenti che ne faranno richiesta.</p>
<p>Modalità di verifica in itinere</p>	<p>L'accesso alla prova finale è subordinato allo svolgimento delle seguenti n° 2 <i>e-tivity</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Per il Modulo 1 Realizzazione di una Case Analysis nella quale gli studenti, utilizzando i concetti ed i modelli teorici proposti durante il primo Modulo delle lezioni dovranno interpretare un caso reale fornendo risposte ad una serie di quesiti manageriali proposti dal docente. Il risultato di questa <i>e-tivity</i> consiste nella presentazione in plenaria di un documento PPT composto da 10 slides durante una sessione sincrona. ○ Per il Modulo 2 Realizzazione di un Short Research Paper su un argomento riferito al secondo Modulo e concordato con il docente. Il documento dovrà essere composto da 5 cartelle (tnr 12, interlinea 1,5) seguendo un format accademico. La ricerca bibliografica e dei dati o del caso aziendale alla base del breve documento di ricerca dovrà essere condotta attraverso

	<p>l'accesso ai dati OPAC e tramite webquest opportunamente guidata dal tutor.</p> <p>E' necessario consegnare le e-tivity almeno una settimana prima dell'esame.</p>
Modalità di svolgimento dell'esame finale	<p>La verifica dell'apprendimento avverrà attraverso il colloquio orale sui contenuti del corso e sull'eventuale relazione finale presentata. Il voto (min 18, max 30 con eventuale lode) è determinato dal livello della prestazione per ognuna delle seguenti dimensioni dell'esposizione orale: padronanza dei contenuti, appropriatezza delle definizioni e dei riferimenti teorici, chiarezza dell'argomentare, dominio del linguaggio specialistico.</p>
Lingua d'insegnamento	Italiano