

**SCHEDA DATI PER OFFERTA FORMATIVA PUBBLICA DI CUI AL PUNTO 1.2
DELLA CIRCOLARE MINISTERIALE N° 187 DELL'11 GIUGNO 2008**

Insegnamento: N° crediti/n° ore Docente titolare: Qualifica SSD di appartenenza Struttura di afferenza Telefono e-mail Orario di ricevimento Sito web docente	Economia e Gestione delle Imprese 6 CFU/60 ore Prof.ssa Giuseppina USAI Professore di 2° fascia SECS/P08 Dipartimento Di Economia delle Imprese, della Tecnologia e dell' Ambiente 070 675-3384 usai@unica.it su appuntamento http://www.econoca.it/did_docenti_dett.asp?id=73
Curriculum scientifico	<p>Professore Associato presso il Dipartimento Economia delle Imprese dal 1985, ha svolto in precedenza attività di ricerca presso l'Istituto di Tecnica Industriale della Facoltà di Economia di Cagliari come Borsista Ministeriale (1970-72), e come Assistente Universitario di ruolo(1973-83) della Facoltà di Economia SECS/P08. Il principale ambito di interesse scientifico è quello del Management delle imprese, del Marketing Management e dei Sistemi Informativi di Management in particolare, nei rapporti di canale: Industria/Distribuzione. L' attività di ricerca comprende l'analisi dei cambiamenti dell'organizzazione dell'impresa con riferimento particolare alle risorse umane</p> <p>Analisi della Domanda e dell'Offerta del settore non profit in Italia: Il ruolo del Marketing Management, Dispense ad uso esclusivo degli studenti del Master 2° livello, Management non profit, Sassari e Tortoli, Sardegna, 2008;</p> <p>Impegno individuale e impegno organizzativo per la creatività' e l'innovazione nell'impresa, Sinergie, n.73-74 2007 Verona;</p> <p>Ambivalenza di valori, interessi ed impegni dei soggetti umani dell'impresa, Annali della Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Cagliari, Franco. Angeli, 2005;</p> <p>L'evoluzione del commercio. tra innovazione e tradizione Cedam, Padova, 2004;</p> <p>Relazione introduttiva al seminario di marketing territoriale Regione Autonoma della Sardegna 2002.</p>
Contenuto schematico del corso di insegnamento	<p>Apprendimento della "cultura d'impresa" e la sua evoluzione; importanza delle risorse umane; principi di Economia Aziendale: aspetti economici e finanziari della gestione; nuove dinamiche competitive e nuovi comportamenti imprenditoriali e manageriali.</p> <p>I processi di globalizzazione e pluralità di forme di imprese:lo sviluppo del network</p>
Obiettivi formativi e risultati	Conoscenza e capacità di comprensione: approfondire la

attesi (secondo i descrittori di Dublino)	<p>conoscenza delle Imprese nei suoi aspetti organizzativi e gestionali.</p> <ul style="list-style-type: none"> · Conoscenza e capacità di comprensione applicate: capacità di analisi e diagnosi di casi Aziendali. · Autonomia di giudizio: sviluppare la capacità di utilizzare in modo critico e sistematico la complessità dell'Impresa. □ · Abilità comunicative: capacità di esprimere chiaramente i concetti operativi. · □Capacità di apprendere: saper integrare le conoscenze da varie fonti al fine di ampliare il sistema del sapere globale nei sistemi socio economici locali e internazionali
Articolazione del corso	<p><u>Introduzione</u></p> <p>Presentazione del corso:individuazione dei concetti di economia e gestione delle imprese.</p> <p>Modelli interpretativi dell'Impresa (8 ore di lezione):l'Impresa come sistema socio economico;l'impresa come sistema cibernetico e sistema cognitivo. Il sistema socio economico aperto: liberalizzazione e globalizzazione degli scambi.</p> <p>Il fenomeno organizzativo nelle imprese (8 ore di lezione): identificazione delle imprese , la missione e il comportamento strategico. Lo sviluppo multinazionale, adattivo e differenziato.</p> <p>Le relazioni imprese ambiente(10 ore lezione): analisi delle componenti dell'ambiente generale e dell'ambiente mercato. Analisi S.W.O.T.. definizione delle strategie competitive.</p> <p>La forza dell'organizzazione d'impresa (10 ore di lezione):Il ruolo dei soggetti umani, creatività individuale e collettiva. Il processo decisionale e la rete normativo comportamentale. Le strutture organizzative: gerarchiche e funzionali. Le grandi imprese: le Holding.</p> <p>Aspetti economici e finanziari della gestione dell' impresa (12 ore di lezione): le quattro operazioni fondamentali di gestione: finanziamento, investimento, trasformazione e realizzo. Il bilancio d'esercizio e analisi di bilancio.</p> <p>L'orientamento al Marketing (10 ore di lezione):la gestione e l'imperativo del vendere,la forza del marketing mix. Analisi dei casi aziendali. Il nuovo marketing: il ruolo di Internet.</p> <p>Nuovi scenari competitivi: la globalizzazione e l'impresa a rete(12 ore di lezione): Lo sviluppo tecnologico con particolare riferimento alle tecnologie dell'informazione e della comunicazione(ICT). Dall'impresa Fordista all'impresa Post Fordista. La Total Quality Managment : il caso Toyota, Amazon, IKEA. Nuovi modelli di impresa eco-sostenibile.</p>
Propedeuticità	<p>I requisiti sono quelli indicati nel contenuto della prova di</p>

	accesso
Anno di corso e semestre	2° anno. 2° sem.
Testi di riferimento	Giuseppe Usai Le imprese, Giuffrè Editore Milano, 2007 Barbara Di Bernardo – Enzo Rullani Il management e le macchine. Teoria evolutiva dell'impresa, Il Mulino, Bologna 1990. Saranno disponibili dispense, schemi ed altri supporti ad uso esclusivo degli studenti.
Modalità di erogazione dell'insegnamento	Tradizionale
Modalità di frequenza	Obbligatoria
Metodi di valutazione	Prova scritta e successiva prova orale. Prove in itinere per verifica apprendimento
Organizzazione della didattica	60 ore, di cui 48 ore di lezione e 12 ore di esercitazione.
Calendario prove d'esame	https://webstudenti.unica.it/esse3/ListaAppelliOfferta.do?jsessionid=5BB9895F4434F3A7ACF11F5CE763DD3F