

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DELL'AQUILA

CORSI DI LAUREA DI ECONOMIA

Corso di ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE E DEI SERVIZI Anno Accademico 2014/2015 – Primo Semestre (9 CFU – 60 ore – Laurea Magistrale LM-77)

DOCENTE
Prof. BARRICELLI Domenico

OBIETTIVO

Obiettivi formativi

L'insegnamento è finalizzato a fornire agli studenti conoscenze, strumenti e metodologie di analisi socio-economica, strategica e organizzativa utili ad interpretare i comportamenti aziendali di fronte agli scenari caratterizzati dalla centralità dei servizi e dalle reti d'impresa. L'obiettivo dell'insegnamento è diretto inoltre a promuovere la capacità degli studenti di leggere e interpretare i cambiamenti socio-economici, per poter impostare e implementare progetti e piani di sviluppo settoriali, aziendali, territoriali, quali figure specializzate (*Support Manager*) dei sistemi territoriali di PMI.

Obiettivi cognitivi

Saper leggere e interpretare le principali trasformazioni economiche e sociali legate alle attuali dinamiche competitive globali.

Saper focalizzare l'attenzione sulle dinamiche economiche, territoriali, sociali, tecnologiche, in riferimento a competitività e sviluppo dell'innovazione dei sistemi di PMI.

Acquisire la consapevolezza sulle problematiche dello sviluppo imprenditoriale e manageriale in chiave competitiva delle PMI italiane ed europee, attraverso l'analisi dei diversi ruoli esercitati dagli attori (*meta-organizer*) e specialisti (*support manager*), protagonisti dello sviluppo economico "glocale" all'interno dei sistemi territoriali di imprese (distretti, *cluster*, *network*, etc.).

Obiettivi professionalizzanti

Acquisire gli strumenti di analisi delle dinamiche che determinano lo sviluppo dei sistemi di gestione delle imprese nell'economia reticolare.

Sviluppare le conoscenze relative ai processi aggregativi territoriali (secondo l'approccio del *knowledge management territoriale*) attraverso l'acquisizione delle conoscenze, competenze e strumenti ad uso del "support manager" per le PMI.

Acquisire metodologie e strumenti di diagnosi dei sistemi di imprese (check-up aziendali, analisi dei fabbisogni territoriali, settoriali, aziendali), utili a contribuire allo sviluppo dei sistemi locali.

Sviluppare competenze relazionali e di comunicazione (attraverso il coinvolgimento di testimonianze istituzionali e aziendali nelle attività didattiche) – per il sostegno di progetti strategici di sviluppo locale (anche attraverso l'utilizzo del web).

Obiettivi trasversali

Disporre, attraverso le conoscenze e competenze acquisite nel percorso d'insegnamento - e dall'elaborazione di uno studio di caso aziendale "reale" con relativa presentazione (attraverso l'elaborazione di un *project work*)-, di elementi utili alla professionalizzazione degli studenti, quali "specialisti dell'attivazione di reti d'impresa".

PROGRAMMA

La prima parte dell'insegnamento intende fornire un contributo alla lettura degli scenari socio-economici determinati dalla presenza di nuovi paradigmi interpretativi della competizione globale e nuovi modelli organizzativi. Sarà posta attenzione alla centralità del concetto di rete, di *network* e all'importanza crescente assunta dalle nuove strategie legate all'organizzazione e gestione di servizi innovativi.

La seconda parte si concentrerà sugli aspetti riconducibili al management dei servizi, con particolare riferimento alle dimensioni strategiche, alla definizione del concept, all'analisi organizzativa e relazionale.

La terza parte sarà centrata su alcuni focus riconducibili a:

- modelli emergenti di business e problematiche di economia e gestione delle imprese e dei servizi nei sistemi di PMI e, in particolare, delle reti di impresa (distretti, filiere, cluster, network, etc.);
- analisi relazionali, principali approcci e tecniche;
- fasi di business planning.

I focus rappresentano elementi essenziali sui quali strutturare lavori di gruppo con l'obiettivo di realizzazione project works su casi di studio aziendali all'interno di nuove aree di business (*Tourism, Research and Technological Development, ITC, Health, Environment, Media, Education & Learning, etc.*), con il coinvolgimento di responsabili, manager, dirigenti e imprenditori.

METODO DI INSEGNAMENTO

Il corso prevede le seguenti modalità didattiche:

- lezioni frontali, finalizzate ad illustrare i contenuti fondamentali degli argomenti del programma e la relativa trattazione nei testi proposti e a fornire indicazioni complementari ed esemplificazioni;
- presentazione e discussione di case studies, rispondenti agli obiettivi di approfondire l'analisi dei temi trattati e di riflettere sui contenuti teorici in un contesto operativo simulato;
- realizzazione di lavori di gruppo su casi aziendali reali, al fine di contestualizzare le conoscenze e gli strumenti acquisiti in ambito teorico;
- organizzazione di seminari tematici di approfondimento (negli ambiti: Turismo, Ricerca e Sviluppo tecnologico, ITC, Salute, Ambiente, Media, Educazione e Istruzione, etc.), con testimonianze dal mondo dell'impresa, dei mercati e delle istituzioni;
- individuazione dei driver dell'innovazione nei sistemi di imprese e DEi servizi a supporto del *Knowledge Management Territoriale*, anche attraverso l'approccio legato all'*Organizational Network Analysis* (che vede l'utilizzo del web).

TESTI

Normann R., *La gestione strategica dei servizi*, EtasLibri, Milano, 1985.

Barricelli D. (Presentazione di Costa N.), *Competitività e innovazione nei sistemi territoriali di PMI. Il Manager di supporto alle reti d'impresa*, Giuffrè editore, Milano 2013

Dispense

Il docente metterà a disposizione degli studenti alcune dispense, sottoforma di slides, relative ai temi dell'insegnamento.

Testi facoltativi

Acs Z.J. Andretsch D.B. (a cura di), (2010), *Handbook of entrepreneurship research: an Interdisciplinary survey and introduction*, Springer, New York.

Butera F., De Michelis G., *L'Italia che compete. L'Italian Way of Doing Industry*, F. Angeli, Milano 2011

Oriani G., *La forza delle reti di relazioni informali nelle organizzazioni*, L'Organizational Network Analysis, Franco Angeli, 2008

ARTICOLI

Grannoveter M. S. (1998), *The Strength of Weak Ties*, in "The American Journal of Sociology", vol. 78

Zhang J. (2010), *The problems of using social networks in entrepreneurial resource acquisition*, in "International Small Business Journal", vol. 26, n. 4

ESAMI E CRITERI DI VALUTAZIONE

Gli studenti frequentanti presenteranno in sede di esame il project work di gruppo su un caso aziendale.

Gli studenti non frequentanti affronteranno l'esame sui testi indicati dal programma e sulle dispense disponibili on line.

Gli studenti con l'insegnamento di 6 crediti osserveranno le seguenti riduzioni dei capitoli dei due testi obbligatori:

Normann R., *La gestione strategica dei servizi*, EtasLibri, Milano, 1985 (no capitoli: 10, 12)

Barricelli D., *Competitività e innovazione nei sistemi territoriali di PMI. Il Manager di supporto alle reti d'impresa*, Giuffrè editore, Milano 2013 (no capitoli 3,4)

RIFERIMENTI A PRECEDENTI ANNI ACCADEMICI

Per queste informazioni inviare E-Mail al titolare del corso o chiedere in Segreteria Didattica.

MATERIALE DIDATTICO ED ULTERIORI INFORMAZIONI

Sul sito web dei corsi di Laurea di Economia viene reso disponibile eventuale materiale didattico e sono inoltre reperibili le informazioni relative a date, orari e aule delle lezioni, agli appelli d'esame, agli avvisi del docente e ai suoi dati personali compresi i recapiti telefonici e di posta elettronica.