

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DELL'AQUILA

CORSI DI LAUREA DI ECONOMIA

Corso di

ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE E DEI SERVIZI

Anno Accademico 2016/2017 – Primo Semestre
(9 CFU – 63 ore – Laurea Magistrale LM-77)

DOCENTE
Prof. Danilo NAPOLI

OBIETTIVI E RISULTATI DI APPRENDIMENTO PREVISTI

La rilevanza dei servizi nello scenario socio-economico degli ultimi decenni richiede sfide competitive sempre più complesse.

Il Corso intende fornire una visione d'insieme e le conoscenze necessarie alla comprensione delle tematiche e delle categorie logiche che caratterizzano l'economia e la gestione delle imprese e dei servizi.

L'obiettivo è di far acquisire allo studente le metodologie e i concetti necessari all'interpretazione critica delle dinamiche gestionali tipiche dei servizi, fortemente legata alla gestione del cliente, e alla individuazione delle problematiche e dei rischi che caratterizzano lo svolgimento di tale attività.

PROGRAMMA

Il corso viene strutturato in tre macro-aree: concetto di servizio, con tutte le relative determinanti (immaterialità, localizzazione, esperienza etc.) e l'analisi del contesto esterno; analisi della gestione strategica ed organizzativa delle imprese; sostenibilità competitiva delle stesse e valutazione delle strategie.

In particolare, vengono trattati ed analizzati in chiave gestionale i seguenti argomenti: il passaggio da bene a prodotto e servizio; le caratteristiche e le criticità dei servizi; le dinamiche dell'ambiente esterno e gli interventi/ingerenze degli stakeholders sui relativi mercati (attuali e potenziali); la ridefinizione del concetto di business alla luce delle nuove frontiere tecnologiche e sociali emergenti; i nuovi bisogni competitivi e l'emergere di nuovi bisogni finanziari (e conseguentemente di nuovi strumenti).

PROPEDEUTICITÀ

Fare riferimento alla Segreteria Didattica.

TESTI

Normann R., *La gestione strategica dei servizi*, EtasLibri, Milano, 1992;

Grant R., *L'analisi strategica per le decisioni aziendali*, Il Mulino, 2016.

Fontana F, Caroli M., *Economia e gestione delle imprese*, McGraw-Hill, 2013

In alcune lezioni si farà riferimento a singoli capitoli di:

Kotler P., Keller K., *Marketing Management*, Pearson, 2015;

Hamel G., *25 Strategie per tempi difficili*, Etas-Rizzoli, Milano, 2012;

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 casi studio, 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, al fine di contestualizzare le conoscenze e gli strumenti acquisiti in ambito teorico.

ESAMI E CRITERI DI VALUTAZIONE

L'esame verrà svolto in forma orale previa una prova scritta finalizzata ad accertare la conoscenza degli argomenti basilari, senza i quali non è possibile superare l'esame con profitto.

Superato l'esame scritto sarà possibile accedere all'orale.

RIFERIMENTI A PRECEDENTI ANNI ACCADEMICI

Per questo tipo di informazioni scrivere a danilo.napoli@univaq.it o chiedere in Segreteria Didattica.

MATERIALE DIDATTICO ED ULTERIORI INFORMAZIONI

Sul portale e-learning d'ateneo (<http://www.didattica.univaq.it/moodle/>), dopo aver effettuato l'iscrizione al corso, saranno reperibili le informazioni relative ai risultati degli appelli d'esame. Eventuale materiale didattico integrativo viene reso disponibile sullo stesso portale e/o distribuito in aula. Sul sito web di Economia invece, vengono rese disponibili le seguenti informazioni: date, orari e aule delle lezioni, seminari, date degli appelli d'esame, avvisi del docente e relativi dati personali compresi i recapiti telefonici e di posta elettronica.

RICEVIMENTO STUDENTI

Il ricevimento studenti è fissato ogni giovedì dalle 13 alle 14.