



SCHEDA DELL'INSEGNAMENTO (SI)

"AMMINISTRAZIONE E GESTIONE D'IMPRESA"

SSD SECS-P/08

DENOMINAZIONE DEL CORSO DI STUDIO: LAUREA MAGISTRALE A CICLO UNICO IN FARMACIA

ANNO ACCADEMICO 2021 -2022

INFORMAZIONI GENERALI - DOCENTE

DOCENTE: FABIANA SCIARELLI

TELEFONO: +39 335 6231893

EMAIL: FSCIARELLI@UNIOR.IT

INFORMAZIONI GENERALI - ATTIVITÀ

INSEGNAMENTO INTEGRATO:

MODULO:

CANALE:

ANNO DI CORSO: III (NUOVO ORDINAMENTO), V (VECCHIO ORDINAMENTO)

SEMESTRE: I

CFU: 6

INSEGNAMENTI PROPEDEUTICI (se previsti dal Regolamento del CdS)

NESSUNO

EVENTUALI PREREQUISITI

NESSUNO

OBIETTIVI FORMATIVI

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI (DESCRITTORI DI DUBLINO)

Conoscenza e capacità di comprensione

Il Corso in Amministrazione e Gestione Aziendale si propone di formare coloro che intendono intraprendere carriere gestionali e direttive, o come professionisti e consulenti, nell'ambito della gestione e organizzazione di aziende del settore farmaceutico. Durante il corso, gli studenti avranno la possibilità di approfondire la progettazione e la gestione di idee imprenditoriali.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Gli studenti sono in grado di applicare alla realtà operativa dell'azienda le conoscenze maturate in ambito accademico, di ideare e sostenere progetti volti alla soluzione di problemi in ambito di gestione aziendale, in particolare di natura amministrativa, di marketing ed organizzativa.

PROGRAMMA

Opportunità imprenditoriali e definizione del business; strategie di base; strategie competitive; strutturazione e pianificazione di una nuova iniziativa imprenditoriale; business planning; marketing; organizzazione aziendale; programmazione operativa delle attività d'impresa; finanziamento e creazione di impresa; casi ed esperienze nel settore.

Il programma didattico si articola nei seguenti punti:

LA GESTIONE STRATEGICA DELL'IMPRESA FARMACEUTICA

1. Le scelte strategiche
2. L'analisi strategica
3. Le strategie di corporate
 - 3.1. La strategia di sviluppo monosettoriale
 - 3.2. La strategia di diversificazione produttiva
 - 3.3. La strategia di espansione internazionale
 - 3.4. La gestione degli accordi
4. Le strategie competitive

IL MARKETING

1. Il marketing strategico
 - 1.1. La definizione del comportamento di acquisto
 - 1.2. La segmentazione del mercato
 - 1.3. Le scelte di marketing ed il posizionamento del prodotto
2. Il marketing mix

L'ARCHITETTURA ORGANIZZATIVA E LA GESTIONE DELLE RISORSE UMANE

1. L'organizzazione come sistema

2. Le strutture organizzative
3. Gli stili di leadership
4. La cultura organizzativa

LA GESTIONE ECONOMICO-FINANZIARIA

1. La pianificazione ed il controllo finanziario
2. Le forme e le fonti di finanziamento dell'impresa culturale
 - 2.1. I finanziamenti pubblici
 - 2.2. I finanziamenti privati

IL PROJECT MANAGEMENT

1. Le fasi della progettazione
2. Ideazione
3. Pianificazione
 - 3.1 Pianificazione organizzativa
 - 3.2 Pianificazione economica
4. Realizzazione

MATERIALE DIDATTICO

T. H. Byers, R. C. Dorf, A. J. Nelson, R. Vona (2011)
 Technology Ventures, management dell'imprenditorialità e dell'innovazione
 Editore: McGraw-Hill Italia, Milano
 Capitoli: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 11, 12, 14, 15, 16, 18, 20

MODALITÀ DI SVOLGIMENTO DELL'INSEGNAMENTO

L'apprendimento sarà valutato esclusivamente attraverso un esame orale.

VERIFICA DI APPRENDIMENTO E CRITERI DI VALUTAZIONE

a) Modalità di esame:

L'esame si articola in prova	
scritta e orale	
solo scritta	
solo orale	X
discussione di elaborato progettuale	X
altro	

In caso di prova scritta i quesiti sono (*)	A risposta multipla	
	A risposta libera	
	Esercizi numerici	

(*) È possibile rispondere a più opzioni

b) Modalità di valutazione:

Durante il corso in aula si sviluppa un progetto d'impresa che diviene elemento di valutazione per la prova finale insieme alla preparazione teorica valutata oralmente in sede di esame.