

ECONOMIA AZIENDALE

Prof. Massimo Montella

corso di laurea: 100-0/08 **classe:** SAB-5203 **mutuazione:** nessuna
ore complessive: 15 **CFU:** 3 **SSD:** SECS-P/07
tipo modulo: - **orario lezioni:** non indicato
semestralità: n/i **anno:** non indicato

metodi didattici:

Lezione Frontale

modalità di valutazione:

Orale

lingue, oltre all'italiano, che possono essere utilizzate per l'attività didattica:

non indicate

lingue, oltre all'italiano, che si intende utilizzare per la valutazione:

non indicate

obiettivi formativi:

Comprensione dei concetti di base dell' economia aziendale e delle teorie fondamentali inerenti ai comportamenti imprenditoriali. Conseguente focalizzazione sull' ambiente (sovrasisemi) in cui agiscono le imprese private finalizzate alla valorizzazione dei beni culturali e sui vincoli e sulle opportunità che ne determinano le possibilità di successo. Analisi parallela dei vincoli e delle opportunità per le organizzazioni pubbliche del settore: musei e altri istituti e luoghi della cultura.

prerequisiti:

Conoscenza manualistica di elementi di economia aziendale.

programma del corso:

Concetto di economicità.
Domanda sociale e domanda privata.
Governare e gestione.
Interdipendenza fra offerta e domanda.
Marketing relazionale, esperienziale, territoriale.
Business idea- strategie, programmazione, politiche
Organizzazione e conduzione del fattore umano
Politiche di prodotto-prodotti/servizi core, aggiuntivi, derivati
Approccio basato sulle risorse distintive
Costi di produzione- Filiere
Tecniche di valutazione dei progetti di investimento
Business plan
Cultura del servizio- qualità totale e miglioramento continuo.

testi (A)dottati, (C)onsigliati:

1. (A) S. SCIARELLI, *Economia e gestione delle imprese*, CEDAM, Padova, 2002,
2. (A) S.BARILE, E.IANNUZZI, *L' impresa rappresentata come un sistema*, in S. Barile (a c.), *L' impresa come sistema. Contributi all' Approccio Sistemico Vitale (ASV)*, Giappichelli, Torino, 2006, 45 - 61
3. (A) L. PETRUZZELLIS, M. TRUNFIO, *Configurazioni e modelli di governance dei sistemi turistici: il ruolo dell' organo di governo composto*, in S. Barile (a c.), *L' impresa come sistema. Contributi all' Approccio Sistemico Vitale (ASV)*., Giappichelli, Torino, 2006, 295-328
4. (A) M.MONTELLA, *Valore e valorizzazione del patrimonio culturale storico*, Electa-Mondadori, Milano, 2009,
5. (C) R. NORMANN, *Le condizioni di sviluppo dell ' impresa*, Etaslibri, Milano, 1997,
6. (C) R. NORMANN, *La gestione strategica dei servizi*, Etas, Milano, 1985,
7. (C) R. Cappelli, *Punto e a capo. Abbecedario per i musei*, Electa-Mondadori, Milano, 2009,
8. (C) A. Bollo (a cura di), *I pubblici dei musei. Conoscenza e politiche*, Franco Angeli, Milano, 2008,
9. (C) Pencarelli T. (a cura di), *Lecture di economia e management delle organizzazioni turistiche*, Edizioni Goliardiche, Trieste, 2005,
10. (C) Pencarelli T., Gregori G.L. (a cura di), *Comunicazione e branding delle destinazioni turistiche: una prospettiva manageriale.*, Franco Angeli, Milano, 2009,

altre risorse / materiali aggiuntivi:

non indicati

orario di ricevimento:

Nelle ore immediatamente precedenti e successive alle lezioni.

e-mail:

MAX.MONTELLA@TISCALI.IT

