

Materia: Economia aziendale	Curricolo: <b>SMC profilo E dal 2022-2023</b> Anno: 3 anno	Ore lezione settimanali: 2
<b>Obiettivo di formazione</b>	<b>Contenuti del programma</b>	<b>Metodo di valutazione</b>
<p><b>Al termine del corso lo studente è in grado di spiegare mediante esempi pratici quanto segue:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ciclo di vita dei prodotti;</li> <li>- segmentazione del mercato e forme di mercato;</li> <li>- obiettivi di mercato (bisogni, mercati parziali, segmenti di clientela);</li> <li>- obiettivi di prodotto (tipo e qualità, assortimento profondo e assortimento vasto, cifra d'affari);</li> <li>- dimensioni del mercato (potenziale, quota di mercato, volume, segmento);</li> <li>- posizione sul mercato;</li> <li>- ricerca di mercato e rispettivi strumenti;</li> <li>- nozione di marketing-mix e 4P;</li> <li>- nozione di finanziamento e investimento: analisi delle diverse pratiche, in parte preconoscenze contabili che sono quindi riviste e consolidate.</li> <li>- business plan e pianificazione finanziaria.</li> </ul>	<p><b>Durante il corso vengono trattati i seguenti argomenti:</b></p> <p><b>Nozioni di base del marketing</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Con l'aiuto di semplici esempi pratici spiego i seguenti rapporti e strumenti fondamentali nel campo del marketing e ne illustro significato e importanza;</li> <li>- ciclo di vita dei prodotti;</li> <li>- segmentazione del mercato e forme di mercato;</li> <li>- obiettivi di mercato (bisogni, mercati parziali, segmenti di clientela);</li> <li>- obiettivi di prodotto (tipo e qualità, assortimento profondo e assortimento vasto, cifra d'affari);</li> <li>- dimensioni del mercato (potenziale, quota di mercato, volume, segmento);</li> <li>- posizione sul mercato;</li> <li>- ricerca di mercato e rispettivi strumenti.</li> </ul> <p><b>Marketing-mix (4 P)</b> Per un prodotto e un servizio concreti realizzo un marketing-mix coerente. Definisco e giustifico gli</p>	<p><b>La valutazione della persona in formazione avviene nel modo seguente:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- prove scritte, almeno 2 per semestre</li> <li>- applicazione e partecipazione alle lezioni</li> <li>- esecuzione puntuale dei compiti</li> <li>- eventuali lavori di ricerca e/o presentazioni degli allievi</li> </ul>

**ML 2-01 Obiettivi d'insegnamento**

strumenti di marketing per quanto concerne product, place, price e promotion.

**Finanziamenti e investimenti**

Investimenti, liquidità, altri investimenti, previdenza individuale vincolata, fondi di investimento, borsa, tipi di finanziamento, aumento di capitale, emissione di un prestito obbligazionario, credito, finanziamento delle famiglie e delle aziende, leasing e credito ipotecario.

**Studio di casi / problematiche legate alla pianificazione (business plan e pianificazione finanziaria)**

Tramite lo studio di casi pratici conformi al mio livello affino le seguenti capacità:

- riconoscere e classificare problemi e tematiche di base legate all'economia aziendale;
- formulare problematiche e conflitti di interesse tipici di aziende;
- sviluppare soluzioni per problematiche aziendali nei seguenti campi: gruppi di interesse, strategia, linee direttrici, organizzazione, marketing e finanziamento;
- valutare soluzioni per le problematiche aziendali menzionate con l'aiuto di criteri predefiniti o sviluppati personalmente.

Supporti didattici necessari: Manuale di riferimento di economia aziendale GLIMI