UNIVERSITÀ LUM GIUSEPPE DEGENNARO

A.A. 2023-2024

Denominazione	Business Planning
Moduli componenti	-
Settore scientifico-disciplinare	SECS-P07
Anno di corso e semestre di erogazione	2 ° anno – secondo semestre
Lingua di insegnamento	Italiano
Carico didattico in crediti formativi universitari	6
Numero di ore di attività didattica assistita	36
Docente	Prof. Michele Rubino - Prof. Ivano De Turi
Risultati di apprendimento specifici	I risultati di apprendimento specifici sono stati strutturati sui seguenti livelli: a) C*onoscenza e comprensione:* - Conoscere i contenuti di un business plan; - Comprendere le funzioni dei diversi tipi di strumenti per la pianificazione aziendale; - Descrivere i concetti chiave e gli strumenti analitici per la pianificazione strategica. *b) Applicazione di conoscenza e comprensione* - Strutturare e scrivere un business plan; - Analizzare il mercato e la concorrenza; - Definire la value proposition; - Definire la configurazione organizzativa e della supply chain; - Redigere budget, piani previsionali finanziari ed economici. *c) Esprimere giudizi* - Valutare la completezza di un business plan; - Confrontare e valutare diverse possibili value propositions; - Confrontare e valutare diverse configurazioni organizzative e della supply chain; - Valutare la sostenibilità finanziaria ed economica di un progetto. *d) Comunicazione* - Presentare la propria valutazione e analisi di idee e progetti, oralmente e per iscritto; - Presentare un'idea imprenditoriale in modo efficace. *e) Capacità di apprendimento permanente* - Sviluppare competenze nella raccolta di dati relativi prestazioni finanziarie, economiche, di innovazione a livello aziendale o regionale; - Migliorare le proprie competenze nell'uso di strumenti informatici, quali strumenti elettronici di presentazione, scrittura e calcolo; - Presentare il proprio contributo e partecipare al lavoro di un gruppo diversificato.
Programma	Il programma è articolato in tre moduli. Nel primo modulo (imprenditorialità e imprenditori) si chiariscono i presupposti dell'imprenditorialità, le matrici dell'imprenditorialità, le caratteristiche di base degli imprenditori e dei processi di innovazione aziendale nel settore enogastronomico, dei servizi e del turismo. Nel secondo modulo (la pianificazione strategica e il business planning) si sviluppano le tecniche per la costruzione da un punto di vista qualitativo di un piano di business: l'analisi del mercato, l'analisi della concorrenza, le tecniche di

	segmentazione. Nel terzo modulo (le proiezioni economico-finanziarie e la valutazione del business plan) sono presentate le più aggiornate tecniche per la costruzione dei preventivi economico-finanziari delle nuove iniziative imprenditoriali, la stima del fabbisogno finanziario delle nuove iniziative. Infine, nell'ultima sessione si avrà modo di discutere della valutazione del business plan e della presentazione del business plan.
Tipologie di attività didattiche previste e relative modalità di svolgimento	L'insegnamento è strutturato in lezioni di didattica frontale in base al calendario accademico. La modalità didattica, incentrata sulla discussione di business plan di aziende reali e su lavori di gruppo, consentirà l'apprendimento di metodologie e strumenti in maniera attiva. Sono previste lezioni e seminari tenuti da imprenditori ed esperti nel settore enogastronomico, dei servizi e del turismo, con analisi di casi pratici, al fine di consentire un pieno contatto con la concreta operatività di realtà imprenditoriali orientate all'innovazione. Gli studenti frequentanti devono applicare concretamente le conoscenze acquisite attraverso lo svolgimento di un lavoro di gruppo relativo allo sviluppo di un business plan innovativo; ogni gruppo è formato tipicamente da 4-5 studenti.
Metodi e criteri di valutazione dell'apprendimento	Il corso prevede metodi e criteri di valutazione dell'apprendimento diversi a seconda che lo studente decida di frequentare attivamente il corso oppure di non frequentare. Gli studenti frequentanti si considerano tali se hanno partecipato almeno al 70% delle lezioni. **Studenti frequentanti** ● Prova intermedia scritta/orale ed esame finale orale. o Gli studenti frequentanti avranno l'opportunità di sostenere una prova intermedia di gruppo basata sull'elaborazione di un business plan in un settore a scelta. L'elaborato dovrà essere consegnato in forma scritta e presentato dal gruppo oralmente in un pitch della durata di 15 minuti. La valutazione della prova intermedia è basata sui seguenti criteri: innovatività della proposta, uso adeguato della strumentazione utilizzata nel corso; chiarezza nella struttura dell'elaborato e della presentazione; presentazione orale della proposta. o La prova orale finale consisterà in 2 domande aperte sui contenuti della seconda parte del corso. Gli studenti devono dimostrare con capacità di analisi e autonomia di giudizio, di saper analizzare e di aver compreso le differenti tipologie di innovazione nei modelli di business secondo le forme illustrate nel corso, e saperne dare illustrazione con linguaggio tecnico chiaro ed appropriato. ● In alternativa, gli studenti frequentanti possono sostenere l'esame orale su tutto il programma, con le modalità descritte per gli studenti non frequentanti. **Studenti non frequentanti** Esame orale La prova orale consiste in 4 domande aperte su tutto il programma. Nella prova orale gli studenti devono dimostrare – e saper illustrare con linguaggio tecnico chiaro ed appropriato – conoscenza e comprensione dei principali modelli di innovazione trattati nel corso, con particolare riferimento ai contenuti della prima e della seconda parte del programma. Agli studenti è richiesto inoltre di dimostrare, con capacità di analisi e autonomia di giudizio, di saper applicare con esempi a loro scelta i modelli di analisi e le nozioni acquisite, e di saperne pertanto padroneggiare i contenuti non solo in termini teorici.
Criteri di misurazione dell'apprendimento e di attribuzione del voto finale	La valutazione dell'apprendimento prevede l'attribuzione di un voto finale espresso in trentesimi. **Studenti frequentanti:**

	La prova intermedia pesa per il 50% del voto finale; la prova orale finale contribuisce al 50% del voto finale. Il voto sarà dato dalla media ponderata delle due votazioni con arrotondamento per eccesso. La lode può essere attribuita agli studenti frequentanti che hanno conseguito almeno 29 punti nella prova scritta e dimostrato eccellenza nella prova orale. **Studenti non frequentanti:** Il voto è espresso in trentesimi e tiene conto della chiarezza espositiva e della proprietà di linguaggio dimostrate. La lode può essere attribuita agli studenti non frequentanti che dimostrano una eccellenza nella comprensione delle nozioni teoriche e che dimostrano una piena capacità applicativa di tali nozioni a casi aziendali e situazioni aziendali specifiche e concrete.
Propedeuticità	Non sono previste propedeuticità. È tuttavia consigliabile l'acquisizione di conoscenze preliminari di Economia Aziendale.
Materiale didattico utilizzato e materiale didattico consigliato	Il materiale di supporto all'apprendimento varia per studenti frequentanti e non frequentanti. **Studenti frequentanti:** ● Parolini C., Business planning. Dall'idea al progetto imprenditoriale, Pearson Italia, Terza edizione, 2020 (capitoli segnalati) ● Osterwalder, A., Pigneur, Y., (2012), Creare modelli di business. Un manuale pratico ed efficace per ispirare chi deve creare o innovare un modello di business. Wiley & Sons. (capitoli segnalati) ● Letture e casi distribuiti dai docenti. **Studenti non frequentanti:** ● Parolini C., Business planning. Dall'idea al progetto imprenditoriale, Pearson Italia, Terza edizione, 2020 (tutto il libro) ● Osterwalder, Y. Pigneur (2012), Creare modelli di business. Un manuale pratico ed efficace per ispirare chi deve creare o innovare un modello di business. Wiley & Sons (tutto il libro) ● L. Keeley, R. Pikkel, B. Quinn (2016), Dieci tipi di innovazione. L'arte di costruire svolte decisive. (tutto il libro)