



DOCENTE: IRENE MISUCCI	
TITOLO DELL'INSEGNAMENTO: Creazione di valore nel settore moda	CFU: 9
SSD: SECS P/11	ANNO ACCADEMICO: 2011/12
CORSO DI LAUREA: Scienza della moda e del costume	SEMESTRE: primo

OBIETTIVI FORMATIVI

Il corso si propone di fornire agli studenti le conoscenze delle dinamiche che favoriscono la cogenerazione di ricchezza tra gli azionisti, il management e gli investitori finanziari. A tal fine si studiano gli strumenti di controllo di gestione necessari per la creazione di valore nelle imprese del settore della moda.

- **Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding)**
- Ciascuno studente, al termine del corso, sarà in possesso delle conoscenze relative agli aspetti gestionali e all'utilizzo degli strumenti di controllo di gestione delle imprese del settore della moda
- **Conoscenza e capacità di comprensione applicate (applying knowledge and understanding)**
- Lo studente sarà in grado di applicare le conoscenze acquisite alle più ricorrenti problematiche di strategia d'azienda.
- **Autonomia di giudizio (making judgements)** Le modalità di approccio ai temi del corso fanno sì che lo studente possa acquisire strumenti di analisi critica utili per interpretare autonomamente ed esprimere un proprio giudizio sulle problematiche operative affrontate.
- **Abilità comunicative (communication skills)**
- Lo studente sarà in grado di interagire e comunicare, utilizzando una terminologia tecnica appropriata, con interlocutori che presentino gradi di conoscenza eterogenei sulle tematiche trattate.
- **Capacità di apprendere (learning skills)** Lo studente disporrà degli strumenti concettuali e delle conoscenze necessarie per proseguire i propri studi in materia di gestione delle imprese

PREREQUISITI E PROPEDEUTICITA'

Per poter comprendere le tematiche trattate, si ritiene indispensabile il possesso di competenze relative ai corsi di: Economia Aziendale

PROGRAMMA DEL CORSO

Il processo di globalizzazione dei mercati ha reso necessario, alle imprese che operano nel settore della moda, notevoli investimenti per finanziare strategie di crescita e nuove politiche di prodotto e di marketing. Tale nuovo quadro di riferimento impone la necessità di avere come obiettivo la creazione di valore. Il corso esamina le dinamiche che favoriscono la cogenerazione di ricchezza fra gli azionisti, il management e gli investitori



finanziari. Tratta inoltre dell'importanza del brand anche per le piccole e medie imprese. Senza trascurare le problematiche inerenti l'implementazione delle strategie, la gestione ottimale degli elementi intangibili, trasformandoli in risultati tangibili, quali risultati economici o riconoscimenti sociali.

1. Il valore come modello di gestione
2. La prospettiva degli investitori finanziari e degli azionisti
3. Il valore nella prospettiva del management
4. Perché il valore e le formule per misurarlo (co generazione di valore e misure di performance)
5. Il valore del brand, la necessità di creare nel settore moda la propria **Brand Image**
6. Il profilo del settore della moda ed i diversi comportamenti strategici
7. Il ruolo del marketing e degli intangibili
8. Dall'idea al valore
9. La creazione di sistemi di misurazione delle performance : La Balanced Scorecard
10. Creazione del valore e responsabilità sociale
11. Esame di casi imprenditoriali

TESTI DI RIFERIMENTO

- **G.Donna** “ La creazione di valore nella gestione dell'impresa” – Carocci.
- Capitoli: **1,2,3,4,5** (pag.124-129),**8** (pag.204-221), **10** (pag.247-256), **14**.
- AAVV “Strategia aziendale – Formulazione ed esecuzione – McGraw-Hill
- I primi quattro capitoli
- **Kaplan – Norton** “ Allineamento strategico” – Isedi.
- **Robert Simons** “ Sistemi di Controllo e Misure di Performance” Egea.
- **Dispense** a disposizione degli studenti frequentanti.

METODO DIDATTICO

Lezioni frontali, esercitazioni

MODALITA' DI FREQUENZA

Consigliata

METODI DI VALUTAZIONE

Esame orale ed in funzione del numero dei frequentanti possono essere previste delle prove intermedie

LINGUA DI INSEGNAMENTO

Italiana

ORARIO, AULA E DATA INIZIO DELLE LEZIONI

Martedì 12,00 – 14,00 aula 5

Giovedì 11,00 – 14,00 aula 14



RICEVIMENTO STUDENTI

Prima o dopo la lezione

ESAMI

17 gennaio 2012
14 febbraio 2012
26 aprile 2012
7 giugno 2012
5 luglio 2012
18 settembre 2012
18 ottobre 2012