PIETRO B. – BIBBIA DI ORG

Queste dispense sono state elaborate al netto di:

- Lezioni anno accademico 2018/2019
- Lezioni anno accademico 2019/2020
- Dispense altrui
- Slide
- Eserciziario Modulo 2
- Eserciziario Modulo 3
- "Il Bilancio", Hawkins-Macrì-Merchant
- "Managerial Accounting", Garrison-Noreen
- "L'impresa", Azzone-Bertelè
- Le domande "Lezione x Lezione"
- Qualche appello di esami orali
- Videotea ORG 2020
- Sitografia del corso (con extra utili)
- E molto altro…

Buon studio!

master COPY

Legenda

Pag. 3 Introduzione
Pag. 4 Modulo 1
Pag. 32 Modulo 2
Pag. 66 Modulo 3
Pag. 91 Modulo 4
Pag. 107 Considerazioni finali
Pag. 108 Extra utili
Pag. 111 Nozioni varie pretest
Pag. 112 Domande lezione per lezione

master COPY COPISTERIA

master COPY

INTRODUZIONE

L' **economia** è lo studio del modo in cui i singoli e le società giungono a compiere scelte circa l'uso di risorse scarse in attività di produzione, scambio e consumo di beni e servizi atti a soddisfare i bisogni delle persone e delle società.

L'obbiettivo dell'economia dovrebbe essere dunque quello di fornire agli attori del sistema economico strumenti decisionali e modelli interpretativi per decidere:

- quali beni produrre/consumare
- come produrli (metodi, ripartizione delle risorse)
- per chi produrre (mercati)

Sono diversi gli approcci che possiamo avere verso l'economia:

- Economia Politica: approccio dall'alto
- Macroeconomia: fenomeni a livello di sistema come sviluppo, occupazione, inflazione...
- Microeconomia: modelli comportamento di produttori e consumatori, forme di mercato...
- Economia Aziendale (o Management): approccio dal basso
    - Contabilità e controllo di gestione
    - Strategia e marketing
    - Struttura organizzativa

In questo ambito più che mai risulta interessante definire le diverse prospettive ingegneristiche e aziendali (managers e contabili).

Il termine italiano economia viene dal latino oeconomia, che, a sua volta, deriva dal greco oiko-nomía, composto di due termini: oikos (οἶκος), e nómos (νόμος). Nómos fa riferimento al dividere secondo la convenienza o la legge, mentre oikos spiega la convenienza che guida l'azione di dividere. L'economia di stampo capitalistico è un'economia che si è ridotta solo al nómos.

Sviluppo e crescita economica sono due concetti legati, ma differenti. La crescita economica, infatti, è una delle tre dimensioni dello sviluppo; le altre due sono quella socio-relazionale e quella spirituale. È qui la grande differenza tra bene totale e bene comune: mentre il bene totale è la somma dei beni individuali, il bene comune è, invece, il prodotto dei beni individuali.

Classifichiamo nello specifico:

- **Beni privati**
- **Beni comuni**: costo ripartito su n consumatori
- **Beni "di club"**

- **Beni pubblici**

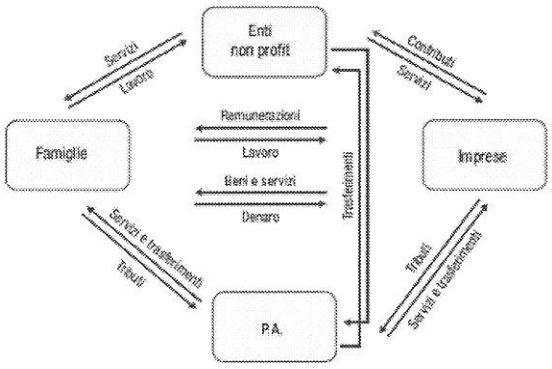
	Esclusivi	Non esclusivi
Rivali	**Beni privati** cibo, vestiti, automobili	**Beni comuni** pesce, legno, carbone
Non-rivali	**Beni di "club"** cinema, parcheggi privati, televisione via satellite	**Beni pubblici** televisione pubblica, illuminazione pubblica, aria, difesa nazionale

master COPY

Esclusivi: in maniera più o meno incisiva il consumo il bene è escluso (**esclusibilità**)
Rivali: in maniera più o meno incisiva un bene si consuma con l'uso (**rivalità**)

Questi i **soggetti economici** dello scenario economico:

- **Famiglie**: attività di consumo, autoproduzione e risparmio.
- **Imprese**: ogni impresa definisce la propria configurazione di attività.
- **Enti no profit**: finalità di carattere non economico.
- **Enti pubblica amministrazione**: attività di trasferimento di denaro per la produzione di beni/servizi pubblici e emanazione di leggi/regolamenti.

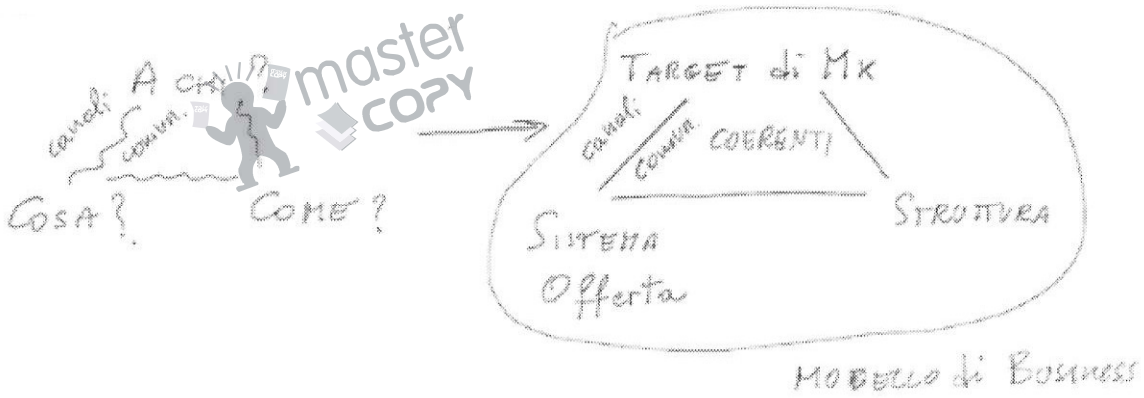


master COPY

MODULO I

MODELLO DI BUSINESS

Nasce da un'idea di business o idea imprenditoriale con 3 elementi chiave che verranno messi a fuoco nel corso del tempo con un processo interattivo (elementi possono cambiare).



Elementi come vertici di un triangolo

Un'impresa nasce da un'idea di business e questa deve rispondere ad almeno una di queste esigenze:

1. **"A chi"**: nasce dalla conoscenza del mercato a cui ci vogliamo rivolgere

   Es. San Carlo
   Nel 1936 il gruppo San Carlo nasce da un negozio di rosticceria a conduzione familiare dove le patatine erano solo un prodotto accessorio

2. **"Cosa"**: nasce partendo da una soluzione (un prodotto) che dovrà trovare il suo mercato

   Es. Post-it, jacuzzi
   Il post-it nasce dal fallimento della 3M di cercare un materiale adesivo. Viene inventato nel 1968 ma esce sul mercato solo nel 1980

3. **"Come"**: nasce dal desiderio di sfruttare meglio competenze, marchio, strutture produttive o commerciali di una certa impresa.

   Es. Zara,Armani, etc.
   Il business si sposta dal settore moda a quello dell'arredamento della casa ("home decor"): lo stesso concept viene riproposto in un mercato diverso.

Responsabili invece di spostare l'idea da "cosa" ad "a chi" sono:

- **Canali**: la percezione del prodotto dipende dal canale attraverso cui passa