



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO

Dipartimento di Management

Proponente	Alessandro Baruffaldi
Titolo del seminario	Il percorso di sviluppo di una idea imprenditoriale
Obiettivi del Corso	Individuare e approfondire le fasi fondamentali del percorso di sviluppo di una idea imprenditoriale che tengano conto delle scelte temporali, della capacità di investimento e delle aspettative di ritorno economico, sia in termini di creazione di valore che di crescita dimensionale
Struttura del Corso	Il seminario prevede l'analisi delle variabili fondamentali per progettare lo sviluppo di una idea imprenditoriale, individuabili nelle seguenti: • Identificazione delle strategie da adottare • Sviluppo di un percorso di sviluppo coerente • Valutazione dei fabbisogni finanziari connessi • Le proiezioni economico-finanziarie • La comunicazione interna ed esterna Sono previste lezioni introduttive sui temi citati e sperimentazione pratica mediante l'analisi di case study e la realizzazione pratica business plan di una PMI a cura degli studenti suddivisi in gruppi, con successiva presentazione, analisi e valutazione in aula dei risultati emersi.
Argomenti delle lezioni	Gli argomenti delle lezioni saranno: • Elementi di project management per la gestione operativa di un progetto • Il legame tra le strategie e la fase operativa • La misurazione dei risultati e la valutazione degli investimenti • Suggerimenti e indicazioni per la realizzazione di un business plan efficace • Le stime economico finanziarie e le ipotesi di sviluppo del piano • La comunicazione interna e esterne dei contenuti • Realizzazione, presentazione e valutazione di un business plan
Modalità di erogazione/ modello di insegnamento /apprendimento	Le lezioni verranno erogate con modalità a distanza.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO

Dipartimento di Management

Modalità di verifica dell'apprendimento (Specificare se viene richiesto lavoro finale individuale/di gruppo...)	La prova di verifica prevede lo svolgimento di un test individuale articolato su dieci domande a risposta multipla relative ai principi di base affrontati durante il seminario. Se le condizioni non lo consentiranno sarà individuata modalità alternativa per lo svolgimento on line del test finale.
Bibliografia di Riferimento	“Comunicare con investitori e finanziatori: il ruolo del business plan” F.A. De Luca, A. Tami, Quaderno n. 53, ODCEC Milano, Commissione Finanza e Controllo di Gestione, S.A.F. Luigi Martino “Guida al piano industriale” a cura di Borsa Italiana, Deloitte , Roland Berger Strategy Consultant, SDA Bocconi, con contributi di ABI, ASSOSIM, CONSOB, 2003 “The Strategy-Focused Organization: How Balanced Scorecard Companies Thrive in the New Business Environment” R. Kaplan, D. Norton, HBS Press Book, 2001 “Strategy Maps: Converting Intangible Assets into Tangible Outcomes” R. Kaplan, D. Norton, HBS Press Book, 2004 “Chronic Misalignments”, G. Dickinson, M. Puleo, Deloitte Review, 2008 “Shareholder value refresher” , Deloitte,