



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO

Dipartimento di Management

<b>Proponente</b>	Andrea Oglietti
<b>Titolo del seminario</b>	Simulazione d'impresa
<b>Obiettivi del Corso</b>	<p>Il seminario propone una visione sistemica dell'azienda facendo maturare la consapevolezza dei legami esistenti tra le diverse aree operative e delle relazioni causa effetto esistenti tra decisioni e risultati.</p> <p>Sottolinea l'importanza dello sviluppo di una visione strategica e dell'analisi del contesto competitivo in cui un'azienda opera.</p>
<b>Struttura del Corso</b>	<p>Il corso prevede la gestione di un'azienda virtuale all'interno di un contesto competitivo simulato tramite l'utilizzo di una piattaforma di simulazione integrata.</p> <p>I partecipanti suddivisi in gruppi gestiranno diverse aziende in competizione tra loro affrontando le problematiche tipiche del board aziendale. Si occuperanno di: marketing, pianificazione della produzione, investimenti, Gestione e amministrazione delle risorse umane, Ricerca &amp; Sviluppo e Finanza. Al fine di prendere le decisioni corrette dovranno rielaborare le informazioni della piattaforma utilizzando le tecniche di cost accounting e budgeting.</p> <p>Nei diversi incontri, facendo riferimento al caso di studio proposto, verranno illustrate le tecniche di analisi del mercato per il lancio di nuovi prodotti, di pianificazione della produzione e pianificazione finanziaria.</p> <p>Al termine del corso ciascun team rappresentante il CDA di un'azienda dovrà presentare una relazione ai propri azionisti in cui verranno presentate le strategie perseguite durante la vita virtuale dell'azienda.</p> <p>Il corso prevede un'attività in aula ed un'attività a distanza attuata collegandosi alla piattaforma di simulazione.</p> <p>La collaborazione e la condivisione delle informazioni sono elementi fondamentali per il raggiungimento del successo all'interno dell'azienda simulata.</p>



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO

Dipartimento di Management

<b>Argomenti delle lezioni</b>	Bilancio e indici di redditività, visione dinamica del bilancio; Pianificazione, Budgeting e controllo; Basi di Marketing e analisi del posizionamento; Il budget della produzione Il budget del personale Budget finanziario e analisi delle fonti.
<b>Modalità di erogazione/ modello di insegnamento /apprendimento</b>	Verranno alternati momenti di lezione frontale a momenti in cui gli studenti potranno sperimentare direttamente su piattaforma le conseguenze delle proprie azioni sia sulle risorse interne all'azienda da loro gestita sia sul mercato su cui andranno ad agire. Il corso vista la piattaforma utilizzata è assolutamente adatto all'erogazione mediante didattica a distanza.
<b>Modalità di verifica dell'apprendimento (Specificare se viene richiesto lavoro finale individuale/di gruppo...)</b>	Al termine del corso viene richiesta una presentazione finale da parte di ogni gruppo in cui ciascun partecipante ricopre un ruolo distinto. Ciascun partecipante sarà quindi chiamato a presentare i propri dati e a risponderne davanti agli azionisti
<b>Bibliografia di Riferimento</b>	<a href="http://www.worldofmanagement.it">www.worldofmanagement.it</a>