DIPARTIMENTO	Agraria
ANNO ACCADEMICO	2022-23
CORSO DI LAUREA	LM 69 STA
INSEGNAMENTO	Organizzazione e Gestione impresa agricola
CFU	6
TIPO DI ATTIVITÀ	Caratterizzante
AMBITO DISCIPLINARE	Discipline dell'economia agraria ed estimo rurale
CODICE INSEGNAMENTO	14 M25
ARTICOLAZIONE IN MODULI	No
ANNO DI CORSO	Primo
PERIODO DELLE LEZIONI	Secondo semestre
SETTORI SCIENTIFICO-DISCIPLINARI	AGR/01
DOCENTE	Alfio Strano - Ricercatore confermato Università "Mediterranea" di Reggio Calabria
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO PERSONALE	90
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLE ATTIVITÀ DIDATTICHE ASSISTITE	60
PROPEDEUTICITÀ	Elementi di matematica, economia agraria, estimo rurale
SEDE DI SVOLGIMENTO DELLE LEZIONI	Dipartimento di Agraria
ORGANIZZAZIONE DELLA DIDATTICA	Lezioni frontali Esercitazioni in aula
MODALITÀ DI FREQUENZA	Facoltativa
METODI DI VALUTAZIONE	Prova orale. Elaborato tecnico: business-plan e Budgeting di un caso studio aziendale. Prove scritte in itinere possono costituire esoneri parziali.
TIPO DI VALUTAZIONE	Voto in trentesimi
CALENDARIO DELLE ATTIVITÀ DIDATTICHE	*http://www.agraria.unirc.it/calendario_accademico.php*
ORARIO DI RICEVIMENTO DEGLI STUDENTI	*http://www.unirc.it/scheda_persona.php?id=50412*

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

Conoscenza e capacità di comprensione

Acquisizione degli strumenti di base per la progettazione e la gestione sostenibile di una impresa agricola e la promozione delle produzioni.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Capacità di utilizzare le nozioni apprese per la risoluzione di problemi organizzativi, gestionali e promozionali in ambito aziendale.

Autonomia di giudizio

Essere in grado di valutare le diverse problematiche e di orientarsi nella scelta delle soluzioni.

Abilità comunicative

Capacità di esporre i risultati delle valutazioni tecnico-economiche e di relazionarsi con imprenditori e tecnici del settore.

Capacità d'apprendimento

Capacità di individuare, valutare e prospettare soluzioni inerenti le problematiche organizzative e gestionali delle imprese con specifico riferimento alle diverse fasi della filiera produttiva.

OBIETTIVI FORMATIVI DEL CORSO

Obiettivo del Corso di Organizzazione e Gestione dell'impresa agricola è quello di preparare lo studente alla progettazione degli assetti organizzativi e gestionali ed alla promozione delle produzioni, contestualizzando problematiche e soluzioni per le diverse fasi della filiera produttiva.

Vengono trattati gli argomenti classici dell'economia aziendale, della gestione delle imprese e del marketing, approfondendo gli strumenti di programmazione e controllo. Per la valutazione di innovazioni di prodotto e di processo, alla luce della sostenibilità economica ed ambientale, vengono approfonditi gli strumenti metodologici LCA, LCC e green-marketing, illustrandone le principali applicazioni in ambito agricolo ed agroalimentare.

Saranno svolte esercitazioni su casi studio rappresentativi. Gli allievi redigeranno un caso studio individuale che contempli dall'idea imprenditoriale alle strategie di promozione; a tal fine si redigerà il business-plan, il budgeting ed il piano di marketing.

ARTICOLAZIONE DEL CORSO

ARGOMENTO DELLE LEZIONI	ORE
Introduzione al corso. Obiettivi, contenuti, strutturazione percorso formativo.	1
Richiami di economia generale. Richiami sulle conoscenze di base necessarie alla comprensione degli argomenti di gestione dell'impresa agroalimentare.	2
L'ambiente economico (relazioni, scambi, mercati, aggregati di aziende)	3
Come fare impresa (catena pensiero azione, progettazione assetti gestionali e organizzativi, struttura, sistemi operativi) La missione (Prodotti e mercati, modalità d'azione) La posizione strategica (segmentazione, strategia orizzontale, integrazione verticale).	3
Gli istituti e gli assetti dinamici (le persone, gli istituti, la varietà).	3
La struttura aziendale (modelli di rappresentazione, assetti, combinazioni tecnico-economiche, patrimonio, personale).	3
Esercitazione su: la sintesi swot nella progettazione di una impresa.	3
Ambiente operativo La ricognizione del territorio (analisi territoriale generale, specifica e finalizzata) Il sistema di azione (cosa, come, quanto).	3
I risultati (programmare quando e dove) L'integrazione verticale, il decentramento produttivo, il benchmarking. Il ruolo dell'innovazione di prodotto e di processo e la competitività.	3
Esercitazione su: la conoscenza del territorio e le opportunità, analisi casi studio e sperimentazioni condotte.	3
Il principio di economicità (valutazione, calcoli di convenienza, rilevazioni, controllo, just in time, Reengineering aziendale).	3
Problematiche di logistica trasporto e stoccaggio lungo la filiera produttiva (produzione, trasformazione e commercializzazione).	3
Esercitazione su: analisi casi studio e sperimentazioni condotte per alcune filiere agroalimentari calabresi.	3
La sostenibilità economica dei processi e dei prodotti lungo il ciclo di vita.	3
La sostenibilità ambientale dei processi e dei prodotti lungo il ciclo di vita.	3
Esercitazione su: analisi casi studio e sperimentazioni condotte.	3
Marketing. Il prodotto agroalimentare: definizione, tipologie, caratteristiche, il ciclo di vita del prodotto. Le funzioni del marketing, gli elementi del marketing mix.	3
Il green marketing. Il global worming, il carbon footprint, la water footprint, quali strumenti di promozione innovativi.	3
Strumenti di programmazione e controllo: business plan, budgeting. Struttura, contenuti, redazione, lettura.	3
Analisi degli scostamenti: cause endogene e cause esogene, problematiche, lettura, individuazione ed introdurre di azioni correttive.	2
Esercitazione su: casi studio individuali.	4
TOTALE ORE	**60**

MATERIALE DIDATTICO

- Materiale didattico disponibile sul sito del docente.
- Testi di riferimento e consultazione:
  - G. Airoldi, G. Brunetti, V. Coda, (2005) *Corso di economia aziendale*. Il Mulino.
  - B.M. Torquati, (2003) Economia e gestione dell'impresa agraria. Il sole 24 Ore. Edagricole.
  - G. A. Welsch, (2001) *I budget come prepararli e impiegarli per programmare e controllare l'attività aziendale.* Franco Angeli
  - Pilati L. (2004), Marketing Agroalimentare. Editrice Uni Service,
  - Foglio A. (2000), Il marketing agroalimentare. Franco Angeli.