

---

## Pianificazione strategica e controllo di gestione

### Finalità

Il corso tratta della progettazione ed utilizzo dei sistemi che supportano il management aziendale nel perseguimento degli obiettivi propri delle organizzazioni per conto delle quali operano. Illustra i principi di base della pianificazione e del controllo direzionale, con enfasi su tecniche ormai consolidate quali la balanced scorecard, la catena del valore e su approcci quantitativi per la segmentazione, il posizionamento e le decisioni di sviluppo e lancio di un nuovo prodotto.

### Programma

Parte I: Pianificazione ed analisi di mercato  
Stima della domanda e del potenziale di mercato  
Segmentazione  
Posizionamento  
Sviluppo di nuovi prodotti

Parte II: Il controllo manageriale

La catena del valore  
La balanced scorecard  
I centri di responsabilità  
Indicatori di redditività dei centri di profitto

### Attività d'esercitazione

Parte I: esercitazioni sull'applicazione di metodologie quantitative per la segmentazione, il posizionamento ed il lancio di un nuovo prodotto. Parte II: presentazione e discussione di alcuni casi aziendali.

### Modalità d'esame

La verifica della preparazione degli studenti si articola su una prova scritta ed una orale. Hanno diritto a sostenere la prova orale esclusivamente gli studenti che siano risultati sufficienti alla prova scritta. La prova orale deve essere sostenuta necessariamente nel medesimo appello di quella scritta.

E' obbligatorio iscriversi alla prima prova esclusivamente via internet da 60 a 7 gg prima della prova stessa.

Si può utilizzare una calcolatrice purché non programmabile e non è consentito consultare durante lo svolgimento delle prove libri, appunti, dispense ed altro materiale didattico.

### Propedeuticità

Nessuna

### Testi consigliati

Dispense a cura del docente