



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Analisi Strategica dei Servizi

2223-1-F0802Q075

Obiettivi

Il corso si propone di formare competenze avanzate di analisi e gestione aziendale, con focus particolare sui settori dei servizi.

Lezioni teoriche ed esempi vengono utilizzati per trasmettere la conoscenza dei principali modelli e strumenti manageriali, e sviluppare la comprensione dei contesti e dei problemi a cui essi possono essere opportunamente applicati. La capacità di applicare conoscenza e comprensione è sviluppata tramite l'analisi e successiva discussione in classe di casi aziendali.

ANALISI STRATEGICA DEI SERVIZI

Il modulo riprende in primo luogo alcuni concetti e modelli fondamentali del management, al fine di costituire una base di conoscenza adeguata per gli approfondimenti successivi. Le parti successive entrano nel merito del servizio in quanto diverso dal bene fisico, focalizzando l'attenzione sull'approccio richiesto nelle attività di analisi e progettazione dei servizi, e infine sviluppando concetti e i modelli rilevanti per la definizione delle strategie competitive nei settori dei servizi. Alle lezioni teoriche si alternano momenti di esemplificazione ed approfondimento con riferimento ad esempi e casi.

Contenuti sintetici

L'insegnamento di Management e Scelte Strategiche si compone di due moduli: "Analisi strategica dei servizi" e "Management dei Servizi".

Un approccio esauriente ed equilibrato alla qualità dei servizi richiede di prestare uguale importanza alle caratteristiche cosiddette "hard" dei servizi, come la riduzione dei tempi di attesa o di consegna, che hanno un effetto diretto sul cliente, e alle caratteristiche "soft", cioè agli aspetti intangibili e addirittura impliciti, come l'atteggiamento del personale di contatto. Entrambi gli aspetti si influenzano reciprocamente e devono essere compresi sia nel pacchetto di servizi, sia nella procedura per l'erogazione del servizio, sia nell'intero sistema di

management del servizio stesso.

Programma esteso

Fondamenti di Management

I modelli di analisi

Le condizioni di sviluppo aziendale

Le scelte strategiche fondamentali e gli attori

Analisi e progettazione del servizio

La progettazione e la gestione del processo di servizio

La valutazione della performance dei servizi

Strategie competitive nel settore dei servizi

Cos'è la strategia

Analisi ambientale (sistema competitivo/segmentazione)

Strategie competitive

Prerequisiti

Buona capacità di apprendimento, di scrittura e comunicazione orale, insieme ad una generale conoscenza dei processi economici.

Elementi base di Economia aziendale.

Modalità didattica

Lezioni in aula, discussione di casi e lavoro di ricerca.

Materiale didattico

I testi di riferimento verranno indicati dai docenti all'inizio del corso.

Dispense a cura dei docenti

Periodo di erogazione dell'insegnamento

Primo semestre

Modalità di verifica del profitto e valutazione

Per gli studenti frequentanti la valutazione sarà strutturata nel seguente modo: prova scritta sui contenuti del primo modulo (35 punti), prova scritta sui contenuti del secondo modulo (35 punti), progetto di gruppo (30).

Per gli studenti non frequentanti è prevista una prova scritta sui testi indicati sul syllabus analitico del corso.

Orario di ricevimento

su appuntamento via mail

Sustainable Development Goals

ISTRUZIONE DI QUALITÀ | LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA | IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE | CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI
