UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

COURSE SYLLABUS

Business Administration 1: Business Administration and Accounting - 1

2627-1-E3305M002-T1

Obiettivi formativi

Al termine del corso lo studente sarà in grado di:

1. Descrivere il concetto di azienda, le sue diverse forme (profit oriented, impact, pubblica, cooperativa) e le logiche di creazione di valore che le caratterizzano.
2. Applicare gli strumenti fondamentali della contabilità e del bilancio per rilevare, classificare e rappresentare le operazioni aziendali e costruire segnali di creazione di valore
3. Costruire e interpretare le principali riclassificazioni di bilancio e calcolare indici economico-finanziari per valutare lo stato di salute di un'azienda.
4. Analizzare criticamente la catena del valore e proporre approcci alternativi in chiave di sostenibilità e impatto sociale nella logica dell'impact accounting.
5. Utilizzare i fondamenti di management, strategia e governance per leggere le dinamiche competitive e collaborative tra azienda e stakeholder.
6. Affrontare problemi aziendali complessi attraverso processi di problem analyzing e problem solving, integrando fonti diverse — inclusi strumenti di intelligenza artificiale — con spirito critico e contributo originale.

Contenuti sintetici

Il corso è suddiviso in tre parti tematiche. Il calendario dettagliato delle lezioni e le aule sono pubblicati sul sito di Ateneo.

Parte I — L'azienda e la creazione di valore
Fondamenti dell'economia aziendale: cosa è un'azienda e perché esiste. Biodiversità delle forme aziendali (profit oriented, impact, pubblica, cooperativa). Il concetto di valore e la sua evoluzione: dal valore economico-finanziario al valore sociale, ambientale e pubblico. La catena del valore: analisi critica e nuovi approcci. Azienda, territorio e

comunità: la co-evoluzione come sfida strategica.

Parte II — La misurazione del valore: contabilità e bilancio
Le principali operazioni di rilevazione contabile e accenni di scritture contabili. Il bilancio d’esercizio: senso, forme e struttura. Le riclassificazioni più rilevanti dello stato patrimoniale e del conto economico. Analisi economico-finanziaria attraverso indicatori e indici. Casi di studio e laboratori di discussione.

Parte III — Management, strategia e governance
Le attività di gestione: i fondamenti del management. L’azienda fra ambiente e stakeholder: dinamiche di competizione e collaborazione. Fondamenti di strategia aziendale. Introduzione al concetto di governance. Focus sull’azienda cooperativa. Sostenibilità e impatto: la sfida del futuro.

Programma esteso

Parte I — L'azienda e la creazione di valore
La prima parte introduce i fondamenti dell'economia aziendale e le chiavi di lettura che accompagneranno l'intero corso. Si parte dalla domanda di base — cosa è un'azienda e perché esiste — per arrivare a una visione plurale e contemporanea dell'istituto aziendale.
Gli argomenti trattati includono:

- La nascita e l'evoluzione del concetto di azienda; le condizioni di esistenza e di sopravvivenza nel tempo
- La biodiversità delle forme aziendali: aziende profit oriented, aziende ad impatto (impact), aziende pubbliche e cooperative; scopi, strutture e logiche di funzionamento a confronto
- Il concetto di valore e la sua evoluzione storica: dal valore economico-finanziario al valore sociale, ambientale e pubblico; introduzione al concetto di valore pubblico
- La catena del valore come strumento di analisi: lettura critica del modello classico e nuovi approcci legati alla sostenibilità e all'impatto
- Il rapporto osmotico tra azienda, territorio e comunità: la co-evoluzione degli istituti con i luoghi come sfida strategica e come opportunità.

Parte II — La misurazione del valore: contabilità e bilancio
La seconda parte entra nel cuore tecnico del corso: gli strumenti della contabilità e del bilancio come linguaggio per leggere, misurare e comunicare la creazione di valore. L'approccio non è meramente tecnico: ogni strumento viene contestualizzato rispetto alla domanda "cosa stiamo misurando, e perché?".
Gli argomenti trattati includono:

- Le principali operazioni di gestione aziendale e la loro rilevazione contabile; introduzione alle scritture contabili
- Il bilancio d'esercizio: finalità, destinatari e struttura; stato patrimoniale, conto economico e nota integrativa
- Le riclassificazioni più rilevanti dello stato patrimoniale (criterio finanziario, criterio funzionale) e del conto economico (a valore aggiunto, a costo del venduto)
- Il calcolo e l'interpretazione degli indicatori economico-finanziari: indici di liquidità, solidità patrimoniale, redditività e rotazione
- Il bilancio come segnale di creazione di valore: lettura integrata dei dati contabili in una prospettiva di analisi critica
- Casi di studio aziendali e laboratori di discussione in aula

Parte III — Management, strategia e governance
La terza parte allarga lo sguardo dal bilancio all'azienda come sistema in movimento: come viene gestita, come si posiziona nell'ambiente competitivo, come si governa e come risponde alle sfide del futuro.
Gli argomenti trattati includono:

- Le attività di gestione: pianificazione, organizzazione, direzione e controllo; i fondamenti del management
- L'azienda e il suo ambiente: stakeholder, portatori di interesse e dinamiche di competizione e collaborazione
- Fondamenti di strategia aziendale: analisi del contesto, posizionamento competitivo e scelte strategiche
- Introduzione al concetto di governance: strutture, organi e meccanismi di controllo
- Focus sull'azienda cooperativa: principi, modello di governo e specificità gestionali
- Sostenibilità e impatto come sfida strategica: scenari futuri, impact accounting e il ruolo dell'azienda nella transizione.

Prerequisiti

Non sono previsti

Metodi didattici

Il corso adotta un approccio didattico misto, che alterna momenti di trasmissione strutturata dei contenuti a momenti di apprendimento attivo e partecipativo.
Parte della didattica sarà erogata da remoto (fino ad un massimo del 30% del corso), e ciò sarà comunicato con congruo anticipo.
La lezione frontale costituisce la cornice di ogni incontro: introduce i concetti, li contestualizza e ne traccia le connessioni con il programma complessivo. A essa si affianca sistematicamente la discussione plenaria, che invita gli studenti a ragionare ad alta voce, confrontare punti di vista e costruire collettivamente il significato dei contenuti trattati.
L'analisi di casi aziendali è uno degli strumenti centrali del corso. I casi — tratti da realtà profit, impact, pubbliche e cooperative — vengono discussi in aula per allenare la capacità di leggere situazioni complesse, identificare i processi di creazione di valore e proporre soluzioni fondate. Gli studenti frequentanti possono consegnare l'analisi scritta dei casi per ricevere un feedback dal docente.
I lavori di gruppo facilitati offrono agli studenti la possibilità di applicare i concetti del corso in modo collaborativo, con il supporto attivo del docente. La partecipazione ai lavori di gruppo non è obbligatoria né valutata formalmente, ma rappresenta un'occasione formativa significativa per chi intende approfondire le proprie competenze analitiche e relazionali.
Nel corso delle lezioni vengono utilizzati strumenti di didattica interattiva — tra cui Mentimeter e Padlet — per favorire la partecipazione, raccogliere opinioni e stimolare la riflessione collettiva in tempo reale.
Il corso prevede inoltre il contributo di ospiti esterni: professionisti, manager e rappresentanti di organizzazioni vengono invitati a portare in aula testimonianze dirette, offrendo agli studenti uno sguardo concreto sui temi trattati e sulle sfide del mondo reale.

Modalità di verifica dell'apprendimento

L’esame ha carattere originale: lo studente è chiamato ad attivare un processo di problem analyzing e problem solving, utilizzando le conoscenze acquisite per affrontare un caso reale o simulato. A tal fine non è vietato l’uso di dispositivi digitali, di internet, di strumenti di intelligenza artificiale o di fonti cartacee.

Questa scelta riflette una visione dell’esame non solo come momento di verifica, ma come momento di responsabilizzazione della persona, restituendo un rapporto più paritario fra valutatore e valutati.

Struttura della prova scritta

La prova scritta si articola in due sezioni:
• Analisi di caso — presentazione di un caso aziendale su cui applicare gli strumenti e i concetti del corso (problem analyzing e problem solving).
• AI LOG — una sezione dedicata in cui lo studente descrive se e come ha utilizzato strumenti di intelligenza artificiale durante la prova, evidenziando il ruolo di supporto dell'AI e il proprio contributo originale. Questa sezione non penalizza: valorizza la consapevolezza e la trasparenza nell'uso degli strumenti.

Colloquio orale
Il colloquio orale è facoltativo e può essere richiesto dallo studente. Consiste in:
• Discussione e approfondimento della prova scritta;
• Colloquio sugli argomenti svolti a lezione.

Criteri di valutazione
La valutazione della prova scritta si basa su cinque criteri, applicati all'analisi del caso e alla sezione AI LOG.

- Precisione e completezza. Si valuta la correttezza nell'uso dei concetti, degli strumenti contabili e degli indicatori, nonché la copertura adeguata del problema proposto. Lo studente deve dimostrare di padroneggiare il linguaggio e gli strumenti del corso e di applicarli in modo pertinente al caso affrontato.

- Capacità di analisi critica. Non è sufficiente descrivere: si valuta la capacità di andare oltre la superficie, identificando cause, connessioni, implicazioni e prospettive alternative. L'analisi critica è il cuore del ragionamento aziendale e viene considerata un indicatore centrale della maturità dello studente.

- Problem solving originale. Si valuta la qualità della soluzione proposta: la sua creatività, la coerenza interna e la solidità argomentativa. Non esiste una risposta giusta unica — esistono risposte più o meno fondate, più o meno originali, più o meno capaci di generare valore.

- Consapevolezza nell'uso dell'intelligenza artificiale. La sezione AI LOG viene valutata in termini di trasparenza e riflessività: lo studente deve distinguere chiaramente il contributo degli strumenti AI dal proprio apporto originale. Questa sezione non penalizza chi ha usato l'AI, ma valorizza chi lo ha fatto con consapevolezza e spirito critico.

- Competenze comunicative. Si valuta la chiarezza espositiva, la struttura logica dell'elaborato e la correttezza della lingua. Comunicare bene non è un ornamento: è parte integrante della competenza professionale.

Testi di riferimento

Il testo verrà comunicato all'avvio del corso.

Periodo di erogazione dell'insegnamento

Primo Semestre

Lingua di insegnamento

Italiano

Sustainable Development Goals

LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA | IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE