



<b>Denominazione</b>	MANAGEMENT DELL'IMPRESA SOCIALE
<b>Moduli componenti</b>	-
<b>Settore scientifico-disciplinare</b>	ECON-06/A
<b>Anno di corso e semestre di erogazione</b>	3° anno, 2° semestre
<b>Lingua di insegnamento</b>	Italiano
<b>Carico didattico in crediti formativi universitari</b>	6
<b>Numero di ore di attività didattica frontale</b>	36
<b>Docenti</b>	Giorgio Fiorentini
<b>Risultati di apprendimento specifici</b>	<p>Al termine del percorso di studio, lo studente avrà acquisito le conoscenze di base finalizzate ad analizzare ed interpretare le differenze giuridiche e di management fra le varie tipologie di imprese sociali profit e non profit.</p> <p>In particolare, lo studente avrà acquisito conoscenza e capacità di comprensione al fine di applicare gli strumenti di management della specificità delle imprese sociali: assetti organizzativi, gestione specifica delle risorse umane, tecniche di fund raising, gestione finanziaria, valutazione d'impatto.</p> <p>Al termine del percorso lo studente avrà acquisito autonomia di giudizio per giustificare le tesi espresse e sviluppare capacità critiche sulle tesi espresse nel corso, nonché abilità comunicative al fine di far comprendere le proprie tesi: social media, comunicazione verbale motivante ed infine sviluppare skills di management sociale per imprese sociali.</p>
<b>Programma</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Approccio economico aziendale e giuridico all'impresa sociale</li><li>● Logica di imprenditorialità sociale per imprese non profit e profit.</li><li>● Dalla strategia competitiva alla strategia innovativa e di concorrenza collaborativa</li><li>● I bisogni sociali ed il welfare come driver per l'innovazione strategica: il valore condiviso (shared value)</li><li>● Casi aziendali di innovazione sociale strategica</li><li>● Management: fondamentali</li><li>● Decalogo dei manager dell'impresa sociale</li><li>● Stakeholder engagement, stakeholder theory./ shareholder approach</li><li>● Mappatura degli stakeholder in aziende non profit e in imprese profit</li><li>● Strumenti di stakeholder e shareholder engagement: descrizione, analisi</li><li>● Casi aziendali di stakeholder e shareholder engagement</li><li>● Imprese Sociali ad Impatto Sociale for profit: società di capitali orientate alla generazione e</li><li>● Misurazione di impatto <i>su base volontaria, ex lege e/o in maniera certificata</i> ;ex lege D.Lgs 254/16; Imprese Sociali ad Impatto Sociale innovative a vocazione sociale(SIAVS);e Utilities e Enti religiosi Casi e best practices locali, nazionali e internazionali.</li><li>● FINANZIAMENTI E INNOVAZIONE SOCIALE: marketing e tecniche raccolta fondi:</li><li>● la Piattaforma RSI realizzata dal Punto di Contatto Nazionale per le Linee Guida OCSE.</li><li>● RISORSE UMANE E ASSETTI ORGANIZZATIVI:FONDAMENTALI</li><li>● La gestione del personale: verso modelli sostenibili e di sviluppo</li><li>● Logiche e sistemi di motivazione per la responsabilizzazione individuale e collettiva - Allineamento dei modelli motivazionali e trasformazioni dei sistemi incentivanti</li><li>● WELFARE E RAPPORTO PUBBLICO E PRIVATO</li><li>● Il rapporto pubblico/privato: tendenze (outsourcing), attori (non profit e profit), regolazioni</li><li>● RAPPORTO COMMERCIALE FRA IMPRESE SOCIALI E PA</li></ul>



	<ul style="list-style-type: none"><li>● Processi di acquisto di beni e servizi nel settore pubblico (enti locali ed aziende sanitarie): modelli di accentramento e impatti sul sistema. Il quadro normativo.</li><li>● Coprogrammazione-Coprogettazione e Sentenza 131 /2020 Corte Costituzionale</li><li>● "Corporate Social Responsibility: concetto e definizioni.</li><li>● ESG (environment, Social Governance);SDGs-2030</li><li>● Scheda impresa ed elementi di valutazione csr</li><li>● Csr e codice etico</li><li>● Csr e politiche di conciliazione: indici</li><li>● il caso IEO-Centro Cardiologico Monzino</li><li>● Il caso Black Rock e il regolamento 2088</li><li>● Il bilancio sociale: tecniche e riferimenti normativi</li><li>● format del bilancio sociale</li><li>● Aspetti fiscali</li></ul>
<b>Tipologie di attività didattiche previste e relative modalità di svolgimento</b>	<p>Lezioni frontali così ripartite: Da remoto 70%</p> <p>Casi di studio in presenza 30%</p> <p>Progetto "DAI UN SENSO AL PROFITTO-LUM": stage da remoto</p> <p>Gli studenti frequentanti, dopo il corso, possono fare application e, previa selezione, accedere all'opportunità di effettuare uno stage o un lavoro sul campo (secondo le regole dell'Università) in gruppi da 2/3 studenti presso Imprese Sociali profit e non profit in Italia con formula da remoto.</p> <p>In questo modo applicano concretamente le conoscenze acquisite durante il corso</p> <p>Ciascun gruppo di lavoro deve redigere il report del progetto presentato.</p>
<b>Metodi e criteri di valutazione dell'apprendimento</b>	<p>Valutazione finale tramite esame orale.</p> <p>Le domande della prova orale saranno 3</p> <p>La prova orale consiste in domande aperte su tutto il programma del corso, attraverso le quali gli studenti devono dimostrare di saper descrivere la struttura e il funzionamento, nonché gli strumenti e modelli di analisi delle Imprese sociali profit e nonprofit, e di saper individuare strumenti e modelli teorici ed operativi per le diverse tipologie di imprese sociali profit e non profit.</p>
<b>Criteri di misurazione dell'apprendimento e di attribuzione del voto finale</b>	<p>La valutazione dell'apprendimento prevede l'attribuzione di un voto finale espresso in trentesimi.</p> <p><i>Studenti frequentanti:</i></p> <p>La prova, della durata indicativa di 20 minuti è costituita come segue:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 3 domande orali, di identico peso, incentrate sul testo e sulle lezioni svolte dal docente (75%).</li><li>● un report scritto di 30.000 battute su un tema assegnato dal docente all'inizio del corso (25%) ed inviato al docente 10gg prima la sessione d'esame.</li></ul> <p><i>Studenti non frequentanti:</i></p> <p>La prova, della durata indicativa di 20 minuti è costituita come segue:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 5 domande orali, di identico peso, incentrate sul testo (75%).</li><li>● un report scritto di 40.000 battute su un tema assegnato dal docente all'inizio del corso (25%) ed inviato al docente 20gg prima la sessione d'esame.</li></ul>
<b>Propedeuticità</b>	Non sono previste propedeuticità.
<b>Materiale didattico utilizzato e materiale didattico consigliato</b>	<p>Studenti frequentanti: Slides a cura del docente</p> <p>G. Fiorentini, Tutte le imprese devono essere sociali-pag 1-121-Franco Angeli ed .Mi-2021</p>