# . - Strategia Aziendale

## Prof. Fabio Antoldi

***OBIETTIVO DEL CORSO E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI***

 Il corso si focalizza sull’analisi, valutazione e formulazione delle strategie a livello di business e si pone tre obiettivi principali:

- conoscere e comprendere i principali modelli e teorie sviluppati per il governo strategico delle aziende;

- applicare tali modelli e teorie nello studio di casi aziendali concreti;

- giudicare in autonomia quale può essere la formula imprenditoriale con maggiori possibilità di successo in diversi contesti settoriali.

 Al termine del corso gli studenti saranno in grado di analizzare le strategie competitive delle imprese, identificare i fattori chiave del vantaggio competitivo sui mercati e sviluppare in autonomia una formula imprenditoriale di successo.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Il corso affronta i seguenti temi:

- Il concetto di strategia.

- L’analisi del sistema competitivo.

- L’analisi delle fonti del vantaggio competitivo: risorse e competenze.

- Le strategie competitive di base.

- Il ruolo dell’innovazione per la costruzione del vantaggio competitivo.

- La strategia competitiva in diversi contesti settoriali.

- Il processo di pianificazione strategica.

***BIBLIOGRAFIA[[1]](#footnote-1)***

Il testo unico di riferimento del corso è il seguente:

R. M. Grant-J. Jordan, *Fondamenti di strategia,* Il Mulino, Bologna, 2013. [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/autori-vari/fondamenti-di-strategia-9788815245779-186334.html)

Gli studenti dovranno basare la loro preparazione, oltre che sulle lezioni, sullo studio di tale manuale (tutto eccetto i capitoli VII e VIII).

Altre letture di approfondimento, non obbligatorie, potranno essere di volta in volta indicate durante le lezioni e (ove possibile) rese disponibili sulla piattaforma Blackboard.

***DIDATTICA DEL CORSO***

Il corso prevede l’utilizzo di diversi metodi didattici.Per i frequentanti, oltre alle lezioni, sono previste discussioni di casi aziendali.

Il programma dettagliato contenente anche il calendario analitico e tutti i materiali didattici usati nel corso (slide del docente, letture, casi, video, ecc.) saranno resi disponibili sulla piattaforma Blackboard. .

#### METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE

La valutazione dell’apprendimento si svolgerà attraverso un esame finalein forma scritta.

Sono previste due diverse modalità d'esame, a seconda che lo studente scelga di frequentare o meno.

Gli studenti che frequenteranno regolarmente il corso avranno la possibilità - limitata alla prima sessione d’esame - di sostenere una prova scritta, comprendente una parte di test (domande a risposta multipla) e due domande a risposta aperta (con spazi definiti) che verteranno eslusivamente sui temi trattati e sui materiali didattici analizzati durnate le sessioni. .

Per gli studenti non frequentanti, il testo d’esame sarà strutturato in otto domande con risposte aperte (con spazi definiti) e verterà sui contenuti del programma e su tutto il libro di testo.

Nella valutazione delle risposte aperte sarà posta attenzione alla capacità dello studente di creare collegamenti fra i diversi temi trattati, utilizzando un linguaggio appropriato e sviluppando il pensiero critico.

La valutazione finale del corso prevedere l’attribuzione di un voto in trentesimi.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

 Per frequentare in modo proficuo il corso di Strategia aziendale si richiede che gli studenti possiedano già le conoscenze base di area aziendale, in particolare quelle riferite ai corsi di marketing, di organizzazione aziendale e di controllo di gestione.

***ORARIO E LUOGO DI RICEVIMENTO DEGLI STUDENTI***

 Gli orari di ricevimento sono disponibili on line nella pagina personale del docente, consultabile al sito <http://docenti.unicatt.it/>

1. I testi indicati nella bibliografia sono acquistabili presso le librerie di Ateneo; è possibile acquistarli anche presso altri rivenditori. [↑](#footnote-ref-1)