# Strategia e politica aziendale (Corporate strategy)

## Prof. Mario Molteni; Prof. Marco Minciullo; Prof. Giacomo Ciambotti

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

Il corso intende condurre i partecipanti nell’analisi dei problemi strategici e delle logiche di gestione delle imprese multibusiness. Esso vuole favorire la comprensione delle caratteristiche di una *corporate-level strategy* in grado di generare valore tanto per gli azionisti quanto per gli altri stakeholder.

Al termine dell’insegnamento, lo studente sarà in grado di applicare le conoscenze acquisite all’analisi della strategia a livello corporate di un’impresa in tutte le sue dimensioni: portafoglio business, assetto organizzativo, politiche di sostenibilità, performance economiche e socio-ambientali.

Inoltre, il corso stimola la capacità di ideare nuove strategie di crescita, con particolare attenzione ad acquisizioni, joint-venture, fusioni, crescita mediante sviluppo interno. Per tali operazioni straordinarie lo studente svilupperà la capacità di valutare criticamente benefici e controindicazioni di varie alternative.

Sia per quanto riguarda le capacità analitiche, sia per ciò che concerne le capacità di creazione e formulazione di nuove strategie, si favorisce lo sviluppo di abilità comunicative attribuendo agli studenti il compito di presentare i loro elaborati tanto ai docenti quanto a esponenti di vertice delle imprese che saranno esaminate.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

* *Introduzione alla Corporate Strategy (CS)*: crezione di valore nell’impresa multibusiness; evoluzione della CS nel tempo; modello di riferimento per l’analisi della CS; modelli di CS; influsso delle corporate governance sulla CS.
* *Mega-trend*: esame dei principali grandi cambiamenti in atto a livello globale, che impongono il costante rinnovamento della CS delle imprese;
* *Corporate governance*: esame del sistema di governo dell’impresa in vista di comprendere il suo influsso sulla CS.
* *Risorse aziendali*: ruolo delle risorse nella creazione di valore; classificazione dellle risorse per natura, funzione e livello; le risorse di valore; un approccio alla formulazione della strategia delle risorse.
* *Analisi ed evoluzione del portafoglio business*: core business e scelte di diversificazione; mappe di portafoglio; direzioni di diversificazione e modalità di espansione (crescita esterna vs. sviluppo interno); crescita internazionale; operazioni di corporate venture capital; grado di diversificazione e risultati aziendali.
* *Assetto organizzativo dell’impresa multibusiness*: strutture tipiche; meccanismi per il controllo e la coesione tra i business in portafoglio; condizioni per l’imprenditorialità interna; ruoli e dimensioni delle unità centrali.
* *Performance*: la valutazione dell’assetto economico; compatibilità tra profilo economico-finanziario aziendale e strategie di crescita a livello corporate; performance sociali e ambientali; bilancio di sostenibilità e bilancio integrato; la reputazione dell’azienda multibusiness.
* *CS e politiche di sostenibilità*: logica della sostenibilità e trasformazione della CS; gli stadi di sviluppo della sostenibilità nella CS; sostenibilità come opportunità per rinnovare i business esistenti o per lanciare nuovi business; logica del valore condiviso e sintesi socio-economiche; la crescente importanza della rendicontazione non finanziaria.
* *Formulare e realizzare una operazione straordinaria*: direzioni di innovazione; modalità di innovazione; classificazione delle operazioni straordinarie; determinazione del prezzo di eventuali acquisizioni o cessioni; problemi di attuazione; operazione straordinaria e creazione di valore economico e sociale.

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

Per i *frequentanti*

M. Molteni, G.. Invernizzi, M. Pedrini, *Corporate Strategy Lab, McGraw Hill, Milano, 2021* (capitoli indicati nel Syllabus). [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/giorgio-invernizzi-mario-molteni-matteo-pedrini/corporate-strategy-lab-valutare-e-innovare-le-imprese-multibusiness-9788838655173-698495.html)

Per i *non* *frequentanti*

M. Molteni, G.. Invernizzi, M. Pedrini, *Corporate Strategy Lab, McGraw Hill, Milano, 2021* (tutto il volume). [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/giorgio-invernizzi-mario-molteni-matteo-pedrini/corporate-strategy-lab-valutare-e-innovare-le-imprese-multibusiness-9788838655173-698495.html)

***DIDATTICA DEL CORSO***

Il corso prevede lezioni frontali, discussione di casi aziendali, testimonianze di manager di imprese multibusiness.

Al termine della Parte I del corso (prime 6 settimane) sono previsti: una relazione predisposta dai gruppi di studenti definiti a inizio corso; e un esame individuale composto da domande a scelta multipla.

Nella Parte II gli studenti, nell’ambito dei gruppi già formati per la Parte I, dovranno proporre un’operazione volta a modificare il portafoglio business (acquisizione, joint venture, fusione, sviluppo interno, cessione) dell’impresa esaminata, in grado di generare valore sia per gli azionisti sia per gli altri stakeholder. Nelle lezioni conclusive le proposte degli studenti saranno presentate prima ai docenti e, in seguito, a esponenti del top management delle imprese indagate. Questi ultimi avranno modo di discutere con gli studenti ciascuna operazione prospettata, facendone emergere punti di forza e di debolezza, e al termine indicheranno le migliori, spiegandone le ragioni.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

La valutazione per i *frequentanti* prevede un mix di elementi:

* valutazione dei docenti di una breve relazione predisposta dai gruppi di studenti al termine della Parte I;
* esame scritto individuale basato su domande a scelta multipla al termine della Parte I (relativa ad alcuni capitoli del testo);
* valutazione da parte dei docenti dell’operazione straordinaria elaborata dai gruppi;
* valutazione da parte dei testimoni aziendali dell’operazione straordinaria elaborata dai gruppi;

La valutazione per i *non frequentanti* avviene sulla base di un esame scritto composto da domande a scelta multipla e da domande aperte relative all’intero testo.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

Non sono previste propedeuticità specifiche. È tuttavia opportuno che lo studente che accosta questo corso possegga le conoscenze di base relative alla strategia competitiva a livello di business, che tipicamente si acquiscono in corsi di strategia e politica aziendale di base e in corsi di marketing strategico. È inoltre auspicata la capacità di analisi delle performance economico-finanziarie di un’impresa (analisi di bilancio).

*Nel caso in cui la situazione di emergenza relativa alla pandemia di Covid-19 non dovesse consentire lo svolgimento dell’attività didattica in presenza, sarà garantita l’erogazione dell’insegnamento in distance learning con modalità che saranno comunicate in tempo utile agli studenti. Gli esami si svolgeranno secondo le modalità consentite dall’Ateneo*.

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