# Strategia e politica aziendale (Management)

## Prof. Nicola Negri; Prof. Luigi Geppert

I Modulo: *Prof. Nicola Negri*

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

– Comprendere la differenza fra “che cosa fare-What” (Strategia) e “come fare-How” (Management).

– In presenza di forti cambiamenti, l’insegnamento insisterà su “come fare impresa” e come governarla in organizzazioni complesse sia multinazionali che nazionali-private.

– Il corso vuole aiutare lo studente, desideroso di intraprendere una carriera manageriale, a diventare un manager “moderno” ovvero in grado di utilizzare soluzioni razionali e creative ai numerosi problemi che assillano nei tempi attuali quasi tutte le organizzazioni complesse in particolar modo difronte alla scelta delle varie strategie e politiche aziendali.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Il corso si focalizza sulla cultura manageriale attuale e futura e descrive le idee emergenti di imprese fortemente innovative. L'insegnamento è organizzato attorno alle principali funzioni manageriali di pianificazione, organizzazione, controllo e attuazione utili ai manager per assicurare lo sviluppo della politica e strategia aziendale scelta. Queste quattro funzioni verranno descritte ed analizzate in riferimento alle diverse organizzazioni aziendali. I contenuti sono così ripartiti. Vi è una parte prodromica sulla natura dell'attività manageriale e sugli elementi che hanno caratterizzato l’evoluzione dell’ambiente manageriale. Si esaminano poi le singole funzioni manageriali, cogliendo per ciascuna i tratti più caratteristici e specifici. A puro titolo di esempio: la realizzazione della strategia, la gestione delle risorse umane, il lavoro di team, i processi di programmazione e controllo. L’approccio è pertanto sia teorico che operativo, richiamando frequentemente le prassi manageriali con molteplici testimonianze in aula di manager multinazionali e nazionali.

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

Richard L. Daft, *Managament*, Ninth Edition, International Edition ISBN 13: 978-0-324-59584-0 / ISBN 10: 0-324-59584-0.

***DIDATTICA DEL CORSO***

Si adotta una didattica fortemente attiva. Si veda con attenzione il programma e il calendario analitico. A fronte di alcune lezioni frontali necessarie per l’inquadramento e la centratura degli argomenti, il corso insiste su casi pratici e testimonianze di manager e consulenti atte a stimolare ogni singolo studente ad essere co-attore del processo di apprendimento stimolando in ognuno dei partecipanti le sue potenziali capacità manageriali e nel contempo gratifica chi partecipa attivamente attraverso lo scambio di idee, opinioni e punti di vista.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

La partecipazione alle dinamiche d’aula prevede una didattica attiva. Si suggerisce di partecipare alle lezioni con continuità, per poter fare propri gli approfondimenti e le indicazioni di lavoro proposti in aula: discussioni di casi aziendali, esercizi, testimoni aziendali, continuo dialogo con il docente al fine di sviluppare una visione attuale e completa del “mestiere” di manager che si trova a definire, sviluppare, attuare e controllare la miglior strategia aziendale.

Durante il corso, gli aggiornamenti, le indicazioni sulla didattica, i materiali di approfondimento e di supporto allo studio saranno disponibili attraverso la piattaforma di e-learning Blackboard.

Il programma prevede comunque lo studio integrale del testo di riferimento di R. Daft, "Management”.

La prova di esame è scritta. La prova verte su tutti i contenuti del testo adottato privilegiando i riferimenti agli esempi, casi ed approfondimenti proposti dal docente e dai testimonials in aula. Sarà richiesto agli studenti di rispondere a tutte le domande proposte.

È possibile sostenere l'esame in qualunque appello ufficiale previa iscrizione tramite il sistema i-Catt.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

Sono richieste conoscenze di base di strategia aziendale. Si consiglia vivamente la frequenza e la partecipazione attiva alle lezioni.

II Modulo: *Prof. Luigi Geppert*

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

L’obiettivo del corso è quello di sviluppare le conoscenze di strumenti e modelli sistemici per comprendere e analizzare al meglio l’evoluzione dinamica della strategia aziendale nella prospettiva di controllo e allineamento del manager d’impresa.

In un contesto di business sempre più “dinamico” e difficilmente programmabile come quello attuale, il processo di definizione delle decisioni manageriali appare particolarmente complesso, risultando difficile confrontare a priori e prevedere le conseguenze delle opzioni più critiche.

Tale processo richiede il supporto di *metodi* e *tool* per rappresentare e misurare la complessità dinamica della realtà che il manager può impiegare per migliorare e accrescere il livello di comprensione dei fenomeni.

L’insegnamento si propone di fornire i *metodi* e *tool* del *simulation modelling*, ossia, nel contesto di questo corso, del Systems Thinking e della System Dynamics per la concezione e la creazione dei “micro mondi” e dei *management flight simulator* che permettono al manager di esplorare gli effetti di decisioni strategiche a lungo termine, di valutare nuove strategie, di sviluppare e comprendere sistemi complessi.

In particolare, al termine del corso gli studenti saranno in grado di:

– migliorare il processo di analisi e valutazione della strategia aziendale e delle politiche di business nel tempo;

– comprendere la complessità attraverso le dinamiche contro-intuitive;

– costruire, almeno qualitativamente, opportuni micro mondi dinamici che rappresentano altrettante situazioni per cui la “giusta” decisione manageriale diventa il fattore critico di successo;

– utilizzare i paradigmi metodologici del Systems Thinking e della System Dynamics.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Relativamente al Modulo 2, Il corso fornisce all’inizio una breve introduzione alla modellazione dinamica dei sistemi e si articola successivamente sulla realizzazione di opportuni modelli dinamici (micro mondi) che esemplificano situazioni manageriali ricorrenti.

La presentazione di alcuni casi aziendali contiene l’applicazione degli strumenti e dei metodi presentati.

Compatibilmente con il tempo a disposizione, vengono dedicate alcune ore alle esercitazioni.

In particolare, gli argomenti trattati riguardano:

– la definizione e rappresentazione dei sistemi complessi: la *Policy Resistance*;

– i modi elementari di comportamento dinamico;

– i diagrammi circolari causali;

– i diagrammi livelli e flussi;

– esempi di applicazione;

– casi aziendali;

– esercitazioni (opzionale);

Durante il corso gli studenti verranno riuniti in gruppi (squadre); ad ogni gruppo sarà affidata l’analisi di un micro mondo già realizzato, da utilizzare come *business game* per il raggiungimento di determinati obiettivi attraverso l’opportuna combinazione dinamica di alcune leve di controllo (che rappresentano le decisioni aziendali).

***BIBLIOGRAFIA[[2]](#footnote-2)***

Per il Modulo 2

L. Geppert, *Introduzione alla Dinamica dei Sistemi: concetti generali di modellazione della complessità e applicazioni per la strategia e la gestione aziendale,* dispense del docente pubblicate in Blackboard, 2007.

L. Geppert, *Modelli e applicazioni d’esempio*, modelli software del docente pubblicati in Blackboard, 2011.

J. Sterman, *Business Dynamics: Systems Thinking and Modeling for a Complex World,* Irwin McGraw-Hill, 2000.

P.M. Senge, *The fifth discipline: the art and practice ofthe learning organization,* DoubleDay, 1994.

Durante il corso, a supporto dei concetti presentati nel Modulo 2, verranno utilizzati alcuni modelli preparati con l’opportuno software di modellazione (per esempio: iThink della iseesystems e Vensim PLE della Ventana Systems, scaricabili gratuitamente rispettivamente dai siti: www.iseesystems.com e [www.vensim.com](http://www.vensim.com)).

***DIDATTICA DEL CORSO***

La didattica si articola su lezioni frontali in aula con esercizi in aula. Durante il corso possono essere previste testimonianze di manager e consulenti.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

Per quanto attiene alla prova d’esame, valgono le seguenti:

1. L’esame del modulo 2 si basa su una prova scritta riguardante esercizi con risposte aperte e risposte chiuse.
2. La valutazione globale è la media aritmetica arrotondata per eccesso dei voti ottenuti nelle 2 prove (se il risulato di ciascuna prova è maggiore o uguale a 18).
3. La modalità d’esame è invariata per tutti gli appelli.
4. Nella prima sessione d’esami che segue il corso (di solito costituita da 3 appelli), gli studenti potrenno aggiungere i crediti (massimo 3) ottenuti attraverso il business game giocato in aula.
5. Le regole di assegnazione del voto sono pure indicate in BlackBoard.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

I prerequisiti richiesti comprendono: le conoscenze di base della strategia aziendale, i concetti elementari di analisi matematica e di statistica. Si consiglia vivamente la frequenza e la partecipazione attiva alle lezioni. Nella pagina del docente sono indicati l’orario di ricevimento e la modalità di richiesta tesi.

*Orario e luogo di ricevimento degli studenti*

Appuntamento da concordare tramite contatto via email.

1. I testi indicati nella bibliografia sono acquistabili presso le librerie di Ateneo; è possibile acquistarli anche presso altri rivenditori. [↑](#footnote-ref-1)
2. I testi indicati nella bibliografia sono acquistabili presso le librerie di Ateneo; è possibile acquistarli anche presso altri rivenditori. [↑](#footnote-ref-2)