# Strategia e politica aziendale (Management)

## Prof. Donatella Depperu; Prof. Luigi Geppert

I Modulo: *Prof. Donatella Depperu*

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

L’insegnamento si propone di trasmettere agli studenti la metodologia e gli strumenti per comprendere ed essere preparati a intervenire nelle diverse fasi del processo strategico, dalla valutazione della strategia attuale sino alla realizzazione e controllo di una nuova strategia.

Al termine del corso lo studente:

* Sarà in grado di individuare quali strumenti utilizzare nelle diverse fasi di valutazione, formulazione, realizzazione della strategia al fine di contribuire al conseguimento delle finalità e degli obiettivi aziendali.
* Saprà individuare i rischi che caratterizzano ciascuna fase, cercando soluzioni adeguate al loro superamento.
* Saprà porre domande per l’individuazione dei problemi, dei rischi e delle opportunità relative al processo strategico in diversi tipi di aziende, dalle grandi multinazionali alle imprese di piccole e medie dimensioni.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

L'insegnamento è organizzato attorno al processo strategico, quindi alle fasi che vanno dalla valutazione della strategia sino alla realizzazione e controllo di un nuovo disegno strategico. L’approccio è sia teorico che operativo, richiamando frequentemente le prassi manageriali con molteplici testimonianze in aula di manager di imprese multinazionali e nazionali. Per ciascun argomento ci si focalizza su teorie, modelli e strumenti di riferimento, fonti di informazioni, affiancando alle lezioni discussioni di gruppo e plenarie, presentazioni degli studenti e richiami alle prassi aziendali.

***BIBLIOGRAFIA***

Le letture per la preparazione dell’esame sono indicate, in corrispondenza di ciascuna lezione, sulla piattaforma di e-learning Blackboard e direttamente scaricabili dalla stessa piattaforma o dalla Biblioteca dell’Università.

***DIDATTICA DEL CORSO***

Si adotta una didattica fortemente attiva. Si veda con attenzione il programma e il calendario analitico. Le lezioni frontali, necessarie per l’inquadramento degli argomenti, sono integrate da discussioni su casi pratici, esercizi e testimonianze di manager e consulenti atte a stimolare ogni singolo studente ad essere co-attore del processo di apprendimento. Sono previste anche attività da svolgere in gruppo, in aula e in preparazione delle lezioni.

***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, testimonianze aziendali, continuo dialogo con il docente al fine di sviluppare conoscenze e competenze relative all’attività di chi si trova a definire, sviluppare, attuare e controllare la 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.

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

1. La prova d’esame è scritta.
2. L’esame sul modulo I ha ad oggetto tutti i contenuti delle letture indicate sulla piattaforma di e-learning Blackboard e delle lezioni, compresi gli esempi, i casi, gli esercizi e gli approfondimenti proposti dal docente e dai testimoni in aula.
3. La prova scritta prevede un mix di domande chiuse ed aperte, ed eventualmente anche brevi esercizi o casi aziendali da commentare.
4. La valutazione del modulo I fa media con la valutazione che lo studente ottiene nell’esame relativo al modulo II. L’esame sui due moduli va sostenuto nella stessa sessione d’esame. E’ però prevista una prova intermedia sul modulo I: nel caso in cui questa prova venga valutata positivamente, il relativo voto potrà fare media con il voto conseguito sulla prova relativa al solo secondo modulo (da sostenersi esclusivamente in uno dei primi tre appelli).
5. La modalità d’esame è invariata per tutti gli appelli.

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.

*Orario e luogo di ricevimento degli studenti*

Giorni e orari di ricevimento della prof.ssa Depperu sono indicati sulla sua pagina docente. Il ricevimento si tiene nell’ufficio di via Necchi 5, ex-conventino.

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 “micromondi” 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 micromondi 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 II, Il corso fornisce all’inizio una breve introduzione alla modellazione dinamica dei sistemi e si articola successivamente sulla realizzazione di opportuni modelli dinamici (micromondi) 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 micromondo 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[[1]](#footnote-1)***

Testi necessari e sufficienti per apprendere i contenuti con profitto e per sostenere la prova d’esame:

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. Capitoli da 1 a 7.

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

Testi di approfondimento non necessari per la prova d’esame ma consigliati per gli interessati alla materia:

J. Sterman, *Business Dynamics: Systems Thinking and Modeling for a Complex World,* Irwin McGraw-Hill, 2000. Capitoli da 1 a 10

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

Durante il corso, a supporto dei concetti presentati nel Modulo 2, verranno utilizzati alcuni modelli preparati con opportuni software di modellazione, per esempio: iThink della iseesystems (www.iseesystems.com) e Vensim PLE della Ventana Systems, quest’ultimo scaricabile gratuitamente dal sito: 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 II si basa su una prova scritta riguardante esercizi con risposte aperte e risposte chiuse.
2. La valutazione globale è la media aritmetica arrotondata dei voti ottenuti nelle prove su primo e secondo modulo (se il risulato di ciascuna prova è maggiore o uguale a 18).
3. La modalità d’esame è invariata per tutti gli appelli.
4. I punti acquisiti attraverso il business game, da sommare al voto ottenuto nella prova scritta, potranno essere utilizzati nei primi 3 appelli successivi alla fine del corso.
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 necessari per l’analisi dei dati. 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)