# Modelli e processi di management

## Prof. Laura Maria Ferri; Prof. Luigi Serio

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

Il corso intende fornire agli studenti, modelli e chiavi di lettura per comprendere i processi di funzionamento delle organizzazioni, il loro rapporto con il contesto competitivo, la gestione del processo di innovazione, il rapporto fra performance e creazione di valore. In particolare, verranno approfondite le questioni di management inerenti i fenomeni rilevanti per la gestione complessiva dell’impresa, considerata nei suoi rapporti con l’ambiente esterno, il contesto concorrenziale e le problematiche dello sviluppo tecnologico.

*Conoscenza e capacità di comprensione:* al termine del corso gli studenti conosceranno gli elementi costitutivi e le principali dinamiche competitive che determinano il contesto di riferimento, la struttura e il comportamento delle imprese. In particolare, lo studio della materia aiuta a comprendere le scelte strategiche e le implicazioni nei processi operativi aziendali.

*Conoscenza e capacità di comprensione applicate*: attraverso l’utilizzo di casi aziendali durante le lezioni e la realizzazione del lavoro di gruppo gli studenti saranno in grado di applicare i concetti teorici acquisiti all’analisi di situazioni reali, per quanto semplificate per esigenze didattiche.

*Autonomia di giudizio*: il metodo didattico utilizzato durante l’intero corso ha l’obiettivo di rendere gli studenti autonomi nell’utilizzo delle conoscenze teoriche e pratiche, al fine di renderli capaci di formare un proprio giudizio consapevole e critico sul comportamento delle imprese. A tal fine, l’interazione in aula e il materiale proposto mirano a sollecitare il continuo confronto tra diverse posizioni e situazioni.

*Abilità comunicative e capacità di apprendere*: al termine delle lezioni, gli studenti avranno acquisito la capacità di: utilizzare in modo appropriato il linguaggio proprio della disciplina; discutere e sostenere il proprio giudizio in merito alle strategie e ai processi innovativi aziendali; proseguire nello studio e nell’approfondimento dei comportamenti aziendali e delle relative implicazioni competitive e innovative.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Modulo I: *La costruzione del vantaggio competitivo: mercati, forme organizzative e processi di management* (Prof. Luigi Serio)

Il modulo approfondisce il rapporto tra strategia e organizzazione. In particolare affronta i seguenti temi:

* *il concetto di strategia*: schema di base e principali riferimenti negli studi sulle strategie di impresa;
* *analisi del sistema competitivo, settore e concorrenti*: strumenti e categorie concettuali per l’analisi del settore e sue principali evoluzioni;
* *natura e fonti del vantaggio competitivo*: strumenti per la creazione e il mantenimento di un vantaggio competitivo;
* *resource based theory e evoluzione del concetto di strategia*: nuovi fattori di vantaggio, l’approccio per competenze, la riscoperta dei fattori endogeni di sviluppo dell’impresa;
* *i nuovi meccanismi di governance organizzativa*, interna e esterna all’azienda;
* *i processi di rete* e le loro influenze sulla creazione di valore;
* *le forme organizzative emergenti*: le organizzazioni a rete, i nuovi meccanismi regolatori, le community e i network of practice.

Modulo II: *Gestione strategica dell’innovazione nelle imprese internazionali* (Prof. Laura Maria Ferri)

Dopo aver discusso i fondamenti delle dinamiche dell’innovazione e i processi di sviluppo di una strategia ad esse connessa, il corso prenderà in considerazione anche la relazione tra lo sviluppo di innovazione e la sostenibilità. In particolare affronterà i seguenti temi:

* *fondamenti delle dinamiche di innovazione*: concetti fondamentali, fonti dell’innovazione, relative forme e modelli;
* *sviluppo e implementazione di una strategia di innovazione:* meccanismi di protezione, strategie di collaborazione, implicazioni per la struttura aziendale, gestione dei team, organizzazione dei processi di sviluppo di nuovi prodotti;
* *integrazione tra innovazione e sostenibilità*: innovazione e progresso, obiettivi ambientali e sociali nei processi di innovazione, nuovi modelli di business a valenza sociale.

I programmi dettagliati dei due moduli saranno resi disponibili all’inizio del corso e pubblicati sulla pagina personale del docente e Blackboard. Gli studenti sono quindi tenuti a consultare tali pagine online per eventuali comunicazioni.

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

Per il I modulo

A. Baroncelli-L. Serio, *Economia e gestione delle imprese,* Mc Graw Hill, 2020 (2 edizione). *[Acquista da VP](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/alessandro-baroncelli-luigi-serio/economia-e-gestione-delle-imprese-9788838695667-682761.html)*

Per il II modulo

Il testo e gli articoli (in italiano e in inglese) di riferimento verranno indicati durante il primo semestre.

Durante lo svolgimento delle lezioni i docenti metteranno a disposizione sulla piattaforma *Blackboard* l’elenco dei materiali utili per i lavori di gruppo e le letture integrative.

***DIDATTICA DEL CORSO***

In entrambi i moduli il lavoro verrà svolto attraverso lezioni frontali, lavori di gruppo, casi aziendali e discussioni in aula verranno, inoltre, ospitate testimonianze aziendali che supporteranno il processo di apprendimento sui temi oggetto del corso.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

Per il I modulo

La valutazione prevede una prova finale scritta con domande a risposta multipla e aperte sull’intero programma del corso; è prevista una prova intermedia alla fine del semestre.

Per il II modulo

Si prevedono due modalità di valutazione:

– modalità “lavoro di gruppo”: la valutazione si basa sulla realizzazione di un lavoro di gruppo e sul superamento di un esame scritto finale;

– modalità “senza lavoro di gruppo”: la valutazione è interamente determinata dall’esame finale – scritto o orale – che verterà su un più ampio programma di studio.

Nella realizzazione del lavoro di gruppo gli studenti dovranno saper applicare quanto appreso durante le lezioni all’analisi e discussione di un caso aziendale, oltre che dimostrare di saper gestire la responsabilità che derivano dal dover raggiungere un obiettivo comune.

Per entrambi i moduli, nelle prove scritte gli studenti dovranno dimostrare di aver approfondito e compreso i concetti chiave discussi a lezione e presentati all’interno del materiale di studio indicato.

*NB: tutti gli studenti sono invitati a partecipare alle lezioni, qualunque sia l’opzione d’esame scelta.*

L’esame si ritiene superato quando lo studente ha ottenuto una votazione sufficiente (uguale o superiore a 18/30) in entrambi i moduli. Ulteriori dettagli sul calcolo dei voti dei singoli moduli saranno forniti su Blackboard prima dell’inizio delle relative lezioni.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

Il corso non necessita di prerequisiti relativi ai contenuti, sebbene una conoscenza di base dell’economia aziendale potrebbe facilitare l’approccio all’insegnamento.

La frequenza alla lezione presuppone l’interesse e la curiosità per la materia trattata e la voglia e l’impegno a partecipare attivamente alla discussione in aula e al lavoro di gruppo.

La frequenza alle lezioni è consigliata.

*Orario e luogo di ricevimento*

La prof.sa Laura Maria Ferri riceve gli studenti il lunedì dalle ore 8,45 alle ore 9,30 presso l’ufficio di via Necchi, 7 (piano terra) oppure da remoto su appuntamento da concordare via email. Modifiche all’orario saranno indicate sempre sulla pagina personale del docente.

Il Prof. Luigi Serio riceve gli studenti a fine lezione e presso il Dipartimento di Scienze dell’economia e della gestione aziendale (via Necchi 5), (controllare per data la pagina personale web).

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