# Strategia e politica aziendale

## Prof. Susanna Di Martino

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

Il corso si propone di:

– Approfondire il ruolo e gli strumenti propri della Strategia a livello Corporate nel governo delle imprese;

– Fornire metodi di analisi, strumenti di diagnosi e processi di definizione della Strategia Corporate;

– Far comprendere le direttrici di crescita più opportune per le imprese in diversi contesti competitivi e in presenza di stakehoders diversi

– Fornire strumenti e metodi per la formulazione di strategie innovative, approfondire tecniche e metodologie utili alla predisposizione di un business plan finalizzato allo sviluppo di una nuova iniziativa imprenditoriale o allo sviluppo di un nuovo prodotto/innovazione.

– Analizzare le caratteristiche e il processo di formulazione della strategia aziendale;

– Essere in grado di tradurre una strategia aziendale nel piano strategico e misurarne l’efficacia.

Al termine di questo corso, dunque, lo studente avrà appreso le principali teorie inerenti la formulazione strategica ed avrà sperimentato metodologie per la formulazione, lo sviluppo e la misurazione di efficaci strategie innovative.

Sarà infatti in grado di:

– Interpretare una strategia di crescita aziendale;

– Misurarne e prevederne gli effetti;

– Confrontare diversi contesti competitivi e diverse strategie di crescita;

– Conoscere e comprendere cos’è un modello di business, i principali elementi da analizzare

– Realizzare i principali passaggi per la formulazione di una strategia (business planning)

– Conoscere e comprendere come si valuta l’attrattività di un mercato e come si disegna una coerente “value proposition”

– Conoscere, comprendere e saper applicare le tecniche di predisposizione di un piano economico e finanziario

– Strutturare e comunicare una proposta di piano strategico

Attività didattiche previste:

Il corso prevede l’alternanza di lezioni in aula, attività da svolgere online (videolezioni) ed a distanza (webinar e feedback live).

Tutte le attività didattiche, in presenza, on line ed a distanza, rappresentano attività obbligatorie e fondamentali. E’ richiesto di studiare gli argomenti presentati nelle video-lezioni ed il materiale di approfondimento.

La partecipazione ai webinar ed ai feedback risulta importante ai fini dell’apprendimento.

La natura e le caratteristiche della materia impongono l’analisi di casi aziendali per rendere concreto l’apprendimento. I casi saranno affrontati prevalentemente in aula ma richiedono una lettura ed una preparazione preliminare per poter partecipare appieno alla didattica attiva.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Il corso è strutturato in sei moduli didattici (ognuno dei quali prevede attività in aula, video-lezioni registrate; esempi applicativi, casi aziendali, lavoro di gruppo e esercitazioni).

Modulo 1: *introduzione*

– Obiettivo: Comprendere il linguaggio, il perimetro d’azione e gli strumenti tipici della Strategia a Livello Aziendale (Corporate Strategy).

Modulo 2: *Strategie di crescita e strategie di internazionalizzazione*

– Obiettivo: acquisire i concetti fondamentali per l’analisi e la realizzazione di strategie di crescita, con particolare riferimento alla crescita internazionale e globale.

Modulo 3: *La crescita organica: la crescita per vie esterne*

– Obiettivo: Valutare ed interpretare le direttrici per la crescita organica e le strategie di diversificazione per vie esterne.

Modulo 4: *Strategie innovative e sviluppo imprenditoriale interno*

– Obiettivo: acquisire gli strumenti per lo sviluppo di strategie innovative. Identificare le condizioni per lo sviluppo di imprenditorialità interna.

Modulo 5: F*ormulazione di un progetto di business innovativo*

– Obiettivo: acquisire gli strumenti fondamentali per la formulazione di un piano strategico di sviluppo. Identificare i contenuti del piano, i destinatari e le attese dei diversi Stakeholders aziendali.

Modulo 6: *La realizzazione della strategia e il piano strategico. L’acquisizione delle risorse necessarie*

– Obiettivo: dotarsi degli strumenti per la formulazione del piano strategico; comprendere le risorse economiche e manageriali necessarie per lo sviluppo del piano strategico e porre in essere azioni per la loro acquisizione

***BIBLIOGRAFIA***

Testo Obbligatorio

Johnson, Whittington et al. *Strategia. Orientare organizzazioni ed imprese in un modo che cambia,* Pearson, 2017 (11° edizione)

All’inizio del corso il docente renderà disponibili materiali su Blackboard, e darà indicazioni su altri materiali eventualmente necessari.

Testo facoltativo consigliato

C. parolini, *Business Planning. Dall’idea al progetto imprenditoriale,* Pearson, 2020 (3° edizione

***DIDATTICA DEL CORSO***

Il corso, erogato in modalità blended, prevede attività in forma residenziale (50% con lezioni frontali teoriche ed esercitazioni/lavori di gruppo) ed in remoto (50%). Le attività in remoto prevedono la fruizione di videolezioni (asincrone), webinar esercitativi e feed-back- live (sincroni realizzati in webconference). Le lezioni frontali teoriche saranno accompagnate da lavoro di gruppo/esercitazioni. A distanza lo studente dovrà consultare le video-lezioni (sia dei docenti che di testimoni esterni), il materiale di approfondimento, sviluppare i task assegnati (orientati prevalentemente al lavoro di gruppo/esercitazioni che seguiranno tutti i moduli del corso), svolgere i test e le attività proposte.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

*A) Valutazione progressiva in itinere*

Per gli studenti che optano per una valutazione progressiva in itinere si prevede che: il 50% della valutazione sia effettuato mediante due prove (una prova scritta d’aula e una prova inerente il lavoro di gruppo) somministrate durante lo svolgimento del corso, secondo modalità, contenuti e tempistiche che saranno pubblicati nell’area Blackboard riservata agli studenti iscritti al corso; il restante 50% della valutazione sia effettuato mediante prova finale scritta. Si accede alla prova finale a fronte del conseguimento di una valutazione positiva delle prove somministrate durante lo svolgimento del corso. Ai fini del superamento dell’esame, la prova finale (da tenersi in uno dei 3 appelli successivi al termine dell’insegnamento) deve essere positiva. Le prove in itinere si intendono superate con un punteggio minimo di 18/30; il voto finale è dato dalla media ponderata delle valutazioni ottenute nelle tre prove.

*B) Valutazione unitaria sommativa*

Per gli studenti che intendono optare per una valutazione unitaria in sede di appello di esame, l’esame si articola in una prova scritta su tutto il programma del corso.

Non è previsto l’esame orale integrativo del voto.

In caso di necessità specifiche o dubbi sullo svolgimento corretto delle prove scritte, il docente si riserva il diritto di verificare la preparazione dello studente con domande orali. Tale eventualità viene comunicata ai candidati in concomitanza con l’esposizione dei risultati dell’esame scritto. Il candidato che si rifiuta di sostenere il colloquio orale perde il voto conseguito nella prova scritta.

Il criterio di valutazione nell’attribuzione del voto verte sull’acquisizione dei contenuti, sulla capacità di applicazione ed elaborazione critica di quanto appreso, sulla capacità di connessione tra i contenuti teorici proposti e le applicazioni pratiche, sulla capacità di formulare giudizi autonomi e comunicarli.

La sufficienza è conseguita dallo studente che dimostri conoscenze dei contenuti solo superficiali, esposizione semplice, incertezze nell’applicazione dei concetti teorici e degli strumenti e metodologie proprie della materia. Il massimo dei voti (e la lode) è conseguito dallo studente che dimostri invece conoscenze ampie, complete ed approfondite, capacità di utilizzare propriamente gli strumenti più opportuni, capacità di collegamenti interdisciplinari supportati da piena padronanza espositiva.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

*Prerequisiti*

Avere assimilato i concetti base di Strategia (dal corso di Laurea triennale, testo Grant), di Economia aziendale, conoscere la terminologia e i principi di costruzione del Bilancio aziendale e nozioni di Programmazione e Controllo (in particolare per quanto riguarda l’analisi dei costi).

Gli orari di ricevimento saranno indicati nella Pagina Personale Docente.

Nel caso in cui la situazione sanitaria relativa alla pandemia di Covid-19 non dovesse consentire la didattica in presenza, sarà garantita l’erogazione dell’insegnamento in distance learning con modalità che verranno comunicate in tempo utile agli studenti.

*NOTE E RIFERIMENTI UTILI*

*Pagina personale docente*

<https://docenti.unicatt.it/ppd2/it/docenti/15989/susanna-di-martino/profilo>

*Ricevimento studenti*

Il ricevimento studenti aggornato è sempore indicato nella pagina docente.