## **Strategia e politica aziendale**

## Prof. Susanna Di Martino

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

Il corso intende conseguire in modo congiunto i seguenti obiettivi:

* Comprendere il concetto di strategia e il ruolo che la strategia esercita nel governo dell’azienda in generale (sia nelle imprese di produzione che nelle aziende di servizi);
* Acquisire le più importanti teorie e metodologie per l’analisi e la diagnosi della strategia, a livello business che al a livello aziendale;
* Interpretare ed analizzare e il contesto competitivo in cui opera l’azienda e le dinamiche in atto, nonché il comportamento delle aziende concorrenti;
* Sviluppare strategie innovative e/o di reazione alle dinamiche competitive in atto;
* Sviluppare la capacità di identificare le risorse e le competenze fondamentali per l’innovazione strategica
* Individuare gli elementi fondanti della strategia di interesse dei diversi stakeholders;
* Misurare i risultati della strategia aziendale e valutare gli effetti che le scelte strategiche hanno sull’economicità aziendale.

Al termine di questo corso, dunque, lo studente sarà in grado di

* Interpretare una strategia aziendale;
* Misurare la posizione competitiva dell’azienda;
* Analizzare un contesto competitivo e prevederne le evoluzioni
* Formulare una strategia aziendale e prevederne i risultati;
* Individuare gli elementi chiave per la condivisione e la comunicazione della strategia coinvolgendo gli stakeholders rilevanti

***PROGRAMMA DEL CORSO***

L’insegnamento si articola in tre parti.

Parte prima: *La strategia ed il contesto competitivo*

1. Il concetto di strategia ed l ruolo nel governo dell’azienda;
2. Il successo della strategia;
3. L’analisi del settore;
4. Analisi dei concorrenti ed i raggruppamenti strategici

Parte seconda: *Le strategie di business*

1. Le risorse e le competenze aziendali
2. La costruzione del vantaggio competitivo
3. La creazione di valore e la mappatura delle attività aziendali
4. La costruzione del Business Model
5. Strategie innovative
6. La valutazione dei risultati della strategia realizzata

Parte terza: *Competere in contesti diversi e le strategie di crescita*

1. Le dinamiche competitive e il mutamento del contesto di riferimento
2. Competere in settori e contesti diversi
3. Competere nei settori globali
4. Strategie di crescita
5. Comunicazione della strategia: come coinvolgere gli stakeholders rilevanti nel progetto strategico

Il syllabus contenente il programma analitico del corso sarà comunicato tramite Blackboard.

***BIBLIOGRAFIA***

Il materiale di riferimento (frequentanti e non frequentanti) è rappresentato da:

* R.M. Grant-J. Jordan, *Fondamenti di Strategia* Il Mulino, Bologna, 2013;
* Slide, letture integrative e casi resi disponibili, su blackboard.

***DIDATTICA DEL CORSO***

La natura e le caratteristiche della materia di insegnamento impongono una alternanza di lezioni teoriche e analisi di casi per rendere concreto l’insegnamento. Il corso, pertanto, prevede una didattica attiva con analisi di casi, simulazioni e lavori di gruppo.

La partecipazione attiva alla discussione dei casi ed ai lavori di gruppo rende lo studente in grado di sviluppare le competenze necessarie per affrontare l’esame nella sua componente pratica di analisi di casi e commento ai fatti di attualità.

Il programma d’esame per gli studenti frequentanti dovrà comprendere congiuntamente lo studio del libro di testo indicato, i contenuti del lavoro svolto in aula (approfondimento dei casi di studio ed esempi e discussioni proposte dal docente), nonché le indicazioni di lavoro e di studio individuale, che saranno proposte anche con l’ausilio del package didattico disponibile sulla piattaforma *Blackboard.*

Per i non frequentanti è comunque necessario dotarsi di esempi e casi pratici come parte della preparazione individuale.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

La prova di esame potrà essere svolta in una unica soluzione (prova generale) o mediante le due prove parziali (c.d. prove intermedie) da effettuarsi esclusivamente nelle date indicate dal calendario accademico.

Le prove (parziali o generali) sono scritte e articolate in domande aperte su argomenti teorici e pratici (commento a fatti realmente accaduti) e analisi di mini-casi aziendali. Il voto è espresso in trentesimi.

Le prove parziali si intendono superate con un punteggio minimo di 18/30; il voto finale è dato dalla media aritmetica delle valutazioni delle due prove parziali.

Lo studente che supera la prima prova, potrà sostenere la seconda in una sola delle tre date disponibili nella sessione di appello al termine del corso. Lo studente che non sostiene o non supera una delle due prove parziali, oppure non accetta il voto conseguito, dovrà sostenere l’esame completo.

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***

Il corso dà per scontate le conoscenze di base di Economia Aziendale e di Metodologia e Determinazioni Quantitative di Azienda soprattutto per quanto riguarda il significato delle poste di Bilancio.

La frequenza alle lezioni è fortemente consigliata. E’ previsto l’uso della piattaforma informatica *Blackboard* per attività quali la distribuzione dei materiali, la consegna di eventuali elaborati, la comunicazione dei voti. Gli orari di ricevimento sono 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.