

FACOLTÀ	Economia
ANNO ACCADEMICO	2014/2015
CORSO DI LAUREA	Scienze Economico-aziendali (LM77) <i>Curriculum: Governo strategico dei sistemi aziendali</i>
INSEGNAMENTO	Strategie e politiche aziendali
TIPO DI ATTIVITÀ	Caratterizzante
AMBITO DISCIPLINARE	Aziendale
CODICE INSEGNAMENTO	07114
ARTICOLAZIONE IN MODULI	No
NUMERO MODULI	
SETTORE SCIENTIFICO-DISCIPLINARE	SECS P/07
DOCENTE RESPONSABILE	Marcantonio RUISI Professore Straordinario Università degli studi di Palermo
CFU	6
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO PERSONALE	114
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLE ATTIVITÀ DIDATTICHE ASSISTITE	36
PROPEDEUTICITÀ	Nessuna
ANNO DI CORSO	Secondo
SEDE DI SVOLGIMENTO DELLE LEZIONI	Da definire
ORGANIZZAZIONE DELLA DIDATTICA	Lezioni frontali
MODALITÀ DI FREQUENZA	Facoltativa
METODI DI VALUTAZIONE	Prova orale
TIPO DI VALUTAZIONE	Voto in trentesimi
PERIODO DELLE LEZIONI	Secondo semestre
CALENDARIO DELLE ATTIVITÀ DIDATTICHE	Da definire
ORARIO DI RICEVIMENTO DEGLI STUDENTI	Martedì e giovedì 10 – 12

<p>RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI</p> <p>Conoscenza e capacità di comprensione Acquisizione dei saperi e delle capacità per l'analisi dei contesti ambientali di riferimento dell'azienda.</p> <p>Capacità di applicare conoscenza e comprensione Lo studente dovrà dimostrare di aver sviluppato capacità di base per l'analisi strategica.</p> <p>Autonomia di giudizio Lo studente dovrà dimostrare di possedere gli strumenti per acquisire ed elaborare le necessarie informazioni aziendali a supporto del processo strategico.</p> <p>Abilità comunicative Lo studente dovrà dimostrare di sapere comunicare i risultati delle analisi aziendali da produrre sulla base degli strumenti cognitivi acquisiti.</p> <p>Capacità d'apprendimento Lo studente dovrà aver sviluppato le abilità di apprendimento necessarie per continuare l'approfondimento dello studio della Strategia aziendale padroneggiando contenuti culturali e</p>
--

formativi di base necessari anche per seguire gli aggiornamenti della disciplina.

OBIETTIVI FORMATIVI DELL'INSEGNAMENTO

Il corso mira – prevalentemente - a fornire gli elementi di base utili per la ricerca delle fonti del vantaggio competitivo e del successo della strategia *corporate*, nonché per la redazione e lettura di un piano di fattibilità d'impresa. Mira ancora a far comprendere le logiche di funzionamento reticolare dei sistemi d'impresa e di genesi della singola realtà aziendale. Il corso mira anche a stimolare una riflessione etica sul comportamento imprenditoriale evidenziando il collegamento tra l'esercizio delle virtù – cosiddette appunto – imprenditoriali e il successo aziendale.

ORE	LEZIONI FRONTALI
	<p>INTRODUZIONE. IL CONCETTO DI STRATEGIA: LINEAMENTI PER UN'ARTICOLAZIONE COMPOSITA NEL MARE MAGNUM DELLE DEFINIZIONI DOTTRINALI.</p> <p>PARTE 1^a. L'ANALISI DELLA STRATEGIA COMPETITIVA O DI BUSINESS.</p> <p>PREMESSA. SU TALUNI CONTRIBUTI TEORICI ALLO STUDIO DELLE FONTI DEL VANTAGGIO COMPETITIVO.</p> <p>1. LA RICERCA DELLE FONTI ESTERNE: CARATTERI STRUTTURALI E DINAMICHE IMPRENDITORIALI DEL CONTESTO COMPETITIVO.</p> <ul style="list-style-type: none">1.1. L'analisi dei caratteri strutturali.<ul style="list-style-type: none">1.1.1. Il grado di concentrazione del settore.1.1.2. Il grado di differenziazione del prodotto.1.1.3. Le barriera all'entrata.1.1.4. La struttura dei costi del settore.1.1.5. Il <i>gap</i> di potenziale.1.1.6. Il ciclo di vita del settore.1.2. L'analisi delle dinamiche competitive.<ul style="list-style-type: none">1.2.1. I concorrenti.1.2.2. I potenziali entranti.1.2.3. I fornitori.1.2.4. Gli intermediari.1.2.5. I consumatori finali.1.2.6. Strategie di attacco e di difesa1.2.7 Ipercompetizione e commoditization1.3. Dal <i>sistema competitivo</i> al <i>sistema del valore</i>. <p>2. LA RICERCA DELLE FONTI INTERNE: RISORSE, CAPACITA' E COMPETENZE DISTINTIVE.</p> <ul style="list-style-type: none">2.1. Le risorse e le capacità aziendali.2.2. Le competenze distintive.2.3. Processi di apprendimento, <i>routine</i> organizzative e <i>dynamic capability</i>. <p>3. LOGICHE RETICOLARI PER IL CONSEGUIMENTO DEL VANTAGGIO COMPETITIVO.</p> <ul style="list-style-type: none">3.1. Le aggregazioni aziendali e la <i>costellazione del valore</i>.3.2. La fiducia alla base delle relazioni intra-aziendali ed inter-aziendali.

3.3. Lo sviluppo dei sistemi di produzione locale.

PARTE 2^a. L'ANALISI DELLA STRATEGIA AZIENDALE O CORPORATE.

PREMESSA. RICHIAMI ANTROPOLOGICI PER UN'ETICA AZIENDALE
QUALE FONDAMENTO DELLE STRATEGIE RIVOLTE AL SUCCESSO
DURATURO DELL'ISTITUTO ECONOMICO.

- Riflessione in tema di “trascendentali” e virtù imprenditoriali

**1. ELEMENTI COSTITUTIVI E AMBITI DECISIONALI DI
RIFERIMENTO DELLA STRATEGIA CORPORATE.**

1.1. La strategia economico-finanziaria.

1.2. La strategia organizzativa.

1.3. La strategia sociale.

1.4. La strategia di portafoglio A.S.A.

1.5. Un approccio di sintesi alla strategia aziendale.

1.6. Alcuni ambiti decisionali connessi alle cosiddette *operazioni straordinarie*.

**2. IL PROCESSO DECISORIO CHE PRE-ORDINA LA GENESI
AZIENDALE.**

2.1. Le fasi del processo genetico.

2.2. Le variabili interagenti.

2.2.1. Le variabili individuali.

2.2.2. Le variabili di contesto.

2.3. Riferimenti specifici alle modalità gemmatorie.

**3. IL BUSINESS PLAN QUALE STRUMENTO A SUPPORTO DELLA
GENESI E DELLO SVILUPPO: DALLA PREFIGURAZIONE AL
GOVERNO D'AZIENDA.**

1. Contributi teorici all'operare *razionale* d'azienda.

2. Azione, decisione e processo come categorie concettuali per
interpretare l'operare *razionalmente limitato* d'azienda.

2.1. Obiettivi e motivazioni a base del processo decisionario.