



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PALERMO

DIPARTIMENTO	Ingegneria
ANNO ACCADEMICO OFFERTA	2018/2019
ANNO ACCADEMICO EROGAZIONE	2019/2020
CORSO DILAUREA MAGISTRALE	INGEGNERIA GESTIONALE
INSEGNAMENTO	ANALISI DELLE TECNOLOGIE E MANAGEMENT STRATEGICO
TIPO DI ATTIVITA'	B
AMBITO	50368-Ingegneria gestionale
CODICE INSEGNAMENTO	18534
SETTORI SCIENTIFICO-DISCIPLINARI	ING-IND/35
DOCENTE RESPONSABILE	PERRONE GIOVANNI Professore Ordinario Univ. di PALERMO
ALTRI DOCENTI	
CFU	6
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO PERSONALE	102
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLA DIDATTICA ASSISTITA	48
PROPEDEUTICITA'	
MUTUAZIONI	
ANNO DI CORSO	2
PERIODO DELLE LEZIONI	1° semestre
MODALITA' DI FREQUENZA	Facoltativa
TIPO DI VALUTAZIONE	Voto in trentesimi
ORARIO DI RICEVIMENTO DEGLI STUDENTI	PERRONE GIOVANNI Venerdì 15:00 17:00 Studio del docente. Gli studenti possono contattare il docente via email quando desiderano e riceveranno il supporto richiesto e/o appuntamento

DOCENTE: Prof. GIOVANNI PERRONE

PREREQUISITI	Sono richiesti elementi basi di economia di azienda e di microeconomia
RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI	RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI Conoscenza e capacita' di comprensione (knowledge and understanding): Lo studente dovra' conoscere gli argomenti fondamentali della teoria dell'impresa, del networking strategy, del social capital, della social network analysis e dell'open innovation. Lo studente dovra' dimostrare - anche attraverso ragionamenti di tipo deduttivo e riferimenti a casi concreti - capacita' di comprensione dei principali temi afferenti alle relazioni inter-organizzative, nonche' alle scelte strategiche adottate all'interno dell'impresa. Lo studente avra' inoltre acquisito conoscenze relative ai concetti dell'Open Innovation del Crowdsourcing, dell'analisi delle tecnologie, e alle metodologie di Social Network Analysis. Conoscenza e capacita' di comprensione applicate (applying knowledge and understanding): Lo studente avra' acquisito conoscenze e metodologie per analizzare sia dal punto di vista teorico che empirico le relazioni tra le imprese, come alleanze, joint venture e M&A. Inoltre avra' acquisito capacita' di analizzare le tecnologie in un contesto di Open Innovation. Tale capacita' si esprime sia nei lavori di gruppo che nelle discussioni in aula in cui gli studenti affrontano le problematiche inerenti alla disciplina, come la teoria dell'impresa, il networking strategy, la social network analysis e l'open innovation. In particolare, lo studente avra' acquisito capacita' di operazionalizzare costrutti iter-organizzativi ed analizzarli empiricamente attraverso l'utilizzo di metodi statistici come la regressione logistica ordinale e multinomiale. Inoltre, lo studente avra' acquisito capacita' di utilizzo di software di Social Network Analysis per l'analisi dei network. Autonomia di giudizio (making judgements) Il corso si propone di sviluppare nello studente capacita' di giudizio, ossia, capacita' di valutare in modo critico alcuni aspetti legati al comportamento della singola impresa e delle relazioni tra le imprese. Lo studente acquisisce una profonda conoscenza, sia scientifica che pratica, delle relazioni tra le imprese e dell'analisi delle tecnologie ed e' in grado di esprimere giudizi sulle scelte manageriali riguardanti l'organizzazione e la gestione delle relazioni tra le organizzazioni, la scelta dei partner, e la strutturazione dei network, l'open innovation. L'insegnamento si propone di stimolare l'autonomia di giudizio attraverso la presentazione critica della letteratura di riferimento e la verifica dei modelli attraverso analisi statistiche. Abilita' comunicative (communication skills) Il corso tende a sviluppare nello studente la capacita' di comunicare ed interagire con altri individui, di prendere decisioni complesse di tipo manageriali e di negoziare una relazione inter-organizzativa. Lo studente e' in grado di comunicare con competenza e proprieta' di linguaggio problematiche complesse di management strategico, economia delle organizzazioni, e networking strategy, analisi delle tecnologie. In altri termini, in relazione ad un particolare problema strategico-manageriale, lo studente e' capace di spiegarne la natura e le origini, suggerendo anche possibili soluzioni e mostrando cosi' abilita' comunicative e di interazione, utili anche per i futuri rapporti di lavoro. A questo scopo, nell'ambito delle attivita' didattiche, sono previsti le discussioni in aula di casi studio concreti. Lo studente avra' inoltre acquisito capacita' di proporre idee e attivita' nel gruppo utilizzando in questo modo dei mezzi per influenzare i membri del gruppo a modificare il loro comportamento (leadership). Capacita' di apprendere (learning skills) Coerentemente alle tematiche della disciplina della teoria dell'impresa, del networking strategy, della social network analysis e dell'open innovation, lo studente acquisisce capacita' di apprendimento, sia sotto il profilo teorico che dal punto di vista applicativo, di comunicazione, nonche' autonomia di giudizio. Tra gli strumenti didattici utilizzati, assumono rilevanza nel processo di apprendimento la partecipazione a dibattiti tematici in classe e ai lavori di gruppo.
VALUTAZIONE DELL'APPRENDIMENTO	La valutazione consiste nelle seguenti prove: •Discussione di letture in aula (20%) •Business contest (40%) •Caso di studio individuale (40%) Discussione di letture in aula Agli studenti durante il corso verranno distribuiti delle letture sugli argomenti di lezione. Le letture verranno discusse in aula al fine di far emergere gli argomenti della lezione. Ogni studente interviene autonomamente o a richiesta del docente per discutere parte della lettura. Il docente valuta la capacita' dello studente di comprendere gli argomenti e di analizzarli criticamente.

	Business contest Gli studenti sono suddivisi in gruppi di 3-4. Il docente assegna ai gruppi un contest case, preso da un caso reale, in cui due imprese devono negoziare una relazione inter-organizzativa. Gli studenti studiano i dati dell'azienda che gli è stata assegnata ed ognuno esercita un ruolo nel gruppo. Il giorno della negoziazione, che si svolge in aula, i due gruppi si incontrano per negoziare i termini della relazione inter-organizzativa. L'attività di negoziazione è osservata dal docente. Successivamente gli studenti preparano una presentazione Power Point in cui presentano l'accordo raggiunto e lo motivano al docente. Il business contest consente di valutare le conoscenze acquisite dagli studenti, la capacità di applicarle in contesti reali, la capacità di prendere decisioni manageriali sfruttando le conoscenze acquisite, la capacità di integrare conoscenze acquisite in altri corsi del loro programma di studi. Il business contest permette anche di valutare soft skill quali la capacità di lavorare in gruppo, l'autonomia decisionale, la leadership. Caso di studio individuale Il docente assegna ad ogni studente un caso reale su una relazione inter-firm (alleanza, Joint Venture, M&A, ecc.) tratto da riviste di business e management. Lo studente dovrà elaborare un caso di studio, raccontando fatti e numeri relativi al caso in esame. Dovrà arricchire i dati in suo possesso attraverso un'attività di ricerca circa per esempio il valore dell'operazione, le dichiarazioni dei managers, ecc. Inoltre, in funzione degli argomenti teorici affrontati durante il corso, lo studente deve evidenziare nel caso di studio le motivazioni strategiche alla base delle scelte di governance delle due aziende coinvolte nell'accordo, evidenziandone vantaggi e svantaggi. La valutazione finale è una valutazione complessiva che tiene conto di tutte e 3 le prove descritte nelle percentuali evidenziate precedentemente. Lo studente ottiene la seguente valutazione: Eccellente 30-30 e lode. Lo studente mostra un'ottima conoscenza degli argomenti studiati, ottima proprietà di linguaggio, ottima capacità di inquadrare argomenti reali nei contesti studiati, ottima capacità di legare gli argomenti tra loro e sviluppare un'analisi critica, ottima capacità di utilizzare strumenti quantitativi per prendere decisioni di business. Lo studente durante il corso ha sviluppato buona autonomia e capacità relazionali e di leadership. Molto buono 26-29. Lo studente mostra un'ottima conoscenza degli argomenti studiati, ottima proprietà di linguaggio, buona capacità di inquadrare argomenti reali nei contesti studiati, buona capacità di legare gli argomenti tra loro e sviluppare un'analisi critica, buona capacità di utilizzare strumenti quantitativi per prendere decisioni di business. Lo studente durante il corso ha sviluppato autonomia e capacità relazionali e di leadership. Buono 24-25. Lo studente mostra buona conoscenza degli argomenti studiati, buona proprietà di linguaggio, soddisfacente capacità di inquadrare argomenti reali nei contesti studiati, soddisfacente capacità di legare gli argomenti tra loro e sviluppare un'analisi critica, soddisfacente capacità di utilizzare strumenti quantitativi per prendere decisioni di business. Lo studente, durante il corso, ha migliorato la sua autonomia e le sue capacità relazionali e di leadership. Soddisfacente 21-23. Lo studente mostra soddisfacente conoscenza degli argomenti studiati e soddisfacente proprietà di linguaggio. Lo studente non evidenzia capacità di inquadrare argomenti reali nei contesti studiati, né capacità di legare gli argomenti tra loro e sviluppare un'analisi critica, né capacità di utilizzare strumenti quantitativi per prendere decisioni di business. Lo studente, durante il corso, non ha migliorato la sua autonomia e le sue capacità relazionali e di leadership. Sufficiente 18-20. Lo studente mostra sufficiente conoscenza degli argomenti studiati e sufficiente proprietà di linguaggio. Lo studente non evidenzia capacità di inquadrare argomenti reali nei contesti studiati, né capacità di legare gli argomenti tra loro e sviluppare un'analisi critica, né capacità di utilizzare strumenti quantitativi per prendere decisioni di business. Lo studente, durante il corso, non ha migliorato la sua autonomia e le sue capacità relazionali e di leadership. Insufficiente. Lo studente evidenzia di non avere le minime conoscenze degli argomenti studiati nel corso, si esprime con proprietà di linguaggio insoddisfacente, ed evidenzia di non avere acquisito sufficiente capacità di analisi di problemi di business.
OBIETTIVI FORMATIVI	Il corso si propone di offrire una trattazione della teoria economica dell'impresa, dei rapporti inter-organizzativi di varia natura e delle strategie di rete delle imprese combinando esigenze di rigore teorico con applicazioni pratiche ed analisi di casi reali. Inoltre il corso ha l'obiettivo di fornire le conoscenze per l'analisi delle tecnologie nel paradigma dell'Open Innovation. La prima parte del corso è dedicata alla teoria dell'impresa: il corso studia le teorie principali della teoria dell'impresa come la Transaction Cost Economics e la Resource Based View. La seconda parte del corso studia le relazioni inter-organizzative tra le imprese: il corso studia le principali forme di governance delle relazioni tra

	imprese, come alleanze, JV, outsourcing e M&A. Infine particolare enfasi e' posta sul fenomeno dell'open innovation e del crowdsourcing: in questa terza parte del corso vengono investigate le pratiche, i modelli di collaborazione, le relazioni inter-organizzative, e le strategie dell'Open Innovation e del crowdsourcing. Agli studenti viene richiesta una partecipazione attiva attraverso la discussione di casi.
ORGANIZZAZIONE DELLA DIDATTICA	Lezioni frontali, Discussione di letture in aula, Business contest
TESTI CONSIGLIATI	•G. Perrone, Dispense del corso; •Lista dei casi di studio e di ricerca

PROGRAMMA

ORE	Lezioni
1	Introduzione al corso
2	Imprese e Mercati: la teoria dell'impresa
2	La teoria dei costi di transazione
2	La teoria dei diritti di proprieta
2	La teoria dell'agenzia
2	La teoria delle opzioni reali
2	La teoria resource based view
4	Relazioni strategiche tra imprese: Alleanze, JV, Outsourcing, M&A
5	Le relazioni strategiche nella supply chain
8	Analisi delle tecnologie, Open innovation e crowdsourcing
3	Social capital e Social network analysis

ORE	Esercitazioni
1	Imprese e Mercati: la teoria dell'impresa
1	La teoria dei costi di transazione
1	La teoria dei diritti di proprieta
1	La teoria dell'agenzia
1	La teoria delle opzioni reali
1	La teoria resource based view
1	Relazioni strategiche tra imprese: Alleanze, JV, Outsourcing, M&A
2	Le relazioni strategiche nella supply chain
2	Analisi delle tecnologie, Open Innovation e crwodsourcing
1	Social capital e Social network analysis
3	Business contest