

Syllabus

Descrizione dell'insegnamento

Titolo dell'insegnamento	Strategia d'impresa
Codice dell'insegnamento	27023
Settore scientifico disciplinare dell'insegnamento	SECS-P/08
Corso di studio	Laurea in Economia e Management
Semestre e anno accademico	1° semestre 2018/2019
Anno dell'insegnamento	3
Crediti formativi	7
Modulare	No

Numero totale di ore di lezione	42
Numero totale di ore di laboratorio	-
Numero totale di ore di esercitazioni	6
Frequenza	consigliata ma non obbligatoria
Insegnamenti propedeutici	Non sono previste propedeuticità; è comunque raccomandata la conoscenza dei contenuti dell'insegnamento "Introduzione alla gestione e organizzazione delle imprese"
Sito web dell'insegnamento	http://www.unibz.it/it/economics/progs/bacs/economics/default.html

Obiettivi formativi specifici dell'insegnamento	<p>Questo è un insegnamento obbligatorio e rientra tra le attività formative affini e, nello specifico, appartiene agli ambiti disciplinari economico e aziendale.</p> <p>Obiettivo specifico dell'insegnamento è l'acquisizione di conoscenze e competenze di base e avanzate sui temi della strategia dell'impresa, collegandole con le conoscenze e competenze di gestione delle imprese già acquisite dagli studenti negli altri corsi di area economica ed economico aziendale.</p> <p>Ci si propone quindi di mettere lo studente in condizione di acquisire una solida conoscenza del problema strategico, nella sua specificità; di conoscere e utilizzare alcuni importanti strumenti per l'analisi strategica, di formulare giudizi critici appropriati rispetto a specifiche situazioni empiriche.</p> <p>Quindi, alla fine dell'insegnamento gli studenti saranno in grado di interpretare e analizzare criticamente e in modo autonomo le decisioni strategiche delle imprese ed eventualmente di elaborare in modo autonomo la strategia di un'impresa.</p>
--	---

Docente	Alessandro Narduzzo Ufficio: E 508 anarduzzo@unibz.it Tel. +39 0471013210 http://www.unibz.it/en/public/university/welcome/staffdetails.html?personid=5125&hstf=5125
Settore scientifico disciplinare del docente	SECS-P/08
Lingua ufficiale dell'insegnamento	italiano
Orario di	(nr 21) indicato sul sito del docente

ricevimento	
Esercitatore	lo stesso docente
Orario di ricevimento	indicato sul sito del docente
Collaboratore didattico	non previsto
Orario di ricevimento	-
Lista degli argomenti trattati	<p>L'insegnamento introduce gli studenti all'analisi del comportamento strategico delle imprese. Il tema della strategia d'impresa è presentato secondo una prospettiva di processo, dando particolare risalto ai processi decisionali di tipo strategico che prendono forma nelle imprese. Da un punto di vista del contenuto, l'insegnamento analizza sia la strategia come problema decisionale, sia come gestione.</p> <p>A. La strategia d'impresa. Approcci. Concetti di base. Problemi. Contenuti: Elementi comuni e distintivi delle definizioni di strategia, con riferimento a diversi approcci contemporanei. Strumenti: Strategia come strumento per la gestione della complessità</p> <p>B. La formazione della strategia Contenuti: Dalla formulazione alla formazione della strategia. Analisi del percorso strategico. Sviluppo delle strategie deliberate. Sviluppo di strategie emergenti. Strumenti: il Piano. Modello di business.</p> <p>C. Strategia, impresa e ambiente Contenuti: Strategie come rapporto tra l'impresa e il suo contesto esterno. Strumenti: Analisi dell'ambiente. PESTEL. SWOT. Scenario planning.</p> <p>D. Analisi del sistema competitivo Contenuti: Analisi del settore. Raggruppamenti strategici. Segmenti di mercato. Strumenti: Modello delle forze competitive.</p> <p>E. Risorse e competenze Contenuti: Risorse. Competenze. Dynamic capabilities. Path-dependency Strumenti: Test VRIO; Catena del valore. Sistema delle attività.</p> <p>F. Strategie di business e modelli di business Contenuti: Fonti del vantaggio competitivo. Strategie competitive. Modelli di business. Strumenti: Business model canvas.</p> <p>G. Imprenditorialità e innovazione Contenuti: Riconoscere opportunità e sviluppo d'impresa. Le forme di innovazione. La diffusione dell'innovazione</p> <p>H. Modelli di struttura e sistemi organizzativi Contenuti: Strutture organizzative. Sistemi organizzativi. Configurazioni organizzative e adattamento.</p>
Attività didattiche previste	<p>L'insegnamento prevede lezioni frontali interattive dedicate alla presentazione e alla discussione di modelli, teorie e casi. La partecipazione attiva ad alcune lezioni prevede che gli studenti leggano preventivamente il materiale che verrà assegnato.</p> <p>Il corso prevede lezioni frontali interattive dedicate alla presentazione e alla</p>

	<p>discussione di modelli, teorie e casi. Nel caso delle esercitazioni, si richiede agli studenti di leggere preventivamente il materiale che verrà assegnato.</p> <p>La tabella seguente descrive il carico di lavoro, nelle diverse attività:</p>		
	Ore	N	Ore totali
Lezioni	2	21	42
Esercitazioni	2+2	3	12
Lecture	10	10	100
Preparazione esame	1	21	21
		Totale (ore)	175
		Carico di lavoro (hours)	175

Risultati di apprendimento attesi	<u>Capacità disciplinari</u>
	Conoscenza e comprensione dei modelli di formazione e di analisi delle strategie di un'impresa
	Capacità di applicare conoscenza e comprensione di: a) modelli sulla formazione della strategia per analizzare il percorso strategico delle imprese; b) strumenti di analisi della strategia delle imprese per analizzare le decisioni strategiche delle imprese.
	<u>Capacità trasversali /soft skills</u>
	Autonomia di giudizio che si manifesta nella scelta dei modelli e degli strumenti appropriati a definire e analizzare la strategia di un'impresa.
	Abilità comunicative nell'utilizzo delle competenze acquisite per proporre o analizzare la strategia di un'impresa, argomentando le valutazioni espresse sulla base di modelli, teorie e concetti.
	Capacità di apprendimento attraverso l'acquisizione di strumenti per l'analisi critica dell'evoluzione storica del pensiero che ha per oggetto la strategia dell'impresa.

Metodo d'esame	Esame scritto che si compone di domande a risposta multipla per la valutazione di conoscenze e comprensione e di domande aperte, volte a valutare la capacità di trasferire e applicare conoscenza e comprensione a problemi nuovi rispetto a quelli trattati a lezione.
Lingua dell'esame	Italiano
Criteri di misurazione e criteri di attribuzione del voto	<p>L'esame scritto si compone di alcune domande a risposta multipla e di una o più domande a risposta aperta. Le domande aperte possono riguardare l'analisi di un caso che viene messo a disposizione degli studenti prima dell'esame; il testo del caso è consultabile durante l'esame.</p> <p>Per il superamento dell'esame è necessario che siano complessivamente sufficienti sia le risposte alle domande a risposta multipla, sia le risposte alle domande aperte. Diversamente, l'esame si considera non superato.</p> <p>Ai fini della attribuzione del voto, la valutazione delle domande a risposta aperta pesa circa il 60%, la valutazione delle domande a risposta multipla pesa circa il 40%.</p>

<p>Bibliografia fondamentale</p>	<p>Capitoli selezionati del seguente manuale: Gerry Johnson - Richard Whittington - Kevan Scholes - Duncan Angwin - Patrick Regnér - Andrea Paci. 2017. (11/Ed). <i>Strategia. Orientare organizzazioni e imprese in un mondo che cambia</i>. Pearson.</p> <p>A. La strategia d'impresa. Approcci. Concetti di base. Problemi. Capitolo 1. Introduzione alla strategia Appendice I. Diversi approcci alla strategia</p> <p>B. La formazione della strategia Capitolo 13. Pianificazione strategica e strategie emergenti</p> <p>C. Strategia, impresa e ambiente Capitolo 2. Analisi del macro-ambiente</p> <p>D. Analisi del sistema competitivo Capitolo 3. Analisi del settore e dello spazio competitivo</p> <p>E. Risorse e competenze Capitolo 4. Risorse, capacità e potenziale aziendale Capitolo 6. Storia dell'impresa e cultura organizzativa : solo 6.1 e 6.2</p> <p>F. Strategie di business e modelli di business Capitolo 7. Strategie di business e modelli di business</p> <p>G. Imprenditorialità e innovazione Capitolo 10. Imprenditorialità e innovazione</p> <p>H. Modelli di struttura e sistemi organizzativi Capitolo 14. Modelli di struttura e sistemi organizzativi</p>
<p>Bibliografia consigliata</p>	

Syllabus

Course description

Course title	Strategic Management
Course code	27023
Scientific sector	SECS-P/08
Degree	Bachelor in Economics and Management
Semester and academic year	1 st semester 2018/2019
Year	3
Credits	7
Modular	No

Total lecturing hours	42
Total lab hours	-
Total exercise hours	6
Attendance	Suggested, but not required
Prerequisites	No formal prerequisite is set; nevertheless, familiarity with topics covered by Introduction to Management is expected
Course page	http://www.unibz.it/it/economics/progs/bacs/economics/default.html

Specific educational objectives	<p>The course is a mandatory subject and refers to the complementary educational activities in the Economics and Management study plan. The subject belongs to the scientific areas of Economics and Business Administration.</p> <p>The specific educational objectives of this course are to acquire and master basic and advanced knowledge and competence on most important approaches, models, concepts and analytical tools in contemporary Strategic Management. A particular emphasis is given to the links with knowledge and competence already acquired by students.</p> <p>At the end of the course the students will be able to interpret, analyze and discuss in an autonomous way firms strategic decisions.</p>
--	---

Lecturer	Alessandro Narduzzo E 508 anarduzzo@unibz.it tel. +39 0471013210
Scientific sector of the lecturer	SECS-P/08
Teaching language	Italian
Office hours	(nr 21) Please refer to the lecturer's web page
Lecturing assistant	the lecturer himself
Office hours	Please refer to the lecturer's web page
Teaching assistant	none
Office hours	-
List of topics covered	The course introduces students to the analysis of the strategic behavior of firms. This matter is approached according to a process perspective, with particular emphasis on decision-making processes that shape firm strategy. From a point of view of content, the course analyzes the strategy both as an outcome and as managerial process.

	<p>A. The business strategy. Approaches. Basic concepts. Problems Contents: Strategy, objectives, vision, planning: definitions, common and distinctive elements according to contemporary approaches to Strategic management. Tools: Strategy as a tool for managing complexity</p> <p>B. The formation of the strategy Contents: From strategy formulation to strategy formation. Deliberate and emergent strategies. Tools: Plans. Business model. Business idea.</p> <p>C. Strategy, firm and the environment Contents: Strategies such a conceptual interface between the firm and its external environment. Tools: PESTEL model. SWOT analysis. Scenario planning.</p> <p>D. Competitive systems Contents: Sector analysis. Industry dynamics. Competitors and markets. Tools: Analysis of the competitive forces. SWOT.</p> <p>E. Resources and competence Contents: Resources. Competence. Dynamic capabilities. Path dependencies. Tools: VRIO Test; Value chain. Activity system.</p> <p>F. Business strategies and business models Contents: Generic competitive strategies. Interactive strategies. Tools: Business model canvas.</p> <p>G. Entrepreneurship and Innovation Contents: Opportunity recognition and firm development. Types of innovation. Innovation diffusion.</p> <p>H. Organizing and Strategy Contents: Organizational structures and forms. Organizational configurations and adaptation.</p>
<p>Teaching format</p>	<p>Frontal lectures with intense interaction, exercises, projects. Students are expected to read in advance cases and other materials in order to participate to the class discussions.</p>
<p>Learning outcomes</p>	<p>Knowledge and understanding of models and concepts to describe and analyze firms strategy and strategy formation.</p> <p>Ability to apply knowledge and understanding of: a) models on the formation of the strategy for analyzing the evolution of firms strategy; b) tools for analysis of firms' strategic decisions.</p> <p>Making judgments on the appropriate models and tools to analyze specific firms strategic decisions.</p> <p>Communication skills to present in a consistent and convincing way the analysis on firms strategy.</p> <p>Learning skills: Ability to establish links among the heterogeneous required readings in an autonomous and independent way. Ability to apply an historical</p>

	<p>approach to contextualize the analysis of strategy of the firms, also in prospective terms.</p>
Assessment	<p>Written exam that consists of:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. multiple-choice questions to assess knowledge and understanding of concepts, theories, models and tools; 2. open-ended questions to assess communication skills, the ability to transfer and apply knowledge to new problems.
Assessment language	<p>Italian</p>
Evaluation criteria and criteria for awarding marks	<p>The criterium for evaluating multiple-choice questions (assessment 1) is the precise knowledge of concepts, theories and models.</p> <p>The criteria for evaluating open-ended questions (assessment 2) are clarity of answers, proper use and application of concepts and models, ability to summarize, to develop consistent arguments, and to establish relationships between topics.</p> <p>To pass the exam students must obtain a positive evaluation on both the multiple-choice questions, and the answers to the open questions. Otherwise, the test is failed.</p> <p>As a general practice, the evaluation of open-ended questions weighs about 60%, the evaluation of multiple-choice questions weighs about 40%.</p>
Required readings	<p>Gerry Johnson - Richard Whittington - Kevan Scholes - Duncan Angwin - Patrick Regnér - Andrea Paci. 2017. (11/Ed). <i>Strategia. Orientare organizzazioni e imprese in un mondo che cambia</i>. Pearson. Chapters: 1, 2, 3, 4, 6, 7, 10, 13, 14, and Appendice I.</p>
Supplementary readings	