

Corso di Laurea Magistrale in Gestione strategica e marketing digitale
Anno Accademico 2023-2024
Denominazione dell'insegnamento: *Strategia e Politica aziendale*

Principali informazioni sull'insegnamento	
Anno di corso	I anno
Periodo di erogazione	Il semestre (febbraio – giugno 2024)
Crediti formativi universitari (CFU/ETCS):	8
SSD	Economia aziendale - SECS-P/07
Lingua di erogazione	Italiano
Modalità di frequenza	Non obbligatoria ma fortemente consigliata

Docente	
Nome e cognome	Francesco Grimaldi
Indirizzo mail	francesco.grimaldi1@uniba.it
Telefono	+39 080 5715046
Sede	Dipartimento di Economia e Finanza (Bari)
Ricevimento	Si raccomanda di visionare le informazioni contenute nella sezione didattica della pagina docente.

Organizzazione della didattica			
Ore			
Totali	Didattica frontale	Pratica (laboratorio, campo, esercitazione, altro)	Studio individuale
200	56		144
CFU/ETCS			
8			

Obiettivi formativi	<p>Il corso di Strategia e Politica aziendale è sviluppato in modo da introdurre gli studenti ai modelli, ai metodi e agli strumenti della strategia aziendale. L'enfasi viene posta sulle modalità mediante le quali le aziende possono creare e sostenere un vantaggio competitivo. Il corso ha lo scopo di fornire agli studenti un approccio pragmatico che guiderà, anche mediante lo studio dei casi, verso l'analisi, la formulazione e l'attuazione strategica d'azienda.</p> <p>Caratteristiche distintive di questo corso sono:</p> <ul style="list-style-type: none"> - maggiore esplicitazione su come applicare gli strumenti di strategia per l'analisi delle situazioni strategiche e per la formulazione di raccomandazioni strategiche; - maggiore evidenza dei processi strategici in condizioni di cambiamento tecnologico, specialmente in mercati digitali in cui l'analisi strategica deve prendere in considerazione i prodotti complementari, le esternalità di rete, la concorrenza su piattaforme e l'applicazione di modelli di business innovativi a ecosistemi di imprese complessi; - l'integrazione degli interessi degli stakeholder e della responsabilità sociale d'impresa all'interno di una prospettiva dell'impresa come istituzione preposta alla creazione di valore; - un approccio aggiornato alla formulazione e all'implementazione della strategia integrato con un approccio sistematico all'esecuzione della stessa strategia, al ruolo delle competenze organizzative e dello sviluppo di nuove abilità nel guidare l'allocazione delle risorse e alla progettazione di strutture organizzative e di sistemi gestionali.
----------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Prerequisiti	Conoscenze base di Economia aziendale.
Metodi didattici	Il corso è tenuto con metodi didattici interattivi: - lezioni frontali con discussione; - svolgimento di lavori di gruppo e di ricerche; - analisi di casi aziendali; - seminari con testimonianze aziendali (ove ne ricorrano le condizioni).
Risultati di apprendimento previsti	
DD1 Conoscenza e capacità di comprensione	Al termine dell'insegnamento, lo studente sarà in grado di comprendere i modelli necessari a valutare la posizione dell'impresa nello spazio competitivo, a formulare una strategia coerente e ad applicarla a tutti i livelli dell'organizzazione.
DD2 Conoscenza e capacità di comprensione applicate	Al termine dell'insegnamento, lo studente sarà in grado di applicare le conoscenze acquisite alla realtà aziendale, di utilizzarle per interpretare gli spazi competitivi e di individuare le strategie da mettere in atto.
DD3-5 Competenze trasversali	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Autonomia di giudizio</i> Al termine dell'insegnamento, lo studente avrà acquisito la capacità di effettuare analisi originali dell'ambiente interno ed esterno all'impresa, di valutare la correttezza e la coerenza delle diverse alternative strategiche e di fornire soluzioni ai problemi aziendali. • <i>Abilità comunicative</i> L'insegnamento fornisce allo studente la capacità di comunicare in maniera chiara ed efficace, utilizzando un linguaggio tecnico specifico, e di illustrare in maniera analitica le dinamiche aziendali, anche con riferimento a casi specifici, a interlocutori specialisti e non specialistici. • <i>Capacità di apprendere in modo autonomo</i> Lo studente al termine del corso deve essere in grado di aggiornarsi e approfondire in modo autonomo argomenti e applicazioni specifiche di strategia e politica aziendale e di comprendere e rielaborare documenti aziendali ed articoli scientifici.
Contenuti di insegnamento (Programma)	<p>Introduzione alla strategia d'impresa. Strategia e Politica aziendale nell'era del digitale e dello sviluppo sostenibile. Il metodo didattico dei casi nei corsi di strategia. Il concetto di strategia.</p> <p>Gli strumenti dell'analisi strategica. Obiettivi, valori e risultati. L'analisi di settore. Dall'analisi di settore all'analisi dei concorrenti. Le risorse e le competenze come base della strategia. Forme organizzative e sistemi direzionali: i fondamenti dell'implementazione delle strategie.</p> <p>Le strategie di business e la ricerca del vantaggio competitivo. Le fonti e le dimensioni del vantaggio competitivo. L'evoluzione del settore e il cambiamento strategico. Tecnologia e gestione dell'innovazione.</p> <p>Le strategie di gruppo. L'analisi dell'integrazione verticale. Strategie globali e imprese multinazionali. La</p>

	<p>strategia di diversificazione. Applicare la strategia di gruppo: la gestione delle imprese diversificate. Le strategie di crescita esterna: fusioni, acquisizioni e alleanze. Tendenze attuali nella gestione strategica.</p>
Testi di riferimento	<p>Grant R. M., L'analisi strategica per le decisioni aziendali, il Mulino, Bologna, VI edizione, 2020.</p> <p>Materiali didattici a cura del docente.</p> <p>Riferimenti bibliografici utili per la redazione del <i>project work</i> saranno forniti nel corso delle lezioni.</p> <p>Ulteriori letture saranno consigliate durante lo svolgimento del corso.</p> <p>Ulteriori testi di utile consultazione sono: Galeotti M. – Garzella S. (a cura di), Governo strategico dell'azienda, Giappichelli Editore, Torino, 2013.</p> <p>Capurro, R., Fiorentino, R., Garzella, S., & Giudici, A. (2021). Big data analytics in innovation processes: which forms of dynamic capabilities should be developed and how to embrace digitization? <i>European Journal of Innovation Management</i>, 25(6), 273-294.</p> <p>Fiorentino, R., Grimaldi, F., Lamboglia, R., & Merendino, A. (2020). How smart technologies can support sustainable business models: insights from an air navigation service provider. <i>Management Decision</i>, 58(8), 1715-1736.</p> <p>Garzella, S., Fiorentino, R., Caputo, A., & Lardo, A. (2021). Business model innovation in SMEs: the role of boundaries in the digital era. <i>Technology Analysis & Strategic Management</i>, 33(1), 31-43.</p> <p>Bianchi Martini S. – Corvino A. – Rocchiccioli E., Governare strategicamente l'azienda, Giappichelli, 2019.</p> <p>Coda V. – Invernizzi G. – Russo P., La strategia di business, McGraw-Hill, 2021.</p>
Note ai testi di riferimento	<p>All'inizio del corso saranno fornite indicazioni specifiche sui testi di riferimento.</p> <p>Agli studenti non frequentanti si consiglia di contattare il docente.</p>
Materiali didattici	Sezione didattica della pagina docente.
Valutazione	
Modalità di verifica dell'apprendimento	<p>Prova scritta.</p> <p>La prova scritta consta di due parti:</p> <ul style="list-style-type: none"> I) domande a risposta multipla; II) domande a risposta aperta. <p>Gli studenti che hanno elaborato un <i>project work</i> devono, altresì, produrre un report finale e discuterne i contenuti (ove possibile), che concorreranno a</p>

	valutare la capacità di applicare conoscenza e comprensione, l'autonomia di giudizio e le abilità di comunicazione.
Criteria di valutazione	Ai fini della valutazione si terrà conto del raggiungimento e del livello di raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti.
Criteria di misurazione dell'apprendimento e di attribuzione del voto finale	<p>I criteri di valutazione e i punteggi sono determinati secondo la seguente scala:</p> <ul style="list-style-type: none"> - meno di 18/30 - livello insufficiente: il candidato non raggiunge nessuno dei risultati di apprendimento previsti al punto "conoscenza e capacità di comprensione"; - 18-21/30 - livello sufficiente: il candidato raggiunge, in particolare, i risultati di apprendimento previsti al punto "conoscenza e capacità di comprensione"; - 22-24/30 - livello pienamente sufficiente: il candidato raggiunge, in particolare, i risultati di apprendimento previsti ai punti "conoscenza e capacità di comprensione" e "conoscenza e capacità di comprensione applicate"; - 25-26/30 - livello buono: il candidato raggiunge, in particolare, i risultati di apprendimento previsti ai punti "conoscenza e capacità di comprensione"; "conoscenza e capacità di comprensione applicate" e "autonomia di giudizio"; - 27-29/30 - livello molto buono: il candidato raggiunge, in particolare, i risultati di apprendimento previsti ai punti "conoscenza e capacità di comprensione"; "conoscenza e capacità di comprensione applicate"; "autonomia di giudizio" e "abilità comunicative"; - 30/30-30 e lode - livello eccellente: il candidato raggiunge pienamente i risultati di apprendimento previsti ai punti "conoscenza e capacità di comprensione"; "conoscenza e capacità di comprensione applicate"; "autonomia di giudizio"; "abilità comunicative" e "capacità di apprendere". <p>I project work saranno oggetto di valutazione incrementale (da 0 a 3 punti) in relazione al contenuto del report e alla sua discussione (ove possibile).</p> <p>Il voto finale è attribuito in trentesimi. L'esame si intende superato quando il voto è maggiore o uguale a 18.</p>
Altro	
Possibili variazioni al <i>syllabus</i>	Entro l'inizio del corso potranno essere effettuate variazioni formali e/o sostanziali al <i>syllabus</i> .
Criteria per l'assegnazione della tesi	<p>Attitudine alla ricerca nella materia, motivazione ed originalità del contributo.</p> <p>In maggior dettaglio, la decisione relativa all'assegnazione dell'elaborato finale verrà preso sulla base di colloquio con il docente e della redazione di un <i>research project</i> (2-3 pagine in word) che dovrà almeno includere: a) l'abstract del progetto; b) i principali riferimenti bibliografici; c) l'indice; d) la descrizione della struttura dell'elaborato finale.</p>