

## CORSO DI STUDIO MAGISTRALE “Strategie d’Impresa e Management”

ANNO ACCADEMICO 2023-2024

### DENOMINAZIONE DELL’INSEGNAMENTO “STRATEGIA D’IMPRESA E MANAGEMENT INTERNAZIONALE” – “BUSINESS STRATEGY AND INTERNATIONAL MANAGEMENT”

| Principali informazioni sull’insegnamento  |                                       |
|--|---------------------------------------|
| Anno di corso                              | I anno                                |
| Periodo di erogazione                      | Il semestre (19/02/2024 – 31/05/2024) |
| Crediti formativi universitari (CFU/ETCS): | 8 CFU                                 |
| SSD  | SECS-P/07                             |
| Lingua di erogazione                       | Italiano                              |
| Modalità di frequenza                      | Frequenza facoltativa                 |

| Docente        |  |
|----------------|--|
| Nome e cognome | Stella Lippolis  |
| Indirizzo mail | stella.lippolis@uniba.it   |
| Telefono       |  |
| Sede           | Dipartimento Jonico- Sede di Economia “Luigi Notarnicola” - Via Lago Maggiore, ang. Via Ancona, Taranto  |
| Sede virtuale  | <i>Codice Teams ricevimento: mi1009s</i>   |
| Ricevimento    | Venerdì (11.00-13.00).<br>Il ricevimento potrà tenersi sia in presenza, presso la sede di Economia di via Lago Maggiore a Taranto, sia in modalità telematica (online) attraverso la pagina Teams, concordando anche ulteriori orari di ricevimento per e-mail con il docente. |

| Organizzazione della didattica |                    |  |                    |
|--------------------------------|--------------------|--|--------------------|
| Ore                            |                    |  |                    |
| Totali                         | Didattica frontale | Pratica (laboratorio, campo, esercitazione, altro)   | Studio individuale |
| 200                            | 64                 | Nell’ambito delle 64 ore di didattica si terranno esercitazioni ed analisi dei casi di studio che sono parte integrante del Corso. | 136                |
| CFU/ETCS                       |                    |  |                    |
| 8                              | 8                  |  |                    |

|                            |   |
|----------------------------|---|
| <b>Obiettivi formativi</b> | Il corso si propone un obiettivo di duplice natura: in primo luogo, introdurre la problematica strategica delle aziende, sia con riferimento alla singola area strategica di attività, sia con riferimento all’azienda nel suo complesso, con l’intento di sviluppare le capacità di analisi, le diagnosi e le soluzioni dei problemi di strategia di aziende industriali e di servizi. In secondo luogo, considerato che l’internazionalizzazione, come altri comportamenti strategici, rappresenta il risultato dell’interazione tra variabili aziendali e variabili ambientali, il corso si propone di esaminare le varie modalità e gli strumenti attraverso cui il processo di internazionalizzazione si realizza, tramite l’analisi delle condizioni di equilibrio, delle strutture organizzative e delle forme di gestione delle imprese interessate ad operare oltre i confini nazionali. |
| <b>Prerequisiti</b>        | Non vi sono prerequisiti specifici differenti da quelli richiesti per l’accesso   |

|   |  |
|---|--|
|   | al corso di laurea.  |
| <b>Metodi didattici</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Il metodo d'insegnamento prevede didattica in presenza e, in aggiunta, l'applicazione degli strumenti di analisi strategica appresi, attraverso seminari, lavori di gruppo, predisposizione di elaborati. A tal fine è previsto lo svolgimento di project work e l'analisi di casi studio.</li> <li>○ Sarà utilizzata la piattaforma di e-learning Uniba per la condivisione del materiale didattico.</li> </ul>  |
| <b>Risultati di apprendimento previsti</b><br><br><b>DD1 Conoscenza e capacità di comprensione</b><br><br><b>DD2 Conoscenza e capacità di comprensione applicate</b><br><br><b>DD3-5 Competenze trasversali</b> | <p>La valutazione della preparazione dello studente, sempre individuale, ha luogo in condizioni che ne garantiscano l'approfondimento, l'obiettività e l'equità. L'accertamento mira a valutare la conoscenza e le capacità di comprensione e analisi critica degli argomenti oggetto dell'insegnamento, la metodologia utilizzata per lo studio della materia, la padronanza del linguaggio specifico dell'insegnamento, nonché la capacità di comprensione delle interconnessioni tra i diversi argomenti dell'insegnamento.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Il corso di Strategia d'impresa e management internazionale mira a fornire allo studente le metodologie e gli strumenti strategici e operativi, riferiti sia alla singola ASA (Area Strategica d'affari) che all'azienda nel suo complesso, con l'intento di far sviluppare conoscenze e capacità circa l'analisi di ambienti competitivi, analisi di settore, nonché comprendere il ruolo delle diverse funzioni aziendali.</li> <li>• In secondo luogo, il corso si concentra sulle strategie di internazionalizzazione e, in particolare, si sofferma sulle problematiche relative all'espansione internazionale delle PMI.</li> <li>• Completato il ciclo di lezioni, lo studente avrà sviluppato competenze e capacità di analisi e sarà in grado di utilizzare strumenti e tecniche di supporto alla formulazione di decisioni attraverso cui ottenere un vantaggio competitivo sostenibile nei vari contesti.</li> <li>• Lo studente saprà, inoltre, analizzare e valutare le strategie adottate da diverse tipologie d'impresa, grazie all'utilizzo del metodo didattico dell'analisi interattiva di casi aziendali e della predisposizione di project work.</li> </ul> <p><i>Autonomia di giudizio</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Al termine del ciclo di lezioni lo studente sarà in grado di giudicare quali schemi, metodologie, modelli e strumenti possono essere definiti appropriati nell'analisi della strategia di un'impresa. Inoltre, sarà in grado di valutare le varie strategie di espansione più opportune al fine di permettere ad un'impresa di competere nei mercati internazionali.</li> </ul> <p><i>Abilità comunicative</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Al termine del ciclo di lezioni lo studente avrà acquisito elevate capacità di comunicazione, team-working e interazione, soprattutto grazie alla partecipazione attiva al corso, nonché al coinvolgimento diretto nella discussione dei casi aziendali.</li> </ul> |

|  |   |
|--|---|
|  | <p><i>Capacità di apprendere in modo autonomo</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Il corso, infine, mira a far acquisire allo studente un'adeguata capacità di analisi critica dei casi aziendali. In particolare, al <i>termine dell'insegnamento lo/la studente/studentessa</i> acquisirà capacità di approfondire ulteriormente le tematiche svolte attraverso la consultazione di pubblicazioni scientifiche, riviste di settore, siti aziendali. L'acquisizione della capacità di apprendimento viene verificata attraverso la valutazione delle analisi elaborate dagli studenti e attraverso l'esame finale.</li> </ul>   |
| <b>Contenuti di insegnamento (Programma)</b> | <p>I contenuti dell'insegnamento sono suddivisi in moduli.</p> <p>Il primo modulo introduce il concetto di strategia, si sofferma sulla metodologia di individuazione delle aree strategiche d'affari (ASA) e sull'analisi economica relativa.</p> <p>Il secondo modulo analizza gli strumenti necessari all'analisi di settore e le scelte di posizionamento competitivo, concentrando l'attenzione sulle risorse, sulle competenze e sulle condizioni per la sostenibilità di una strategia aziendale. Particolare attenzione è riservata allo sviluppo dei cosiddetti ecosistemi di business e ai flussi di conoscenze e di innovazione interni ad essi, abilitati dalle Smart Technologies. Ampio spazio è dedicato, inoltre, alle strategie di sostenibilità ed agli strumenti multidimensionali di misurazione delle performance sociali ed ambientali.</p> <p>Il terzo modulo si sofferma sulle strategie di internazionalizzazione, con particolare riferimento all'internazionalizzazione della produzione e all'internazionalizzazione delle attività di ricerca e sviluppo. In tale modulo si analizzano, in particolare, le problematiche di espansione internazionale relative alle piccole e medie imprese.</p> |
| <b>Testi di riferimento</b>                  | <p>- Invernizzi G., <i>Le strategie competitive</i>, Mc-Graw- Hill, ultima edizione.</p> <p>- Johnson G.; Whittington R.; Scholes K.; Angwin D.; Regnér P.; Paci A., <i>Strategia. Orientare organizzazioni e imprese in un mondo che cambia</i>, Pearson, 2017.</p>  |
| <b>Note ai testi di riferimento</b>          | <p>Materiale didattico e casi di studio a cura del docente: dispense e slides in pdf.</p> <p>Lecture consigliate:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>U. Bertelè, <i>Strategia</i>, Egea, ultima edizione.</li> </ul>  |
| <b>Materiali didattici</b>                   | <p>Il materiale didattico è reperibile, nel triennio successivo all'erogazione dell'insegnamento, sulla piattaforma di e-learning Uniba dell'insegnamento - Corso di laurea in Strategie d'Impresa e Management.</p>  |

|  |  |
|--|--|
| <b>Valutazione</b>                             |  |
| <b>Modalità di verifica dell'apprendimento</b> | <p>La verifica dell'apprendimento dei contenuti del Corso avviene attraverso un esame orale (colloquio). È prevista, inoltre, la discussione critica di un project work (facoltativa).</p> <p>La discussione del project work deve essere svolta in aula, anche con l'ausilio di supporti telematici.</p> <p>Coloro che decidono di partecipare alla predisposizione ed alla discussione del project work riceveranno una valutazione complessiva che terrà conto dell'esame orale e della discussione del progetto.</p> |
| <b>Criteri di valutazione</b>                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Conoscenza e capacità di comprensione</li> </ul> <p>Lo studente deve essere in grado di riconoscere i principali metodi di valutazione della strategia aziendale, deve saper effettuare un'analisi di settore e un'analisi del posizionamento strategico.</p>   |

|   |  |
|---|--|
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conoscenza e capacità di comprensione applicate<br/>Lo studente deve saper analizzare e valutare le strategie adottate da diverse tipologie d'impresa che operano su scenari nazionali ed internazionali.</li> <li>• Autonomia di giudizio<br/>Lo studente deve essere capace di valutare i problemi che si presentano alle aziende e di proporre le decisioni strategiche che considera più adatte alla risoluzione dei problemi stessi.</li> <li>• Abilità comunicative<br/>Lo studente deve essere in grado di esporre con proprietà di linguaggio gli elementi caratteristici dei casi aziendali studiati mostrando di saper impiegare gli strumenti dell'analisi strategica.</li> <li>• Capacità di apprendere<br/>Lo studente deve possedere un'adeguata capacità di analisi critica dei casi aziendali e di applicazione degli strumenti dell'analisi strategica.</li> </ul> |
| <p>Criteria di misurazione dell'apprendimento e di attribuzione del voto finale</p> | <p>Il voto finale è attribuito in trentesimi. L'esame si intende superato quando il voto è maggiore o uguale a 18.<br/>Il voto finale è rappresentato dalla media della votazione della prova orale (colloquio) sui contenuti del programma del Corso, e della votazione relativa alla predisposizione e presentazione del progetto se realizzato.</p>   |
| <p><b>Altro</b></p>   | <p>.</p>   |