

Principali informazioni sull'insegnamento	
Denominazione dell'insegnamento	<b>Strategia e Politica Aziendale</b>
Corso di studio	Magistrale in Gestione Strategica e Marketing Digitale
Anno di corso	I
Crediti formativi universitari (CFU) / European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS):	: 8
SSD	SECS-P/07 - Economia aziendale
Lingua di erogazione	Italiano
Periodo di erogazione	Il semestre (20 febbraio – 9 giugno 2023)
Obbligo di frequenza	La frequenza alle lezioni non è obbligatoria ma è fortemente consigliata

Docente	
Nome e cognome	Francesco Grimaldi
Indirizzo mail	francesco.grimaldi1@uniba.it
Telefono	080-5049046
Sede	Dipartimento di Economia e Finanza
Sede virtuale	Non prevista
Ricevimento (giorni, orari e modalità)	Si raccomanda di visionare le informazioni contenute nella sezione didattica sulla pagina docente

Syllabus	
<b>Obiettivi formativi</b>	<p>Il corso 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.</p> <p>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"> <li>- maggiore esplicitazione su come applicare gli strumenti di strategia per l'analisi delle situazioni strategiche e per la formulazione di raccomandazioni strategiche;</li> <li>- 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;</li> <li>- 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;</li> <li>- 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'allocatione delle risorse e alla progettazione di strutture organizzative e di sistemi gestionali.</li> </ul>
<b>Prerequisiti</b>	Conoscenze di base di Economia aziendale, di contabilità generale e di bilancio.
<b>Contenuti di insegnamento (Programma)</b>	<p><b>Strategia e governo dell'azienda.</b> Successo aziendale e strategia. La formula strategica dell'azienda.</p> <p><b>Il sistema delle strategie aziendali.</b> La strategia di <i>business</i>. La strategia <i>multi-business</i>. La strategia finanziaria. La</p>

	<p>strategia sociale. La strategia delle risorse. La strategia delle <i>operations</i>. La strategia organizzativa. La strategia di governance. La strategia di confine.</p> <p><b>La dinamica strategica.</b> Strategia e dinamica del settore. La dinamica competitiva. Strategie aziendali e <i>change management</i>. Il <i>turnaround</i> e le strategie di risanamento.</p> <p><b>I processi di gestione strategica.</b> Strategia e creazione del valore. La misurazione della <i>performance</i> strategica. La formulazione e la comunicazione della strategia aziendale. <i>Strategic Intelligence</i>: le analisi e le informazioni per il governo strategico.</p> <p><b>Strumenti di analisi strategica.</b></p> <p><b>Start-up e scale up.</b></p>
<b>Testi di riferimento</b>	<p>Galeotti M. – Garzella S. (a cura di) Governo strategico dell'azienda, Giappichelli Editore, Torino, 2013.</p> <p>Capurro, R., Fiorentino, R., Garzella, S., &amp; 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., &amp; 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., &amp; Lardo, A. (2021). Business model innovation in SMEs: the role of boundaries in the digital era. <i>Technology Analysis &amp; Strategic Management</i>, 33(1), 31-43.</p> <p>Caselli, S. (2018). Da start-up a scale-up: è tempo di cambiare narrativa. <i>Economia &amp; management</i>, (2), 85-90.</p> <p>Materiali didattici a cura del docente.</p> <p>Ulteriori letture saranno consigliate durante lo svolgimento del corso.</p> <p>Ulteriori testi di utile consultazione sono:</p> <p>Bianchi Martini S. – Corvino A. – Rocchiccioli E., <i>Governare strategicamente l'azienda</i>, Giappichelli, 2019.</p> <p>Coda V. – Invernizzi G. – Russo P., <i>La strategia di business</i>, McGraw-Hill, 2021.</p>
<b>Note ai testi di riferimento</b>	Agli studenti non frequentanti si consiglia di contattare il docente

<b>Organizzazione della didattica</b>			
<b>Ore</b>			
Totali	Didattica frontale	Pratica (laboratorio, campo, esercitazione, altro)	Studio individuale

200	56		144
<b>CFU/ETCS</b>			
8			

<b>Metodi didattici</b>	<p>Il corso è tenuto con metodi didattici interattivi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- lezioni frontali con discussione;</li> <li>- esercitazioni;</li> <li>- casi aziendali;</li> <li>- seminari con testimonianze aziendali (ove ne ricorrano le condizioni).</li> </ul>

<b>Risultati di apprendimento previsti</b>	
<b>Conoscenza e capacità di comprensione</b>	Lo studente al termine del corso conosce i modelli e gli strumenti di analisi strategica dell'azienda.
<b>Conoscenza e capacità di comprensione applicate</b>	Lo studente al termine del corso è in grado di elaborare e applicare modelli e strumenti di analisi strategica a casi specifici.
<b>Competenze trasversali</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Autonomia di giudizio</i> Lo studente al termine del corso propone e formula giudizi originali di analisi della strategia aziendale.</li> <li>• <i>Abilità comunicative</i> Lo studente al termine del corso deve essere in grado di redigere report di analisi strategica.</li> <li>• <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 aziendale.</li> </ul>

<b>Valutazione</b>	
Modalità di verifica dell'apprendimento	<p>Prova scritta.</p> <p>La prova scritta obbligatoria consta di due parti: I) domande a risposta multipla; II) domanda/e a risposta aperta.</p> <p>Gli studenti che hanno partecipato a lavori di gruppo devono, altresì, produrre un report collettivo finale e discuterne i contenuti (ove possibile), che concorreranno a valutare la capacità di applicare conoscenza e comprensione, l'autonomia di giudizio e le abilità di comunicazione.</p>
Criteri di valutazione	Ai fini della valutazione si terrà conto del raggiungimento e del livello di raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti.
Criteri 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"> <li>- meno di 18/30 - livello insufficiente: il candidato non raggiunge nessuno dei risultati di apprendimento previsti al punto "conoscenza e capacità di comprensione";</li> <li>- 18-21/30 - livello sufficiente: il candidato raggiunge, in particolare, i risultati di apprendimento previsti al punto "conoscenza e capacità di comprensione";</li> <li>- 22-24/30 - livello pienamente sufficiente: il candidato raggiunge, in particolare, i</li> </ul>

	<p>risultati di apprendimento previsti ai punti “conoscenza e capacità di comprensione” e “conoscenza e capacità di comprensione applicate”;</p> <p>- 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”;</p> <p>- 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”;</p> <p>- 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> <p>I lavori di gruppo saranno oggetto di valutazione incrementale (da 0 a 3 punti) in relazione al contenuto del report e alla sua discussione (ove possibile).</p>
<b>Altro</b>	
<p>Criteria per l'assegnazione dell'elaborato finale</p>	<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 e/o la descrizione della struttura dell'elaborato finale.</p>