



UNIVERSITÀ DI PISA

STRATEGIA E POLITICA AZIENDALE

SILVIO BIANCHI MARTINI

Anno accademico 2021/22
CdS STRATEGIA, MANAGEMENT E CONTROLLO
Codice 339PP
CFU 9

Moduli	Settore/i	Tipo	Ore	Docente/i
STRATEGIA E POLITICA AZIENDALE	SECS-P/07	LEZIONI	63	SILVIO BIANCHI MARTINI

Obiettivi di apprendimento

Conoscenze

Il corso approfondisce le logiche della gestione strategica dell'azienda oltreché alcuni modelli di rappresentazione e strumenti per l'analisi. Intende non solo far acquisire conoscenze teoriche ma anche abilità applicative. A tal fine viene fatto ampio ricorso ad esemplificazioni ed al metodo dei casi aziendali. L'esame finale, pertanto, non accerterà solo la conoscenza dei concetti e dei modelli e strumenti di analisi strategica, ma anche l'abilità ad interpretare tali modelli e strumenti con riferimento a specifici casi aziendali. Lo studente dovrà pertanto studiare in modo INTEGRATO i materiali teorico-concettuali, i modelli e gli strumenti presentati nei libri ed i casi ed esemplificazioni aziendali.

Nella parte 1 viene introdotta, ricorrendo ad un modello originale, una mappa che individua le tappe dell'analisi strategica. In tale ambito emerge anche la logica che ispira la gestione strategica dell'azienda. Nella parte 2 vengono presentati alcuni tradizionali strumenti di analisi/valutazione della strategia. Nella parte 3 viene introdotto uno schema classificatorio (RARE Model) e vengono illustrati, nella prospettiva strategico-situazionale, percorsi analitici relativi alle risorse (*resource based view*), attività (correnti e di *setup*) e relazioni (con il mercato e gli *stakeholder*). Nella parte 4 il corso, assumendo una prospettiva evolutiva, si concentra sul cambiamento strategico. La parte 5 sviluppa il tema dei valori aziendali (*core values system*) e presenta un modello per il *management by values*. La parte 6, infine, presenta alcune tradizionali tematiche di *corporate strategy*.

Nel corso verranno altresì organizzati seminari, che vedranno la partecipazione di figure di spicco del mondo economico, privato e pubblico, tra cui:

Interventi CEO di alcune aziende.

Modalità di verifica delle conoscenze

L'esame finale non accerterà solo la conoscenza dei concetti e dei modelli e strumenti di analisi strategica, ma anche l'abilità ad interpretare tali modelli e strumenti con riferimento a specifici casi aziendali. Lo studente dovrà pertanto studiare in modo INTEGRATO i materiali teorico-concettuali, i modelli e gli strumenti presentati nei libri ed i casi ed esemplificazioni aziendali.

Capacità

Il corso si propone di sviluppare la capacità di analisi, valutazione e formulazione della strategia competitiva (o business strategy) di una azienda. Nel corso verranno introdotti i principali concetti e gli strumenti di analisi e valutazione della strategia aziendale. Approfondimenti specifici riguarderanno le risorse e competenze, le attività ed i posizionamenti competitivi.

Comportamenti

Il metodo didattico è fortemente orientato a far maturare concrete capacità analitiche ricorrendo a molteplici casi aziendali e discussioni in aula.

Programma (contenuti dell'insegnamento)

Il syllabus del corso è disponibile al seguente link: <https://bit.ly/2Y6wwbG>

Bibliografia e materiale didattico

MATERIALE PER LA PREPARAZIONE DELL'ESAME (N.B.: da fare SOLO per le parti indicate nel syllabus)



UNIVERSITÀ DI PISA

- BIANCHI MARTINI, A. CORVINO, E. ROCCHICCIOLI, *Governare strategicamente l'azienda*, Giappichelli, 2019.
- INVERNIZZI (a cura di), *Le strategie competitive*, McGraw-Hill, Milano, 2014.
- BIANCHI MARTINI, E. FORCONI, E. ROCCHICCIOLI, *Il sistema dei valori e la strategia aziendale*, Giappichelli, 2018.
- ROCCHICCIOLI (a cura di), *Casi di strategia e politica aziendale*, Pisa University Press, 2019.
- BIANCHI MARTINI, A. CORVINO, F. DONI, E. BRANCA; *Il RARe Model*, Dispense ad uso degli studenti
- Casi indicati a lezione da scaricare

- BIANCHI MARTINI, *Introduzione all'analisi strategica dell'azienda*, Giappichelli, Torino, 2009.
- J. COLLIS, C.A. MONTGOMERY, G. INVERNIZZI, M. MOLTENI, *Corporate Level Strategy. Generare valore condiviso nelle imprese multibusiness*, McGraw-Hill, Milano, 2012.

- Materiale messo a disposizione degli studenti (testi, casi e slide)
- DOWNES, P. NUNES, *Big Bang Disruption*, Harvard Business Review, 2013.

Indicazioni per non frequentanti

Nel materiale a disposizione sono presenti tutti gli approfondimenti ed i casi discussi e presentati in aula.
Per il materiale a disposizione contattare il docente

Modalità d'esame

Opzione 1 (se esame in presenza)

Prova scritta applicativa

Opzione 2 (se esame a distanza)

Prova orale

Pagina web del corso

<https://elearning.ec.unipi.it/course/view.php?id=1937>

Altri riferimenti web

Canale teams 333PP - Strategia e Politica Aziendale 21/22

Ultimo aggiornamento 30/09/2021 09:13