



UNIVERSITÀ DI PISA

STRATEGIA E POLITICA AZIENDALE (BUSINESS STRATEGY)

ALESSANDRA RIGOLINI

Academic year	2022/23
Course	ECONOMIA AZIENDALE
Code	402PP
Credits	6

Modules	Area	Type	Hours	Teacher(s)
STRATEGIA E POLITICA AZIENDALE(BUSINESS STRATEGY)	SECS-P/07	LEZIONI	42	ALESSANDRA RIGOLINI

Obiettivi di apprendimento

Conoscenze

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)

ARGOMENTO
Materiale empirico
Rif. libri di testo

-
Presentazione del corso

La strategia aziendale: concetto

La mappatura delle aree strategiche di affari

Applicazione e discussione caso

Esemplificazioni varie

Discussione del caso De Longhi e/o Kartell

Cap.1 Invernizzi, (2012) "Le strategie competitive".

Parti da fare:

Par. 1.4

Appendice A:

Appendice B



UNIVERSITÀ DI PISA

- Livelli della strategia:
Attività, catena del valore e strategia delle *operations*
La SWOT analysis

- La gestione strategica

Esemplificazioni varie

Cap. 12 Invernizzi, (2012) "Le strategie competitive".
(compresa l'appendice E)

- Il rapporto tra strategia e risultati economico finanziari
Indicatori
Leva
Applicazione e discussione caso
Caso Pazza Idea
Capitolo 3 Invernizzi, (2012) "Le strategie competitive"
(comprese le appendici C e D)

- L'analisi del settore
Applicazione e discussione caso
Caso settore delle acque minerali
Cap. 4 Invernizzi, (2012) "Le strategie competitive"

Introduzione al vantaggio competitivo
Le strategie competitive di base
Il vantaggio di costo
Applicazione e discussione caso
Caso FlixBus
Cap. 5 Invernizzi, (2012) "Le strategie competitive"
Cap. 6 Invernizzi, (2012) "Le strategie competitive"

Cap. 7 Invernizzi, (2012) "Le strategie competitive"

Le strategie competitive di prezzo e il vantaggio di differenziazione
Applicazione e discussione caso
Discussione Caso Aziendale

- Raggio di azione e vantaggio competitivo: la focalizzazione

Cap. 8 Invernizzi, (2012) "Le strategie competitive"

- Livelli della strategia:
Risorse e competenze e sostenibilità del vantaggio competitivo
Applicazione e discussione caso
Discussione Caso Aziendale
Cap. 9 Invernizzi, (2012) "Le strategie competitive"

Bibliografia e materiale didattico

Testi di riferimento (6 CFU)

- Invernizzi, (2012) "Le strategie competitive", McGraw Hill
- Materiale messo a disposizione dai docenti e/o da scaricare online

Testo di approfondimento

- S. BIANCHI MARTINI, Introduzione all'analisi strategica dell'azienda, Giappichelli, 2009



UNIVERSITÀ DI PISA

Modalità d'esame

Scritto

Ultimo aggiornamento 09/02/2023 17:36