



UNIVERSITÀ DI PISA

STRATEGIA E POLITICA AZIENDALE (BUSINESS STRATEGY)

ALESSANDRA RIGOLINI

Anno accademico 2018/19
CdS ECONOMIA AZIENDALE
Codice 402PP
CFU 6

Moduli	Settore/i	Tipo	Ore	Docente/i
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.

Indicazioni metodologiche

Il corso è suddiviso in 10 blocchi.

Programma (contenuti dell'insegnamento)

Sistema d'azienda
Governo strategico
La gestione strategica

Caso Netflix
Caso Uber

Cap. 1- Galeotti e Garzella (a cura di) (2013)
Cap. 1 di Volberda

Sistema umano dell'azienda

Upper Echelon Theory

Strategie di governance

Discussione di casi
singoli
Cap. 10 di Galeotti e Garzella (a cura di)
Hambrick and Mason (1984) – Materiale messo a disposizione dal docente
Livelli della strategia:



UNIVERSITÀ DI PISA

Attività, catena del valore e strategia delle *operations*
Presentazione Marco Barachini

Ikea su HBR

Cap. 8.1 e 8.2 - Galeotti e Garzella (a cura di) (2013)

Appendice "La Catena del Valore" - Galeotti e Garzella (a cura di) (2013)

Livelli della strategia:

Risorse e competenze e sostenibilità del vantaggio competitivo

Dynamic capabilities

Applicazione e discussione caso

Caso Kayser

Cap. 7.1 e 7.2 e 7.4 di Galeotti e Garzella (2013)

Teece, et al, 1997

Teece, 2018

L'analisi del settore

Applicazione e discussione caso

Caso settore delle acque minerali

Cap. 2- Invernizzi (2017)

Appendice "Il modello di analisi strutturale del sistema competitivo", Appendice "La mappa dei gruppi strategici" - Galeotti e Garzella (a cura di) (2013)

Cap. 2 Volberda

Seminario

Livelli della strategia:

La mappatura delle aree strategiche di affari

Applicazione e discussione caso

De Longhi

Cap. 3.1 e Appendice "La mappatura delle ASA"- Galeotti e Garzella (a cura di) (2013)

Le strategie competitive di base e il vantaggio di costo

Applicazione e discussione caso

Nokia

Cap. 3.3 e 3.4 - Galeotti e Garzella (a cura di) (2013)

Par. 2.3 testo Bianchi Martini

Il vantaggio di differenziazione

Applicazione e discussione caso

Starbucks

Cap. 3.5 - Galeotti e Garzella (a cura di) (2013)

Par. 2.3 testo Bianchi Martini

Raggio di azione e vantaggio competitivo: la focalizzazione

Cap. 3.6- Galeotti e Garzella (a cura di) (2013)



UNIVERSITÀ DI PISA

L'analisi della redditività nella prospettiva strategica:

Redditività

Leva

EVA

Applicazione e discussione caso

Caso Pazziidea

Cap. 3, e D testo Invernizzi

Bibliografia e materiale didattico

M. GALEOTTI e S. GARZELLA, Governo strategico dell'azienda, Giappichelli, 2013

Materiale messo a disposizione dai docenti (dispensa casi aziendali)

Indicazioni per non frequentanti

I non frequentanti potranno sostenere l'esame nell'opzione 3.

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

Opzione 2

Opzione 3

Prova scritta (solo teoria): 15 punti

Lavori di gruppo: da 0,5 a 4 punti

Presentazione finale su progetto: 15 punti

Partecipazione in aula: da 0 a 2 punti

Prova scritta (teoria + case study): 30 punti

Lavori di gruppo: da 0,5 a 4 punti

Partecipazione in aula: da 0 a 2 punti

Prova scritta (teoria + case study): 30 punti

Ultimo aggiornamento 05/10/2018 11:52