

Corso di: STRATEGIA D'IMPRESA (anno accademico 2008/2009)
--

Docente: prof. Fabio Antoldi

Crediti formativi: 5

Collocazione: Marzo-Aprile 2009

Obiettivi del corso

Il corso si focalizza sull'analisi, la valutazione e la formulazione delle strategie a livello di business, con particolare riguardo alle strategie delle piccole e medie imprese.

Gli obiettivi principali sono i seguenti:

- trasferire conoscenze relative a modelli e teorie in tema di strategia aziendale;
- valutare i posizionamenti strategici più adeguati alle PMI;
- sviluppare strategie di sviluppo strategico e organizzativo delle PMI.

Programma del corso

Il corso affronta i seguenti temi:

- Il concetto di strategia aziendale
- L'identificazione delle aree strategiche d'affari
- L'analisi del sistema competitivo
- Le strategie competitive di base (differenziazione, leadership di costo, focalizzazione)
- La formula imprenditoriale e gli assetti organizzativi delle PMI
- I percorsi di sviluppo delle PMI
- Il processo di internazionalizzazione
- L'imprenditorialità

Bibliografia

Al fine dell'apprendimento personale, nonché in vista delle prove di valutazione previste dal corso, gli allievi oltre alle slide e ai loro appunti di lezione dovranno studiare i seguenti testi:

- Antoldi F. (2008), "Lo sviluppo organizzativo della PMI: il ruolo dell'imprenditore, il processo di delega e il rapporto con i manager", in Antoldi F. e Seassaro A. (a cura di), *Valore all'impresa. Modelli ed esperienze a confronto per lo sviluppo e l'innovazione in azienda*, Guerini e Associati, Milano, capitolo 4, pp. 65-83.
- Antoldi F. (2004), *Conoscere l'impresa*, McGraw Hill, Milano (capitoli 1 e 5).
- Invernizzi G. (2004), *Strategia e politica aziendale: testi*, McGraw-Hill (capitoli 2, 6 e 10).
- Cortesi A., Alberti F. e Salvato C. (2004), *Le piccole imprese*, Carocci, Roma (cap. 10 e 11).
- Brunetti G. e G. Corbetta (1996), *Alcune condizioni per lo sviluppo delle Pmi italiane*, *Economia & Management*, n.5, settembre, pp. 54-62.
- Velli R. (2005), *Difficoltà di delega e potenzialità di crescita nelle PMI*, *Economia & Management*, N. 2, pp. 101-121.

Modalità di esame

Il grado di apprendimento finale verrà complessivamente giudicato sulla base:

- della qualità dei 4 elaborati individuali che dovranno essere di volta in volta realizzati e inviati al docente usando la funzione "Sportello docente" della piattaforma on-line per la formazione a distanza (valore: 30% del voto finale);
- dell'esito di una prova intermedia del corso, da sostenere on-line in forma di un test a risposta multipla in una data a scelta tra il 26 marzo e il 1 aprile (valore: 30% del voto finale)
- dell'esito di una prova scritta finale, in forma di risposta a tre domande aperte, da sostenere al termine della giornata conclusiva del corso (valore: 40% del voto finale).

Programma			
Unità didattica	Modalità e data	Titolo e argomenti	Esercizi individuali da svolgere
1	Aula 6/03/2009	Introduzione al corso. Dalla formula imprenditoriale alla strategia aziendale.	
2		Gli elementi base della strategia aziendale Definizione di strategia. I livelli della strategia. L'analisi e la comprensione dell'ambiente competitivo.	
3		Analisi della strategia adottata dalle imprese. Esercitazione in aula.	
4		Le strategie competitive di base. Il vantaggio competitivo e le sue fonti. Differenziazione, leadership di costo, focalizzazione. Risorse e competenze.	
5	FAD 6/03/2009	VIDEOLEZIONE: I livelli della strategia e le Aree Strategiche d'Affari (ASA). La gestione strategica. Le Aree strategiche d'affari.	Esercizio su caso Amaro Vulcano (da inviare entro il 20/03/2009)
6	FAD 6/03/2009	VIDEOLEZIONE: Le opzioni strategiche per le PMI. Le strategie competitive di successo per una PMI. Come costruire una strategia di focalizzazione sostenibile.	
7	FAD 13/03/2009	Le competenze e le risorse alla base della strategia aziendale. Le risorse strategiche. Le competenze distintive.	Esercizio sulle risorse e competenze della propria azienda (da inviare entro il 27/03/2009)
8	FAD 13/03/2009	VIDEOCASO: Analisi del caso CAMP. La formula imprenditoriale di CAMP.	Esercizio sul videocaso (da inviare entro il 27/03/2009)
9	FAD 19/03/2009	I percorsi di sviluppo delle PMI. Impostare e gestire il processo di crescita: questioni critiche.	
10	FAD 19/03/2009	VIDEOLEZIONE: Contesto competitivo e assetti della PMI. L'evoluzione strategica e organizzativa delle PMI. Assetto elementare, manageriale e collaborativo.	
11	FAD 26/03/2009	VIDEOCASO: PREMAX Cooperare per competere. L'assetto collaborativo del consorzio Premax.	Esercizio sul videocaso (da inviare entro il 1/04/2009)
12	FAD 26/03/2009	PROVA INTERMEDIA DEL CORSO. Test a risposte multiple, da sostenere on-line entro il 1/04/2009.	
13	Aula 2/04/2009	Il processo di internazionalizzazione nelle PMI Le opzioni per una strategia internazionale della PMI	
14		Formulare una strategia internazionale Questioni strategiche rilevanti. Il business plan.	
15		Entrepreneurship Chi è l'imprenditore? L'attitudine imprenditoriale	
16		Entrepreneurship Profili imprenditoriali. Imprenditorialità e strategia.	

Recapiti del docente

ALTIS - Università Cattolica del Sacro Cuore

Largo Gemelli, 1 – 20123 Milano

Telefono: 0372 499194 (sede di Cremona) oppure 02 48517156 (sede di Milano)

e-mail: fabio.antoldi@unicatt.it