



*Dipartimento di Ingegneria
Industriale e dell'Informazione e di
Economia*



Corso di

STRATEGIE D'IMPRESA

Anno Accademico 2016/2017 – Secondo Semestre

(9 CFU – 63 ore – Laurea Magistrale LM-77)

DOCENTE

Prof.ssa CASTELLO Valentina

PROGRAMMA DEL CORSO

OBIETTIVI:

L'obiettivo del corso è l'approfondimento delle principali tematiche, approcci e strumenti metodologici concettuali attinenti i processi di apprendimento e sviluppo strategico, la decisionalità e la governance nelle organizzazioni complesse.

CONTENUTI:

La **prima parte** è dedicata all'approfondimento dei temi dell'apprendimento organizzativo, della formazione delle competenze distintive d'impresa (e delle capacità dinamiche) e delle dimensioni e degli strumenti di cambiamento organizzativo.

La **seconda parte** focalizza sui processi strategici d'impresa, partendo dall'analisi dell'architettura strategica (Abell, Canvas, business planning) fino a fornire il quadro di riferimento delle dinamiche di sviluppo, delle interrelazioni dinamiche con gli "ambienti" rilevanti, Ivi inclusi i temi della corporate governance e della Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI).

La **terza parte** focalizza sugli approcci, strumenti e processi dello strategic decision making anche attraverso l'approfondimento delle dimensioni di razionalità e incertezza, della teoria dei giochi, della metodologia degli scenari e dell'"intelligenza" organizzativa.

MATERIALE DIDATTICO

Johnson G, Whittington R., Scholes K., Strategia aziendale, Pearson, 2014 (Capitoli da 2 a 8, 12, 14 e 15);

Collis D.J, Montgomery C.A., Invernizzi G., Molteni M., Corporate strategy – Creare valore nell'impresa multibusiness 2/ed, McGraw Hill, 2007 (capitoli da 12 a 14);



Dipartimento di Ingegneria Industriale e dell'Informazione e di Economia



Burke W. (ed italiana a cura di Recchioni M.), *Cambiamento organizzativo. Teoria e pratica*, Franco Angeli, Milano, 2010 (Introduzione; capitoli da 1 a 4; 10-11);
Schwartz P., *The art of the long view*, Currency Doubleday, 1996;
Castello V., Pepe D. (eds), *Apprendimento e nuove tecnologie*, Franco Angeli, Milano, 2010;
Teece D.J., Pisano G., Shuen A., *Strategic Management Journal*, Aug 1997.

Consigliati:

Fontana F., Caroli M., *Economia e Gestione delle imprese*, 4ed, McGraw Hill, 2012;
Grant R.M., *L'analisi strategica per le decisioni aziendali*, Il Mulino, Bologna, 2016;
Gabrielli G. (a cura di), *Conoscenza, Apprendimento, Cambiamento*, Angeli, Milano, 2006.
Articoli, dispense e materiali didattici interni (tra gli altri: rapporti Bes, dynamic capabilities, organizational agility; multirazionalità).

ENGLISH TEXTBOOK

Grant R. M., *Contemporary Strategy analysis: text and cases edition*, 9th edition, Wiley, 2016;
Collis D.J, Montgomery C.A., Invernizzi G., Molteni M., *Corporate Level Strategy*, 3/ed, McGraw Hill, 2012;
Teece D.J., Pisano G., Shuen A., *Strategic Management Journal*, Aug 1997;
Schwartz P., *The art of the long view*, Currency Doubleday, 1996;
Burke W.W., *Organization Change. Theory and Practice*. Fourth Edition, SAGE Publisher, 2014;
Reading list: papers provided in class (in English)

METODO DI INSEGNAMENTO

Il corso si svolgerà attraverso:

Le lezioni finalizzate ad illustrare i contenuti fondamentali degli argomenti del programma e a fornire indicazioni complementari;
L'analisi e lo sviluppo di casi aziendali e di scenari strategico competitivi attraverso laboratori integrati (anche con insegnamenti affini paralleli) ed assistiti;
Seminari e testimonianze focalizzate su tematiche ed esperienze aziendali da parte di operatori aziendali.

ESAMI E CRITERI DI VALUTAZIONE

L'esame verrà svolto in forma orale.

RIFERIMENTI A PRECEDENTI ANNI ACCADEMICI

Per queste informazioni inviare E-Mail al titolare del corso o chiedere in Segreteria Didattica.

MATERIALE DIDATTICO ED ULTERIORI INFORMAZIONI

Sulla piattaforma e-learning viene reso disponibile eventuale materiale didattico e sono inoltre reperibili tutte le informazioni relative al programma.

RICEVIMENTI

Tutti i venerdì dalle ore 12 alle ore 13.