

**STRATEGIE D'IMPRESA**  
**disciplina prevista nel Precedente Ordinamento (PO) e nel Nuovo Ordinamento (NO)**

*Pietro Genco*  
(Istituto di Studi Aziendali)

**I modulo - 3 CFU** (tutti i corsi di laurea del NO e corsi di laurea quadriennale del PO, propedeutico al II modulo di 3 CFU, che è parte integrante del corso di 6 CFU del NO e di 9 CFU del PO)

Introduzione alle strategie di impresa. Concetti generali; pianificazione e gestione strategica dell'impresa. Le fasi del processo strategico: formulazione ed attuazione. L'analisi strategica dell'ambiente esterno. Le variabili e gli attori del macro-ambiente; il settore, l'ambiente competitivo. L'analisi strategica dell'ambiente interno. La catena del valore; i punti di forza e debolezza dell'impresa. Il rapporto impresa/ambiente nell'ambito della specificità e del dinamismo dei sistemi industriali.

*Testi consigliati:*

- GRANT, L'analisi strategica nella gestione aziendale, Il Mulino, u.e.
- Appunti dalle lezioni

**II modulo - 3 CFU** (parte integrante del corso di 6 CFU di tutti i corsi di laurea del NO e del corso di 9 CFU dei corsi di laurea quadriennale del PO, propedeutico al III modulo di 3 CFU, che è parte integrante del corso di 9 CFU dei corsi di laurea quadriennale del PO )

Le opzioni strategiche per il vantaggio competitivo. Le strategie di sviluppo: l'integrazione verticale, la diversificazione e l'internazionalizzazione. Modalità di attuazione delle diverse opzioni operative della strategia. Crescita interna e crescita esterna. Competizione e cooperazione tra imprese: le coalizioni strategiche. Valutazione e controllo delle strategie. Durante lo svolgimento del II° modulo saranno tenuti seminari con la partecipazione di esperti per l'illustrazione di casi aziendali.

*Testi consigliati:*

- GRANT, L'analisi strategica nella gestione aziendale, Il Mulino, u.e.
- Appunti dalle lezioni

**III modulo - 3 CFU** (parte integrante del corso di 9 CFU dei corsi di laurea quadriennale del PO)

Il vantaggio competitivo e la formulazione della strategia nei diversi contesti settoriali; il modello nel ciclo di vita; la dinamica della concorrenza come base per la classificazione. La strategia nei settori emergenti e nei settori basati sulle tecnologie. La strategia nei settori maturi; le caratteristiche dei settori maturi e in declino. La strategia nei settori globali; operare a livello globale: analisi della catena del valore nelle scelte di posizionamento geografico. Le strategie per gli anni '90. Gli elementi di instabilità del vantaggio competitivo; nuovi modelli di leadership.

Durante lo svolgimento del III° modulo saranno tenuti seminari con la partecipazione di esperti per l'illustrazione di casi aziendali

*Testi consigliati:*

- GRANT, L'analisi strategica nella gestione aziendale, Il Mulino, u.e.
- Appunti dalle lezioni