PROGRAMMA DETTAGLIATO DELL'INSEGNAMENTO

TITOLO DELL'INSEGNAMENTO: *Strategie d'Impresa* **CFU: 9 CFU**
SSD: 13 / ECON07
CORSO: LM Economia e Management **Anno Accademico: 2025/2026**
SEMESTRE: Primo

OBIETTIVI FORMATIVI

Il corso mira a fornire agli studenti le competenze teoriche e le capacità di analisi fondamentali nell'ambito delle strategie d'impresa. In modo specifico sono fornite indicazioni teoriche e applicative sugli strumenti, approcci e processi che le imprese possono adottare per ottenere sul mercato un vantaggio competitivo. Verrà approfondita la dimensione dell'ambiente competitivo e di come l'impresa si posiziona in quell'ambiente, sia a livello di area strategica di affari, che a livello di corporate. Viene poi posta attenzione alla dimensione delle strategie innovative e di come queste possono permettere l'ottenimento di un vantaggio competitivo, nonché degli strumenti di project management e le soft skills utili allo sviluppo dei progetti e delle strategie di innovazione. Saranno inoltre fornite informazioni sui sistemi informativi, IT e gli scenari digitali a supporto della definizione e attuazione delle strategie d'impresa. Infine, una trattazione specifica sarà destinata alle strategie di sostenibilità che possono essere adottate dalle imprese, con focus su quelle green.

PROGRAMMA

Parte 1 – Fondamenti di strategic management

- Definizione della “strategia d'impresa”
- Analisi dell'ambiente esterno e analisi dell'ambiente interno
- Strategie di business e strategie a livello corporate
- Strategie internazionali
- Le alleanze strategiche
- Strategie competitive

Parte 2 – Le strategie innovative

- Fondamenti dell'innovazione
- Elaborazione di una strategia di innovazione tecnologica
- Implementazione di una strategia di innovazione tecnologica
- Fondamenti di Project Management

Parte 3 – Sistemi informativi e strumenti digitali

- Combinazione strategia-tecnologia: il ruolo strategico dei sistemi informativi
- Principali trend digitali

- Rivoluzione digitale e Industry 4.0: le opportunità per le imprese

Parte 4 – Sostenibilità e strategia

- Strategia, società ed etica d'impresa
- Sostenibilità e posizionamento strategico delle imprese

TESTI D'ESAME

- Slide del corso disponibili su e-learning Moodle2
- Dyer J, Godfrey P, Jensen R, Pastore A. (2018), *Strategic management – principi e applicazioni* – Isedi editore – Capp. Da 1 a 7; Cap. 9; Cap. 12; Cap. 13
- Shilling M. e Izzo F. (2022). *Gestione dell'Innovazione* (V edizione) - McGraw Hill Cap. 1 (leggere); Cap. 2 (con esclusione del § 2.4); Cap. 3; Cap. 4 (con esclusione del § 4.4); Cap. 5 (§§ 5.1, 5.2 e 5.3); Cap. 7; Cap. 8; Cap. 9; Cap. 11; Cap. 12 (con esclusione dei §§ 12.6 e 12.7)
- Valacich J, Schneider C, Hashim M., Carignani A, Gemmo V, Rajola F. (2024). *Sistemi informativi e trend digitali* (II edizione) – Pearson. Capitolo 1; Capitolo 2 (solo § 2.1 con i relativi sottoparagrafi)
- Arcuri M. (2021). *Il project management. Conoscenze, strumenti e tecniche in accordo con la UNI ISO 21502:2021* – Tangram Edizioni Scientifiche
- Rizzi F., Annunziata E. (2018). *Sostenibilità e posizionamento strategico delle imprese. Prospettive teoriche e operative nella definizione delle strategie ambientali* – FrancoAngeli