



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI ENNA "KORE"

FACOLTÀ DI SCIENZE ECONOMICHE E SOCIALI

A.A 2010/2011

**PROGRAMMA DI STRATEGIA E POLITICA AZIENDALE (6 CFU)**

Prof. M. Ruisi

**INTRODUZIONE. IL CONCETTO DI STRATEGIA: LINEAMENTI PER UN'ARTICOLAZIONE COMPOSITA NEL *MARE MAGNUM* DELLE DEFINIZIONI DOTTRINALI**

**PARTE 1<sup>^</sup>. L'ANALISI DELLA *STRATEGIA COMPETITIVA* O DI *BUSINESS*.**

PREMESSA. SU TALUNI CONTRIBUTI TEORICI ALLO STUDIO DELLE FONTI DEL VANTAGGIO COMPETITIVO.

1. LA RICERCA DELLE FONTI ESTERNE: CARATTERI STRUTTURALI E DINAMICHE IMPRENDITORIALI DEL CONTESTO COMPETITIVO.

1.1. L'analisi dei caratteri strutturali.

1.1.1. Il grado di concentrazione del settore.

1.1.2. Il grado di differenziazione del prodotto.

1.1.3. Le barriera all'entrata.

1.1.4. La struttura dei costi del settore.

1.1.5. Il *gap* di potenziale.

1.1.6. Il ciclo di vita del settore.

1.2. L'analisi delle dinamiche competitive.

1.2.1. I concorrenti.

1.2.2. I potenziali entranti.

1.2.3. I fornitori.

1.2.4. Gli intermediari.

1.2.5. I consumatori finali.

1.3. Dal *sistema competitivo* al *sistema del valore*.

1.4. Esempificazione: l'analisi del settore della pasta secca di grano duro.

2. LA RICERCA DELLE FONTI INTERNE: RISORSE, CAPACITÀ E COMPETENZE DISTINTIVE.

2.1. Le risorse e le capacità aziendali.

2.2. Le competenze distintive.

2.3. Processi di apprendimento, *routine* organizzative e *dynamic capability*.

2.4. Esempificazione: l'analisi delle fonti interne del vantaggio competitivo di alcune aziende leader della ricettività turistica.

3. LOGICHE RETICOLARI PER IL CONSEGUIMENTO DEL VANTAGGIO COMPETITIVO.

3.1. Le aggregazioni aziendali e la *costellazione del valore*.

3.2. La fiducia alla base delle relazioni intra-aziendali ed inter-aziendali.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI ENNA "KORE"

FACOLTÀ DI SCIENZE ECONOMICHE E SOCIALI

**PARTE 2^ . L'ANALISI DELLA STRATEGIA AZIENDALE O CORPORATE.**

PREMESSA. RICHIAMI ANTROPOLOGICI PER UN'ETICA AZIENDALE QUALE FONDAIMENTO DELLE STRATEGIE RIVOLTE AL SUCCESSO DURATURO DELL'ISTITUTO ECONOMICO.

1. ELEMENTI COSTITUTIVI E AMBITI DECISIONALI DI RIFERIMENTO DELLA STRATEGIA CORPORATE.

- 1.1. La strategia economico-finanziaria.
- 1.2. La strategia organizzativa.
- 1.3. La strategia sociale.
- 1.4. La strategia di portafoglio A.S.A.
- 1.5. Un approccio di sintesi alla strategia aziendale.
- 1.6. Alcuni ambiti decisionali connessi alle cosiddette *operazioni straordinarie*.

2. IL PROCESSO DECISORIO CHE PRE-ORDINA LA GENESI AZIENDALE.

- 2.1. Le fasi del processo genetico.
- 2.2. Le variabili interagenti.
  - 2.2.1. Le variabili individuali.
  - 2.2.2. Le variabili di contesto.
- 2.3. Riferimenti specifici alle modalità gemmatorie.

3. IL *BUSINESS PLAN* QUALE STRUMENTO A SUPPORTO DELLA GENESI E DELLO SVILUPPO: DALLA PREFIGURAZIONE AL GOVERNO D'AZIENDA.

1. Contributi teorici all'operare *razionale* d'azienda.
2. Azione, decisione e processo come categorie concettuali per interpretare l'operare *razionalmente limitato* d'azienda.
  - 2.1. Obiettivi e motivazioni a base del processo decisionario.
3. L'articolazione di un piano di fattibilità d'impresa (*business plan*)
  - 3.1. Esempificazione: il *business plan* del Balam hotel

Fanno parte integrante del corso i contenuti di eventuali seminari proposti dal docente durante l'espletamento del corso e del materiale didattico messo a disposizione degli studenti.

**Testi consigliati:**

Ruisi M., *Analisi strategica. Per una ricerca delle determinanti del successo aziendale*, Giuffrè, Milano, 2005.