

SCUOLA	SCIENZE GIURIDICHE ED ECONOMICO-SOCIALI
ANNO ACCADEMICO	2014/2015
CORSO DI LAUREA MAGISTRALE	Management dello Sport e delle Attività motorie
INSEGNAMENTO	Strategie e politiche aziendali
TIPO DI ATTIVITÀ	A scelta
AMBITO DISCIPLINARE	A scelta
CODICE INSEGNAMENTO	07114
ARTICOLAZIONE IN MODULI	NO
NUMERO MODULI	
SETTORI SCIENTIFICO DISCIPLINARI	SECS – P/07
DOCENTE RESPONSABILE	Docente a contratto
CFU	4
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO PERSONALE	40
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLE ATTIVITÀ DIDATTICHE ASSISTITE	32
PROPEDEUTICITÀ	Nessuna
ANNO DI CORSO	Primo
SEDE DI SVOLGIMENTO DELLE LEZIONI	http://portale.unipa.it/dipartimenti/dipartimentoscienzegiuridichedellasocietaed/cds/managementdellospotedelleattivitamotorie2040/?pagina=lezioni
ORGANIZZAZIONE DELLA DIDATTICA	Lezioni frontali, seminari di approfondimento
MODALITÀ DI FREQUENZA	Facoltativa
METODI DI VALUTAZIONE	Prove intermedie (test di verifica di apprendimento) - Prova finale orale
TIPO DI VALUTAZIONE	Voto in trentesimi
PERIODO DELLE LEZIONI	Secondo semestre
CALENDARIO DELLE ATTIVITÀ DIDATTICHE	http://portale.unipa.it/dipartimenti/dipartimentoscienzegiuridichedellasocietaed/cds/managementdellospotedelleattivitamotorie2040/?pagina=lezioni
ORARIO DI RICEVIMENTO DEGLI STUDENTI	Da definire

<p>RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI</p> <p>Conoscenza e capacità di comprensione: conoscenza del concetto di strategia quale elemento funzionale alla sopravvivenza e allo sviluppo delle aziende. Capacità di comprensione del ruolo delle politiche aziendali per la sopravvivenza, ovvero il rallentamento dello sviluppo evolutivo delle aziende.</p> <p>Capacità di applicare conoscenza e comprensione: si attende una buona conoscenza delle teorie e degli strumenti applicativi delle strategie aziendali, con particolare riguardo agli organismi sportivi, ed una comprensione dei complessi e sistematici strumenti e accadimenti che ne derivano, tale da consentire allo studente di saper applicare a casi concreti i corretti strumenti a supporto degli scenari e del processo decisionale.</p> <p>Autonomia di giudizio: raggiungimento di uno standard elevato di giudizio critico associato allo sviluppo di una mentalità economico-aziendale con specifico riferimento alle strategie e alle politiche aziendali.</p> <p>Abilità comunicative: si attende il pieno apprendimento del linguaggio economico-aziendale</p>

associato a buone capacità di comunicazione con specifico riferimento alle strategie e alle politiche aziendali.

Capacità d'apprendimento: raggiungimento di un elevato standard di capacità cognitive e di apprendimento, tali da sviluppare analisi critica e scelte da adottare nel contesto di riferimento.

OBIETTIVI FORMATIVI

Finalità del corso sono:

- fornire agli Studenti le basi per la conoscenza del concetto di strategia e delle sue declinazioni a livello corporate, con specifico riferimento alle aziende dello sport;
- presentare gli strumenti per l'attuazione e la valutazione delle strategie;
- stimolare una riflessione etica sul comportamento imprenditoriale evidenziando il collegamento tra l'esercizio delle "virtù imprenditoriali" e il successo aziendale.

CORSO	STRATEGIE E POLITICHE AZIENDALI
ORE FRONTALI	LEZIONI FRONTALI
2	Introduzione del corso. L'analisi della strategia competitiva o di business.
2	Alcuni contributi teorici allo studio delle fonti del vantaggio competitivo: - la ricerca delle fonti esterne: caratteri strutturali e dinamiche imprenditoriali del contesto competitivo; L'analisi dei caratteri strutturali.
2	La ricerca delle fonti esterne: caratteri strutturali e dinamiche imprenditoriali del contesto competitivo; L'analisi delle dinamiche competitive. - Dal <i>sistema competitivo</i> al <i>sistema del valore</i> .
2	La ricerca delle fonti interne: risorse, capacità e competenze distintive. - Le risorse e le capacità aziendali.
2	La ricerca delle fonti interne: risorse, capacità e competenze distintive (segue). - Le competenze distintive. - Processi di apprendimento, <i>routine</i> organizzative e <i>dynamic capability</i> .
2	Logiche reticolari per il conseguimento del vantaggio competitivo. - Le aggregazioni aziendali e la <i>costellazione del valore</i> . - La fiducia alla base delle relazioni intra-aziendali ed inter-aziendali. - Lo sviluppo dei sistemi di produzione locale.
2	Logiche reticolari per il conseguimento del vantaggio competitivo (segue). - Lo sviluppo dei sistemi di produzione locale con specifico riferimento al ruolo delle aziende sportive.
2	L'analisi della <i>strategia aziendale</i> o <i>corporate</i> . Richiami antropologici per un'etica aziendale quale fondamento delle strategie rivolte al successo duraturo dell'istituto economico. Elementi costitutivi e ambiti decisionali di riferimento della strategia <i>corporate</i> . - La strategia economico-finanziaria. - La strategia organizzativa.
2	Elementi costitutivi e ambiti decisionali di riferimento della strategia <i>corporate</i> (segue). - La strategia sociale. - La strategia di portafoglio A.S.A. - Un approccio di sintesi alla strategia aziendale. - Alcuni ambiti decisionali connessi alle cosiddette <i>operazioni straordinarie</i> .
2	Il processo decisionario che pre-ordina la genesi aziendale. - Le fasi del processo genetico. - Le variabili interagenti.
2	Il processo decisionario che pre-ordina la genesi aziendale (segue). - Riferimenti specifici alle modalità gemmatorie e di sviluppo delle aziende sportive.
2	Il <i>business plan</i> quale strumento a supporto della genesi e dello sviluppo: dalla prefigurazione al governo d'azienda. - Contributi teorici all'operare <i>razionale</i> d'azienda. - Azione, decisione e processo come categorie concettuali per interpretare l'operare <i>razionalmente limitato</i> d'azienda.
2	Il <i>business plan</i> quale strumento a supporto della genesi e dello sviluppo: dalla prefigurazione al governo d'azienda (segue)

	- Obiettivi e motivazioni a base del processo decisionario.
2	Il <i>business plan</i> quale strumento a supporto della genesi e dello sviluppo (segue): - Casi e applicazioni per le aziende sportive (esercitazione)
2	Il <i>business plan</i> quale strumento a supporto della genesi e dello sviluppo (segue): - Casi e applicazioni per le aziende sportive (esercitazione)
2	Il <i>business plan</i> quale strumento a supporto della genesi e dello sviluppo (segue): - Casi e applicazioni per le aziende sportive (esercitazione) Chiusura del corso
ESERCITAZIONI	
6	Nel corso delle lezioni verranno svolti casi concreti.
TESTI CONSIGLIATI	M. RUISI , <i>Analisi strategica. Per una ricerca delle determinanti del successo aziendale</i> , Giuffrè, Milano, 2005 V. CODA , <i>Comunicazione e immagine nella strategia dell'impresa</i> , G. Giappichelli Editore, Torino, 1991