



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PALERMO

DIPARTIMENTO	Scienze Economiche, Aziendali e Statistiche
ANNO ACCADEMICO OFFERTA	2018/2019
ANNO ACCADEMICO EROGAZIONE	2019/2020
CORSO DILAUREA MAGISTRALE	TOURISM SYSTEMS AND HOSPITALITY MANAGEMENT
INSEGNAMENTO	GLOBAL MANAGEMENT AND CORPORATE STRATEGIES
TIPO DI ATTIVITA'	C
AMBITO	20965-Attività formative affini o integrative
CODICE INSEGNAMENTO	19003
SETTORI SCIENTIFICO-DISCIPLINARI	SECS-P/08
DOCENTE RESPONSABILE	PICONE PASQUALE Professore Ordinario Univ. di PALERMO MASSIMO
ALTRI DOCENTI	
CFU	6
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO PERSONALE	114
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLA DIDATTICA ASSISTITA	36
PROPEDEUTICITA'	
MUTUAZIONI	
ANNO DI CORSO	2
PERIODO DELLE LEZIONI	2° semestre
MODALITA' DI FREQUENZA	Facoltativa
TIPO DI VALUTAZIONE	Voto in trentesimi
ORARIO DI RICEVIMENTO DEGLI STUDENTI	PICONE PASQUALE MASSIMO Lunedì 8:15 10:15 In presenza presso DEAS IV Piano, Stanza 14 oppure via teams d3s81a2

DOCENTE: Prof. PASQUALE MASSIMO PICONE

PREREQUISITI	Nessuna materia propedeutica
RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI	<p>Conoscenza e capacita' di comprensione Il corso di Global Management and Corporate Strategies fornisce agli studenti una conoscenza articolata sulle strategie d'impresa con un focus particolare sul livello corporate e le strategie di internazionalizzazione. In generale, si focalizzerà l'attenzione su come un'impresa possa ottenere un vantaggio rispetto ai rivali e conservarlo nel tempo. In particolare, le conoscenze acquisite supporteranno lo studente nella costruzione di una "mappa concettuale" delle principali opzioni strategiche di imprese di grande dimensione.</p> <p>Capacita' di applicare conoscenza e comprensione Lo studente al termine del corso di Global Management and Corporate Strategies sarà in grado di analizzare e di interpretare le principali problematiche e criticita' inerenti alla gestione strategica delle imprese; nonché di applicare le conoscenze acquisite al fine di risolvere le superiori problematiche e criticita'.</p> <p>Autonomia di giudizio Lo studente al termine del corso di Global Management and Corporate Strategies sarà, non solo in grado di valutare adeguatamente le problematiche connesse con la gestione strategica delle imprese con riguardo alle scelte corporate, ma anche di integrare le nozioni attinenti al presente insegnamento con le conoscenze acquisite in precedenza durante il suo percorso formativo universitario. Per tale via, egli perverrà ad una superiore capacita' di rielaborazione e di applicazione critica del bagaglio di conoscenze e di competenze complessivamente maturato che gli consentirà autonomia di giudizio e capacita' di confronto dialettico con i futuri colleghi di eguale o diverso livello gerarchico.</p> <p>Abilita' comunicative Lo studente al termine del corso di Global Management and Corporate Strategies acquisirà la capacita' di esporre i contenuti della disciplina oggetto di studio con un linguaggio tecnico adeguato che gli permetterà, una volta inserito nel mondo del lavoro, di rapportarsi efficacemente con le varie figure professionali con le quali entrerà in contatto. Il docente stimolerà gli studenti a presentare analisi, progetti e proposte concernenti le principali scelte strategiche d'impresa. Parallelamente, un approccio didattico interattivo sarà favorito dalla discussione in aula di case study e di articoli della stampa nazionale e/o internazionale.</p> <p>Capacita' d'apprendimento Lo studente al termine del corso di Global Management and Corporate Strategies sarà in grado di procedere, in maniera autonoma, a percorsi di ulteriore approfondimento delle tematiche che via via si troverà ad affrontare tramite la consultazione di banche dati e di riviste scientifiche e/o professionali.</p>
VALUTAZIONE DELL'APPRENDIMENTO	Esame scritto a domande aperte (50%), discussione dei casi in aula (50%). Voto in trentesimi
OBIETTIVI FORMATIVI	Il corso di Global Management and Corporate Strategies fornirà agli studenti una solida e articolata preparazione teorico-concettuale per la formulazione della strategia dell'impresa, nonché le conoscenze di base per orchestrare le risorse e gestire i processi di implementazione delle scelte strategiche effettuate. Un focus pratico al corso è dato dall'applicazione delle conoscenze teoriche apprese dagli studenti all'analisi di casi concreti tesi a evidenziare le principali problematicita' e le sfide derivanti dall'accelerazione delle dinamiche competitive.
ORGANIZZAZIONE DELLA DIDATTICA	Lezioni e discussioni di casi aziendali
TESTI CONSIGLIATI	<p>Text Books</p> <p>Thompson, Peteraf, Gamble, Strickland, Crafting & Executing Strategy, McGrawHill/Irwin</p> <p>Cases (these cases may be changed if appropriate): General Electric & Jack Welch; Shanghai General Motors; Bird's Eye; Bocconi</p>

PROGRAMMA

ORE	Lezioni
2	Introduzione al corso
2	La valutazione dell'ambiente esterno
2	Le risorse e il loro valore
4	Le strategie business e la valutazione della posizione competitiva
2	Le strategie per competere in mercati internazionali

PROGRAMMA

ORE	Lezioni
2	Vantaggio Corporate, natura e origine delle sinergie
2	Strategia di diversificazione - Integrazione verticale
2	Responsabilità sociale, Etica, Sostenibilità e Strategia d'impresa
2	Organizzazione aziendale a livello corporate – Strategic Leadership
16	Case studies