



# UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PALERMO

<b>DIPARTIMENTO</b>	Scienze Economiche, Aziendali e Statistiche		
<b>ANNO ACCADEMICO OFFERTA</b>	2018/2019		
<b>ANNO ACCADEMICO EROGAZIONE</b>	2018/2019		
<b>CORSO DILAUREA MAGISTRALE</b>	SCIENZE ECONOMICO-AZIENDALI		
<b>INSEGNAMENTO</b>	BUSINESS STRATEGY AND FAMILY BUSINESS C.I.		
<b>CODICE INSEGNAMENTO</b>	18133		
<b>MODULI</b>	Si		
<b>NUMERO DI MODULI</b>	2		
<b>SETTORI SCIENTIFICO-DISCIPLINARI</b>	SECS-P/07		
<b>DOCENTE RESPONSABILE</b>	RUISI MARCANTONIO	Professore Ordinario	Univ. di PALERMO
<b>ALTRI DOCENTI</b>	TOMASELLI SALVATORE	Professore Associato	Univ. di PALERMO
	RUISI MARCANTONIO	Professore Ordinario	Univ. di PALERMO
<b>CFU</b>	10		
<b>PROPEDEUTICITA'</b>			
<b>MUTUAZIONI</b>			
<b>ANNO DI CORSO</b>	1		
<b>PERIODO DELLE LEZIONI</b>	Annuale		
<b>MODALITA' DI FREQUENZA</b>	Facoltativa		
<b>TIPO DI VALUTAZIONE</b>	Voto in trentesimi		
<b>ORARIO DI RICEVIMENTO DEGLI STUDENTI</b>	<b>RUISI MARCANTONIO</b>		
	Martedì	10:00 - 12:00	Ufficio 4.5 piano 4°
	<b>TOMASELLI SALVATORE</b>		
	Lunedì	12:00 - 13:00	Stanza del docente, IV Piano, Dipartimento SEAS

**DOCENTE:** Prof. MARCANTONIO RUISI

<b>PREREQUISITI</b>	Conoscenza dei principi di base dell'Economia aziendale
<b>RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI</b>	<p>Conoscenza e capacita' di comprensione. Acquisizione dei saperi e delle capacita' per l'analisi dei contesti ambientali interni ed esterni di riferimento dell'azienda.</p> <p>Capacita' di applicare conoscenza e comprensione. Lo studente dovra' dimostrare di aver sviluppato capacita' di base per l'analisi della strategia competitiva (business) e piu' ampiamente aziendale (corporate), quindi la comprensione dei processi strategici e l'individuazione delle informazioni necessarie alla predisposizione di un piano di creazione/sviluppo d'impresa.</p> <p>Autonomia di giudizio. Lo studente dovra' dimostrare di possedere gli strumenti per acquisire ed elaborare le necessarie informazioni aziendali a supporto della concettualizzazione/analisi del proprio/altrui processo strategico passato/attuale/prospettico. Abilita' comunicative. Lo studente dovra' dimostrare di sapere comunicare i risultati delle analisi aziendali/contestuali e della conseguente elaborazione speculativa da produrre sulla base degli strumenti cognitivi e dei modelli operativi acquisiti.</p> <p>Capacita' d'apprendimento. Lo studente dovra' aver sviluppato le abilita' di apprendimento necessarie per continuare in autonomia la concettualizzazione/analisi del proprio/altrui processo strategico padroneggiando contenuti culturali e formativi di base necessari anche per seguire gli aggiornamenti della disciplina.</p> <p>I risultati attesi andranno declinati rispetto al modulo 2 (Family business) al caso specifico delle aziende familiari.</p>
<b>VALUTAZIONE DELL'APPRENDIMENTO</b>	Prova orale con votazione in trentesimi
<b>ORGANIZZAZIONE DELLA DIDATTICA</b>	Lezioni interattive

**MODULO  
BUSINESS STRATEGY**

*Prof. MARCANTONIO RUISI*

**TESTI CONSIGLIATI**

Academic articles  
Research papers  
Teaching materials

"Eventuali studenti non frequentati o lavoratori possono concordare con il docente un programma di studi alternativo".  
"For worker students or for who doesn't attend lessons it's possible to arrange a modified and customized program".

**TIPO DI ATTIVITA'**

C

**AMBITO**

21021-Attività formative affini o integrative

**NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO  
PERSONALE**

114

**NUMERO DI ORE RISERVATE ALLE ATTIVITA'  
DIDATTICHE ASSISTITE**

36

**OBIETTIVI FORMATIVI DEL MODULO**

Fornire agli studenti strumenti concettuali ed operativi per identificare le determinanti del vantaggio competitivo e mettere a sistema le risorse interne ed esterne per programmare/implementare una strategia competitiva di successo considerando idonei modelli decisionali.

**PROGRAMMA**

<b>ORE</b>	<b>Lezioni</b>
2	Introduzione alla strategia aziendale e specificamente a quella competitiva
8	Le determinanti esogene del vantaggio competitivo
4	Le strategie per fronteggiare le trappole di "commoditization"; le strategie "oceano blu".
4	Le determinanti endogene al vantaggio competitivo
4	Le alleanze strategiche per la ricerca del vantaggio competitivo
6	Studio del contenuto di specifici casi aziendali
2	La pianificazione strategica dinamica
6	La pianificazione strategica: rilievi operativi

**MODULO  
FAMILY BUSINESS**

*Prof. SALVATORE TOMASELLI*

**TESTI CONSIGLIATI**

Articoli accademici/Academic articles  
Rapporti di ricerca/Research papers  
Materiale didattico a cura del docente/Teaching materials

<b>TIPO DI ATTIVITA'</b>	C
<b>AMBITO</b>	21021-Attività formative affini o integrative
<b>NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO PERSONALE</b>	76
<b>NUMERO DI ORE RISERVATE ALLE ATTIVITA' DIDATTICHE ASSISTITE</b>	24

**OBIETTIVI FORMATIVI DEL MODULO**

il principale obiettivo del corso e' di dare agli studenti gli elementi di base per comprendere:

- . le specifiche caratteristiche delle aziende familiari,
- . il glossario di riferimento della disciplina,
- . le tematiche e le sfide piu' ricorrenti.

Il corso mira, inoltre, a fornire agli studenti il substrato di conoscenze utile per poter utilmente affrontare un dialogo con esperti e svolgere analisi di situazioni concrete, identificare problemi e contribuire alla identificazioni di possibili soluzioni.

**PROGRAMMA**

ORE	Lezioni
2	Fondamenti per lo studio delle aziende familiari: L'evoluzione degli studi sulle aziende familiari; Il peso delle aziende familiari nei sistemi economici di diversi paesi; Le caratteristiche peculiari delle aziende familiari.
4	Un approccio in chiave strategica alle aziende familiari: Punti di forza e di debolezza delle aziende familiari; Sindromi caratteristiche delle aziende familiari; Razionalita' ed emozionalita' nelle aziende familiari; Ambiti di influenza della famiglia proprietaria sull'impresa; Passaggio generazionale ed evoluzione delle aziende familiari.
4	Le basi per la longevita' delle aziende familiari: L'intenzionalita' come base per la longevita' delle aziende familiari; L'esigenza di coordinare la visione della famiglia proprietaria con le esigenze; di sviluppo dell'impresa e le caratteristiche della struttura; L'importanza dei valori della famiglia proprietaria; La ricerca della coesione e del commitment della famiglia proprietaria; Le scelte in ordine alla proprieta, alla governance, al lavoro .
6	I patti di governo delle relazioni famiglia-impresa come strumento di pianificazione strategica nelle aziende familiari Le finalita' dei Patti; Il Modello antropologico di riferimento suggerito per la formulazione di un Patto per il governo delle relazioni Famiglia-Impresa; Il Metodo ed il percorso per la redazione del Patto; I contenuti del Patto; Elementi di criticita' del Patto.
8	Analisi di casi