# UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PALERMO

| | |
|---|---|
| **DIPARTIMENTO** | Ingegneria |
| **ANNO ACCADEMICO OFFERTA** | 2019/2020 |
| **ANNO ACCADEMICO EROGAZIONE** | 2020/2021 |
| **CORSO DILAUREA MAGISTRALE** | INGEGNERIA GESTIONALE |
| **INSEGNAMENTO** | ANALISI DELLE TECNOLOGIE E MANAGEMENT STRATEGICO |
| **TIPO DI ATTIVITA'** | B |
| **AMBITO** | 50368-Ingegneria gestionale |
| **CODICE INSEGNAMENTO** | 18534 |
| **SETTORI SCIENTIFICO-DISCIPLINARI** | ING-IND/35 |
| **DOCENTE RESPONSABILE** | PIAZZA MARIANGELA Ricercatore a tempo determinato Univ. di PALERMO |
| **ALTRI DOCENTI** | |
| **CFU** | 6 |
| **NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO PERSONALE** | 102 |
| **NUMERO DI ORE RISERVATE ALLA DIDATTICA ASSISTITA** | 48 |
| **PROPEDEUTICITA'** | |
| **MUTUAZIONI** | |
| **ANNO DI CORSO** | 2 |
| **PERIODO DELLE LEZIONI** | 1° semestre |
| **MODALITA' DI FREQUENZA** | Facoltativa |
| **TIPO DI VALUTAZIONE** | Voto in trentesimi |
| **ORARIO DI RICEVIMENTO DEGLI STUDENTI** | **PIAZZA MARIANGELA**<br>Martedì 15:00 18:00 Ufficio docente previa comunicazione email |

**DOCENTE:** Prof.ssa MARIANGELA PIAZZA

| | |
|---|---|
| **PREREQUISITI** | Sono richiesti elementi basi di economia di azienda e di microeconomia |
| **RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI** | RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI<br>Conoscenza e capacita' di comprensione (knowledge and understanding):<br>Lo studente dovra' conoscere gli argomenti fondamentali della teoria dell'impresa, del networking strategy, del social capital, della social network analysis e dell'open innovation. Lo studente dovra' dimostrare - anche attraverso ragionamenti di tipo deduttivo e riferimenti a casi concreti - capacita' di comprensione dei principali temi afferenti alle relazioni inter-organizzative, nonche' alle scelte strategiche adottate all'interno dell'impresa. Lo studente avra' inoltre acquisito conoscenze relative ai concetti dell'Open Innovation del Crowdsourcing, dell'analisi delle tecnologie, e alle metodologie di Social Network Analysis.<br><br>Conoscenza e capacita' di comprensione applicate (applying knowledge and understanding):<br>Lo studente avra' acquisito conoscenze e metodologie per analizzare sia dal punto di vista teorico che empirico le relazioni tra le imprese, come alleanze, joint venture e M&A. Inoltre avra' acquisito capacita' di analizzare le tecnologie in un contesto di Open Innovation. Tale capacita' si esprime sia nei lavori di gruppo che nelle discussioni in aula in cui gli studenti affrontano le problematiche inerenti alla disciplina, come la teoria dell'impresa, il networking strategy, la social network analysis e l'open innovation. In particolare, lo studente avra' acquisito capacita' di operazionalizzare costrutti iter-organizzativi ed analizzarli empiricamente attraverso l'utilizzo di metodi statistici come la regressione logistica ordinale e multinomiale. Inoltre, lo studente avra' acquisito capacita' di utilizzo di software di Social Network Analysis per l'analisi dei network.<br><br>Autonomia di giudizio (making judgements)<br>Il corso si propone di sviluppare nello studente capacita' di giudizio, ossia, capacita' di valutare in modo critico alcuni aspetti legati al comportamento della singola impresa e delle relazioni tra le imprese. Lo studente acquisisce una profonda conoscenza, sia scientifica che pratica, delle relazioni tra le imprese e dell'analisi delle tecnologie ed e' in grado di esprimere giudizi sulle scelte manageriali riguardanti l'organizzazione e la gestione delle relazioni tra le organizzazioni, la scelta dei partner, e la strutturazione dei network, l'open innovation. L'insegnamento si propone di stimolare l'autonomia di giudizio attraverso la presentazione critica della letteratura di riferimento e la verifica dei modelli attraverso analisi statistiche.<br>Abilita' comunicative (communication skills)<br>Il corso tende a sviluppare nello studente la capacita' di comunicare ed interagire con altri individui, di prendere decisioni complesse di tipo manageriali e di negoziare una relazione inter-organizzativa. Lo studente e' in grado di di comunicare con competenza e proprieta' di linguaggio problematiche complesse di management strategico, economia delle organizzazioni, e networking strategy, analisi delle tecnologie. In altri termini, in relazione ad un particolare problema strategico-manageriale, lo studente e' capace di spiegarne la natura e le origini, suggerendo anche possibili soluzioni e mostrando cosi' abilita' comunicative e di interazione, utili anche per i futuri rapporti di lavoro. A questo scopo, nell'ambito delle attivita' didattiche, sono previsti le discussioni in aula di casi studio concreti. Lo studente avra' inoltre acquisito capacita' di proporre idee e attivita' nel gruppo utilizzando in questo modo dei mezzi per influenzare i membri del gruppo a modificare il loro comportamento (leadership).<br><br>Capacita' di apprendere (learning skills)<br>Coerentemente alle tematiche della disciplina della teoria dell'impresa, del networking strategy, della social network analysis e dell'open innovation, lo studente acquisisce capacita' di apprendimento, sia sotto il profilo teorico che dal punto di vista applicativo, di comunicazione, nonche' autonomia di giudizio. Tra gli strumenti didattici utilizzati, assumono rilevanza nel processo di apprendimento la partecipazione a dibattiti tematici in classe e ai lavori di gruppo. |
| **VALUTAZIONE DELL'APPRENDIMENTO** | La valutazione consiste nelle seguenti prove:<br>•Discussione di letture in aula (20%)<br>•Business contest (40%)<br>•Caso di studio individuale (40%)<br><br>Discussione di letture in aula<br>Agli studenti durante il corso verranno distribuiti delle letture sugli argomenti di lezione. Le letture verranno discusse in aula al fine di far emergere gli argomenti della lezione. Ogni studente interviene autonomamente o a richiesta del docente per discutere parte della lettura. Il docente valuta la capacita' dello studente di comprendere gli argomenti e di analizzarli criticamente. |

| | |
|---|---|
| | Business contest<br>Gli studenti sono suddivisi in gruppi di 3-4. Il docente assegna ai gruppi un contest case, preso da un caso reale, in cui due imprese devono negoziare una relazione inter-organizzativa. Gli studenti studiano i dati dell'azienda che gli e' stata assegnata ed ognuno esercita un ruolo nel gruppo. Il giorno della negoziazione, che si svolge in aula, i due gruppi si incontrano per negoziare i termini della relazione inter-organizzativa. L'attivita' di negoziazione e' osservata dal docente. Successivamente gli studenti preparano una presentazione Power Point in cui presentano l'accordo raggiunto e lo motivano al docente. Il business contest consente di valutare le conoscenze acquisite dagli studenti, la capacita' di applicarle in contesti reali, la capacita' di prendere decisioni manageriali sfruttando le conoscenze acquisite, la capacita' di integrare conoscenze acquisite in altri corsi del loro programma di studi. Il business contest permette anche di valutare soft skill quali la capacita' di lavorare in gruppo, l'autonomia decisionale, la leadership.<br><br>Caso di studio individuale<br>Il docente assegna ad ogni studente un caso reale su una relazione inter-firm (alleanza, Joint Venture, M&A, ecc.) tratto da riviste di business e management. Lo studente dovra' elaborare un caso di studio, raccontando fatti e numeri relativi al caso in esame. Dovra' arricchire i dati in suo possesso attraverso un'attivita' di ricerca circa per esempio il valore dell'operazione, le dichiarazioni dei managers, ecc. Inoltre, in funzione degli argomenti teorici affrontati durante il corso, lo studente deve evidenziare nel caso di studio le motivazioni strategiche alla base delle scelte di governance delle due aziende coinvolto nell'accordo, evidenziandone vantaggi e svantaggi.<br><br>La valutazione finale e' una valutazione complessiva che tiene conto di tutte e 3 le prove descritte nelle percentuali evidenziate precedentemente.<br>Lo studente ottiene la seguente valutazione:<br>Eccellente 30-30 e lode. Lo studente mostra un'ottima conoscenza degli argomenti studiati, ottima proprieta' di linguaggio, ottima capacita' di inquadrare argomenti reali nei contesti studiati, ottima capacita' di legare gli argomenti tra loro e sviluppare un'analisi critica, ottima capacita' di utilizzare strumenti quantitativi per prendere decisioni di business. Lo studente durante il corso ha sviluppato buona autonomia e capacita' relazionali e di leadership.<br>Molto buono 26-29. Lo studente mostra un'ottima conoscenza degli argomenti studiati, ottima proprieta' di linguaggio, buona capacita' di inquadrare argomenti reali nei contesti studiati, buona capacita' di legare gli argomenti tra loro e sviluppare un'analisi critica, buona capacita' di utilizzare strumenti quantitativi per prendere decisioni di business. Lo studente durante il corso ha sviluppato autonomia e capacita' relazionali e di leadership.<br>Buono 24-25. Lo studente mostra buona conoscenza degli argomenti studiati, buona proprieta' di linguaggio, soddisfacente capacita' di inquadrare argomenti reali nei contesti studiati, soddisfacente capacita' di legare gli argomenti tra loro e sviluppare un'analisi critica, soddisfacente capacita' di utilizzare strumenti quantitativi per prendere decisioni di business. Lo studente, durante il corso, ha migliorato la sua autonomia e le sue capacita' relazionali e di leadership.<br>Soddisfacente 21-23. Lo studente mostra soddisfacente conoscenza degli argomenti studiati e soddisfacente proprieta' di linguaggio. Lo studente non evidenzia capacita' di inquadrare argomenti reali nei contesti studiati, ne' capacita' di legare gli argomenti tra loro e sviluppare un'analisi critica, ne' capacita' di utilizzare strumenti quantitativi per prendere decisioni di business. Lo studente, durante il corso, non ha migliorato la sua autonomia e le sue capacita' relazionali e di leadership.<br>Sufficiente 18-20. Lo studente mostra sufficiente conoscenza degli argomenti studiati e sufficiente proprieta' di linguaggio. Lo studente non evidenzia capacita' di inquadrare argomenti reali nei contesti studiati, ne' capacita' di legare gli argomenti tra loro e sviluppare un'analisi critica, ne' capacita' di utilizzare strumenti quantitativi per prendere decisioni di business. Lo studente, durante il corso, non ha migliorato la sua autonomia e le sue capacita' relazionali e di leadership.<br>Insufficiente. Lo studente evidenzia di non avere le minime conoscenza degli argomenti studiati nel corso, si esprime con proprieta' di linguaggio insoddisfacente, ed evidenzia di non avere acquisito sufficiente capacita' di analisi di problemi di business. |
| **OBIETTIVI FORMATIVI** | Il corso si propone di offrire una trattazione della teoria economica dell'impresa, dei rapporti inter-organizzativi di varia natura e delle strategie di rete delle imprese combinando esigenze di rigore teorico con applicazioni pratiche ed analisi di casi reali. Inoltre il corso ha l'obiettivo di fornire le conoscenze per l'analisi delle tecnologie nel paradigma dell'Open Innovation. La prima parte del corso e' dedicata alla teoria dell'impresa: il corso studia le teorie principali della teoria dell'impresa come la Transaction Cost Economics e la Resource Based View. La seconda parte del corso studia le relazioni inter-organizzative tra le imprese: il corso studia le principali forme di governance delle relazioni tra |

| | |
|---|---|
| | imprese, come alleanze, JV, outsourcing e M&A. Infine particolare enfasi e' posta sul fenomeno dell'open innovation e del crowdsourcing: in questa terza parte del corso vengono investigate le pratiche, i modelli di collaborazione, le relazioni inter-organizzative, e le strategie dell'Open Innovation e del crowdsourcing. Agli studenti viene richiesta una partecipazione attiva attraverso la discussione di casi. |
| **ORGANIZZAZIONE DELLA DIDATTICA** | Lezioni frontali, Discussione di letture in aula, Business contest |
| **TESTI CONSIGLIATI** | •G. Perrone, Dispense del corso;<br>•Lista dei casi di studio e di ricerca |

## PROGRAMMA

| ORE | Lezioni |
|---|---|
| 1 | Introduzione al corso |
| 2 | Imprese e Mercati: la teoria dell'impresa |
| 2 | La teoria dei costi di transazione |
| 2 | La teoria dei diritti di proprieta |
| 2 | La teoria dell'agenzia |
| 2 | La teoria delle opzioni reali |
| 2 | La teoria resource based view |
| 4 | Relazioni strategiche tra imprese: Alleanze, JV, Outsourcing, M&A |
| 5 | Le relazioni strategiche nella supply chain |
| 8 | Analisi delle tecnologie, Open innovation e crowdsourcing |
| 3 | Social capital e Social network analysis |

| ORE | Esercitazioni |
|---|---|
| 1 | Imprese e Mercati: la teoria dell'impresa |
| 1 | La teoria dei costi di transazione |
| 1 | La teoria dei diritti di proprieta |
| 1 | La teoria dell'agenzia |
| 1 | La teoria delle opzioni reali |
| 1 | La teoria resource based view |
| 1 | Relazioni strategiche tra imprese: Alleanze, JV, Outsourcing, M&A |
| 2 | Le relazioni strategiche nella supply chain |
| 2 | Analisi delle tecnologie, Open Innovation e crwodsourcing |
| 1 | Social capital e Social network analysis |
| 3 | Business contest |