UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PALERMO

DIPARTIMENTO	Scienze Economiche, Aziendali e Statistiche		
ANNO ACCADEMICO OFFERTA	2023/2024		
ANNO ACCADEMICO EROGAZIONE	2023/2024		
CORSO DILAUREA MAGISTRALE	SCIENZE ECONOMICO-AZIENDALI		
INSEGNAMENTO	BUSINESS STRATEGY AND FAMILY BUSINESS C.I.		
CODICE INSEGNAMENTO	18133		
MODULI	Si		
NUMERO DI MODULI	2		
SETTORI SCIENTIFICO-DISCIPLINARI	SECS-P/07		
DOCENTE RESPONSABILE	RUISI MARCANTONIO	Professore Ordinario	Univ. di PALERMO
ALTRI DOCENTI	TOMASELLI SALVATORE	Professore Associato	Univ. di PALERMO
	RUISI MARCANTONIO	Professore Ordinario	Univ. di PALERMO
CFU	10		
PROPEDEUTICITA'			
MUTUAZIONI			
ANNO DI CORSO	1		
PERIODO DELLE LEZIONI	Annuale		
MODALITA' DI FREQUENZA	Facoltativa		
TIPO DI VALUTAZIONE	Voto in trentesimi		
ORARIO DI RICEVIMENTO DEGLI STUDENTI	**RUISI MARCANTONIO** Martedì 10:00 12:00 Ufficio 4.5 piano 4° **TOMASELLI SALVATORE** Lunedì 12:00 13:00 Stanza del docente, IV Piano, Dipertimento SEAS		

DOCENTE: Prof. MARCANTONIO RUISI

PREREQUISITI	Quelli di accesso alla laurea della classe LM77
RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI	Conoscenza e capacita' di comprensione Acquisizione dei saperi e delle capacita' per l'analisi dei contesti ambientali interni ed esterni di riferimento dell'azienda. 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. 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. 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.
VALUTAZIONE DELL'APPRENDIMENTO	Esami orali con presentazione di casi. -eccellente (30 e 30 e lode): ottima conoscenza degli argomenti, ottima proprieta' di linguaggio, buona capacita' analitica. -molto buono (26 29): buona padronanza degli argomenti, piena proprieta' di linguaggio. -buono (23-25): conoscenza di base dei principali argomenti, discreta proprieta' di linguaggio, con limitata capacita' di applicare autonomamente le conoscenze alla soluzione dei problemi proposti. -soddisfacente (20 22): non ha piena padronanza degli argomenti principali dell'insegnamento ma ne possiede le conoscenze, soddisfacente proprieta' linguaggio. -sufficiente (18 19): minima conoscenza di base degli argomenti principali dell'insegnamento insufficiente: non possiede una conoscenza accettabile dei contenuti degli argomenti trattati nell'insegnamento.
ORGANIZZAZIONE DELLA DIDATTICA	Lezioni partecipate ed interattive con utilizzo di casi studio

MODULO
BUSINESS STRATEGY

Prof. MARCANTONIO RUISI

TESTI CONSIGLIATI

Academic articles
Research papers
Teaching materials
David F. R., Strategic Management. Concepts and Cases, Prentice-Hall, 13th, Edition.
Ruisi M., Progettare Startup, Giappichelli, Torino, 2019
"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

ORE	Lezioni
2	Introduzione alla strategia aziendale e specificamente a quella competitiva
6	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. Resource Based-View e analisi VRIO
2	Analisi SWOT con impiego di matrice combinatoria per la definizione delle strategie competitive.
4	L'analisi di posizionamento competitivo sul WEB: la SEO Strategy.
4	Le alleanze strategiche per la ricerca del vantaggio competitivo
4	Studio del contenuto di specifici casi aziendali
2	La respnsabilità sociale d'impresa e la strategia competitiva
2	La pianificazione strategica dinamica
2	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	
TIPO DI ATTIVITA'	C
AMBITO	21021-Attività formative affini o integrative
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO PERSONALE	76
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLE ATTIVITA' DIDATTICHE ASSISTITE	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 svolgdere 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