

Corso di Strategie d'Impresa

* * * * *

Professor Andrea Lanza
Anno Accademico 2023-24

La struttura del corso
Il sito, l'orario delle lezioni
I testi di riferimento
Attività Integrative: Lifebility,
Casi e Testimonianze
Manageriali
Gli esami

La struttura del corso

Unità 1 - L'ambiente competitivo

Caso Iridium

Unità 2 - L'analisi di settore

Caso Apple

Unità 3 – La prospettiva delle risorse

Caso Philips

Unità 4 – Le fonti del vantaggio competitivo

Caso BlackBerry

Unità 5 – Le strategie di gruppo

Caso P&G

La struttura del corso

Unità 6 – Teoria dei Giochi-
Esercitazioni

Unità 7 - Il cambiamento strategico

Caso Aziendale

Unità 8 – Business Model

Caso Aziendale

Unità 9 – L'imprenditorialità

Caso Aziendale

Unità 10 – La diffusione delle innovazioni

Caso Aziendale

Sito, libri di testo, orario,

- Risorse sul sito: <http://www.andrealanza.it/>
- Casi direttamente scaricabili dal sito
- Testo: R.Grant «L'Analisi Strategica per le Decisioni Aziendali»
- Dispensa + Libro integrativo per il secondo modulo: «Innovazione Imprenditorialità e Dinamiche Istituzionali» A.Lanza.2011- Egea
- Orario:

Lun.	9.00-11.00	OA2
Mar.	9.00-11.00	OA3
Mer.	9.00-11.00	OA3

Esami, Ricevimento

L'esame della sessione estiva si svolgerà attraverso uno scritto fatto di 5 domande aperte, ciascuna delle quali attribuisce max. 6 punti. Il tempo a disposizione è di 40 minuti.

Le date dei prossimi appelli: 18/06; 09/07; 10/09 -- 2024

Il ricevimento sarà svolto via Teams sul Team «Ricevimento Studenti» il mercoledì alle 11.30, a partire da marzo.

Il link e le info sono disponibili sul sito www.andrealanza.it

Per informazioni e richieste inviatemi una email: andrea.lanza@unical.it

Corso di Strategie d'Impresa

* * * * *

Unità 1

Il concetto di strategia

L'ambiente competitivo

Le strategie competitive e il valore

Il Concetto di Strategia

**L'arte della guerra, la programmazione
dei movimenti delle truppe e delle navi**

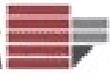
Oxford Dictionary

**Finalità e Obiettivi di lungo periodo,
realizzazione delle linee di condotta e
allocazione delle risorse**

Alfred Chandler

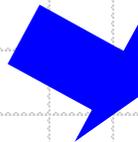
**Modello di Coordinazione di obiettivi,
politiche e linee di condotta principali**

James Brian Quinn

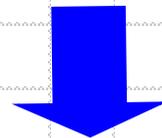


Il Concetto di Strategia

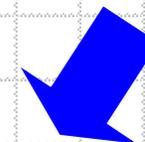
Definizione
degli
Obiettivi



Analisi
dell'ambiente
Competitivo



Valutazione
delle
Risorse



Attuazione
delle
Strategie



La definizione degli obiettivi

Gli Obiettivi devono essere:

Chiari

Coerenti

Flessibili (Opzioni Strategiche)

Proiettati nel medio periodo

Verificabili nel breve termine

La definizione degli obiettivi



<https://www.youtube.com/watch?v=qpl0UKgOnoI>

L'analisi dell'ambiente

L'ambiente competitivo deve essere esplorato con riferimento:

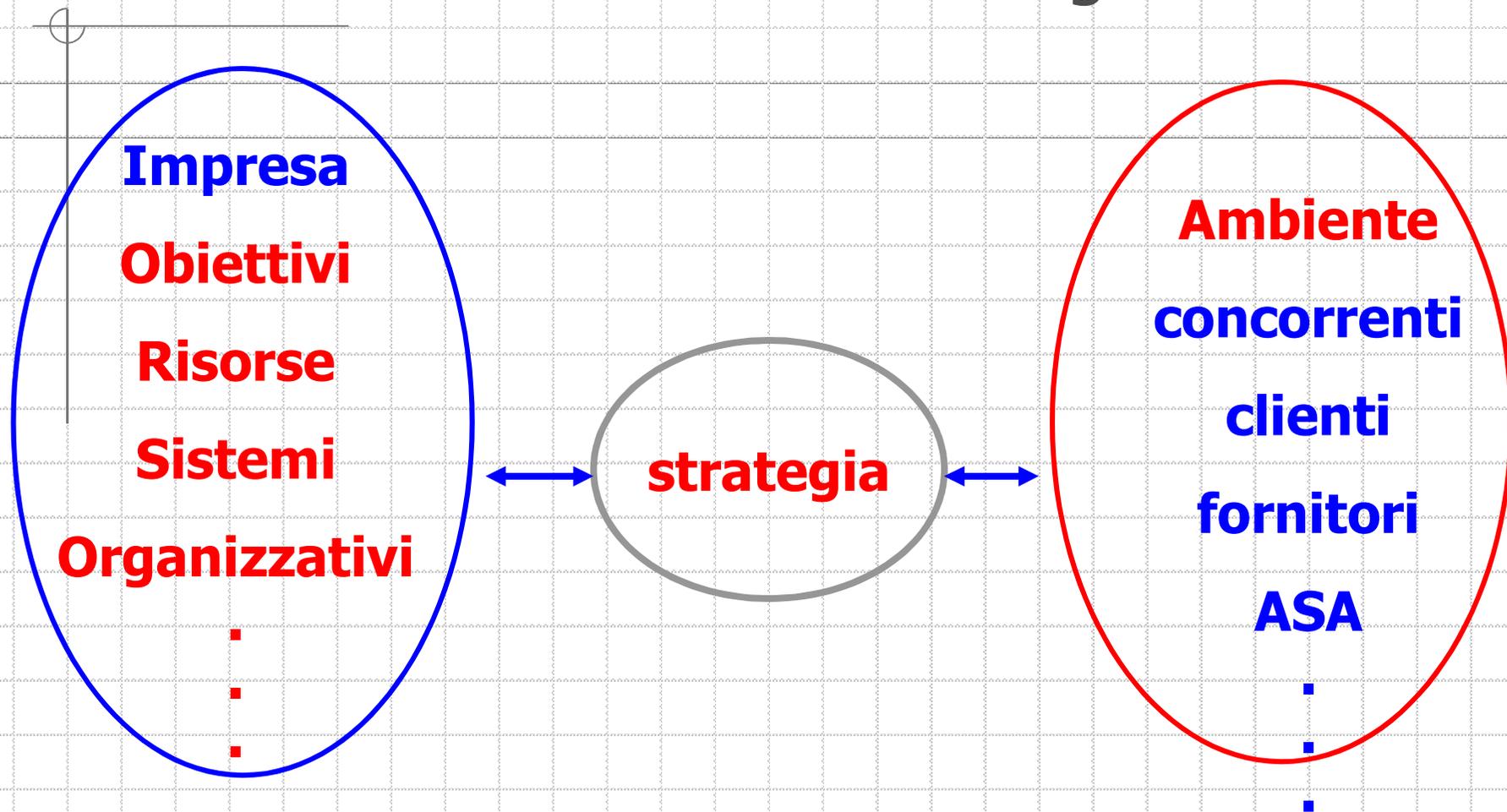
- alla concorrenza e all'evoluzione tecnologica
- al contesto istituzionale
- ai fornitori, ai clienti, ai potenziali entranti e ai prodotti sostitutivi

La dotazione di risorse

Il portafoglio di risorse può/deve comprendere le competenze :

- **tecnologiche**
- **operative**
- **di marketing**
- **relazionali**

Il modello di strategia



Il modello di strategia

La Swot Analysis: pregi e limiti

La Coerenza Strategica

Ferrero e il lancio di Gran Soleil

<https://www.youtube.com/watch?v=NteCfJLIFuE>

I livelli operativi della strategia

Le strategie di gruppo

Le strategie di business

I livelli operativi della strategia

Le strategie di gruppo

La direzione strategica deve
selezionare 'dove' competere, cioè i
settori in cui operare e definire le
strategie di gruppo
allocando adeguate risorse

I livelli operativi della strategia

Le strategie di business

L'impresa deve valutare la propria dotazione di risorse e decidere 'come' competere, cioè su quali competenze puntare per la conquista del vantaggio competitivo

Nel percorso di crescita le imprese evolvono fino a diventare gruppi composti da più imprese tra loro autonome oppure da divisioni interne alla stessa azienda.

Nel contempo le aziende possono puntare anche ad ottenere economie di raggio d'azione (scope) ossia quando:

$$c(p1+p2) < c(p1)+c(p2)$$

Con le strategie di gruppo, le aziende desiderano:

- Ridurre il rischio dovuto alla concentrazione in un solo settore (*ricordate Blockbuster?*)**
- Diffondere le proprie competenze tecnologiche e beneficiare della ricerca e sviluppo comune (3M)**
- Ottenere dei benefici derivanti dal presidio di un canale distributivo oppure dalla possibilità di fare leverage del proprio brand (P&G, GE)**
- Ottenere una crescita del valore del gruppo, specie per le aziende quotate in borsa**

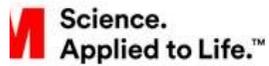
Le strategie di Gruppo e le economie di



Scope (raggio d'

Corso di

Le strategie di gruppo alla 3M



SOLUZIONI PER IL BUSINESS | SOLUZIONI PER IL CONSUMATORE | CHI SIAMO

TUTTI I PRODOTTI ▶ **3M Soluzioni per il Business** ▶

AUTOMOTIVE	PRODOTTI	Filtrazione
COMMERCIO E SERVIZI	Abrasivi	Hardware e software di protezione
COMUNICAZIONI	Accesso vascolare	Immobilizzazione e stabilizzazione funzionale
DESIGN & EDILIZIA	Architettura e costruzioni	Manutenzione e pulizia strutture
ELETTRONICA	Attrezzature e forniture per verniciatura	Manutenzione e riparazione imbarcazioni
ENERGIA	Automotive	Materiali elettrici ed elettronici
MINIERE, OIL & GAS	Chirurgia e sala operatoria	Monitoraggio dei pazienti
INDUSTRIA	Cura della cute e delle ferite	Nastri e adesivi
SALUTE	Dispositivi medici e componenti ottici	Odontoiatria
SICUREZZA	Fili e cavi	
TRASPORTI		



SOLUZIONI PER IL BUSINESS | SOLUZIONI PER IL CONSUMATORE | CHI SIAMO



La scienza è solo scienza... finché non la applichi.

Scopri come 3M migliora ogni giorno la vita delle persone. ▶



SOLUZIONI PER IL BUSINESS | SOLUZIONI PER IL CONSUMATORE | CHI SIAMO

Italia > Tutti i prodotti 3M > Consumo

Consumo

Le tue scelte

Mercati

Consumo

Trova un prodotto

Categorie

Visualizzati 1-24 di 1736 Prodotti corrispondenti



Le strategie di Gruppo e le economie di Scope (raggio d'azione)



Le strategie di gruppo alla GE

Corso di
**STRATEGIE
D'IMPRESA**

The screenshot displays the GE Industries website. At the top, there is a dark navigation bar with the text "NYSE 28.49 -0.56" and social media icons for Twitter, LinkedIn, Instagram, Facebook, Google+, YouTube, and Pinterest. Below this, a secondary navigation bar lists "Industries", "Digital", "Investor", "News", and "Careers". A search icon and a globe icon are also present. A white search bar is overlaid on the navigation bar.

The main content area features a large banner image of a factory floor with sparks flying from a welding process. The word "Industries" is written in large white text over the image. Below the title, the text reads: "We create intelligent solutions across all industries to help you manage your business productivity, efficiency, and ultimately increase your bottom line."

On the right side, a vertical navigation menu is open, listing various industry categories: "Industries", "Back", "Industries", "Aviation", "Food, Beverage & Consumer Goods", "Cities", "Healthcare", "Mining", "Oil & Gas", "Power & Energy", and "Retail".

Gli approcci alla strategia

La strategia deliberata

La strategia emergente

La strategia quale esercizio di opzioni

La strategia quale valorizzazione del
portafoglio di competenze

La strategia quale analisi dinamica
delle interdipendenze

I diversi ruoli della strategia

La strategia quale supporto alle
decisioni

La strategia quale coordinamento e
comunicazione

La strategia quale obiettivo

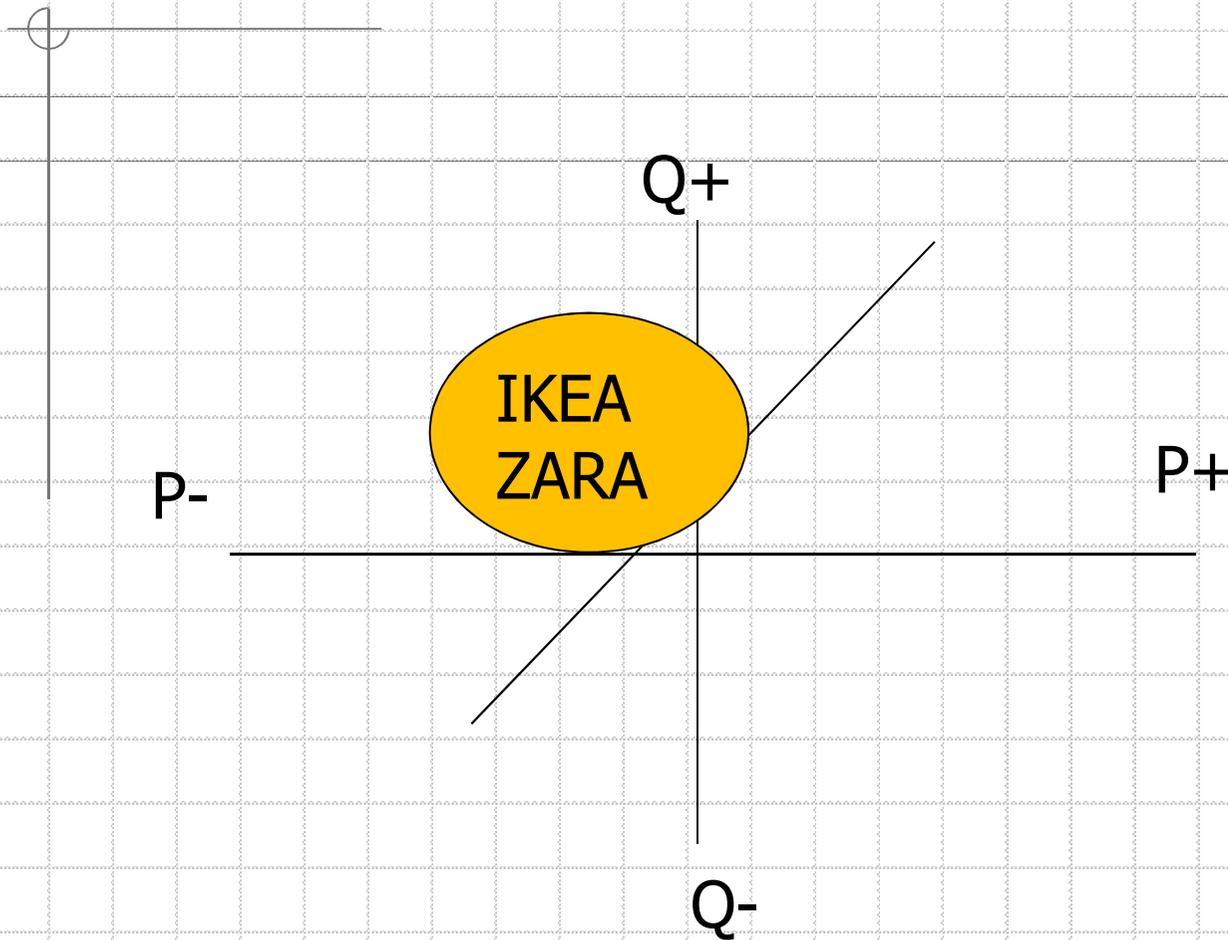
Il valore

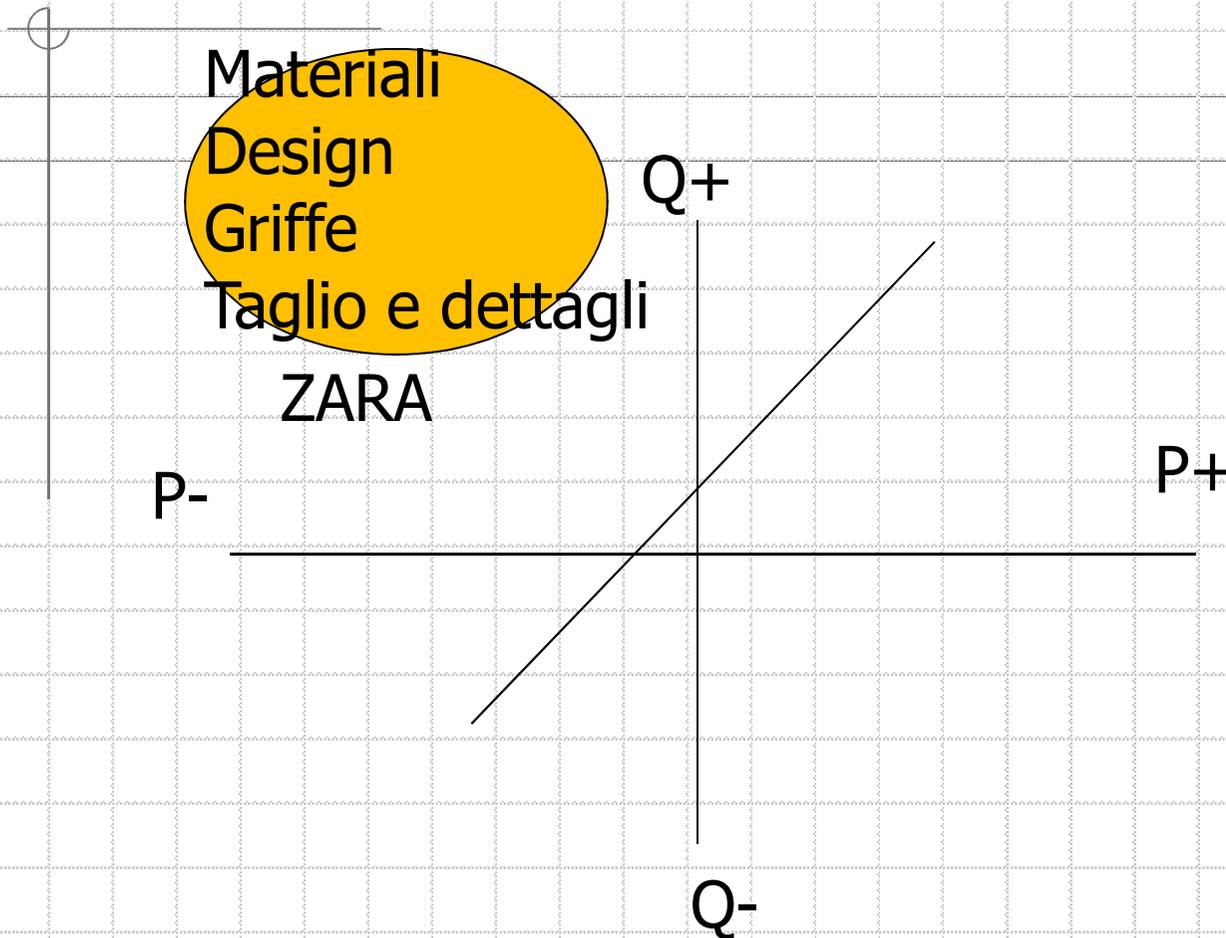
Gli obiettivi

I risultati

Il Valore

La creazione di valore e' l'obiettivo
ultimo dell'impresa e deve tenere
in considerazione tutti gli
operatori coinvolti nei processi di
produzione e scambio





Il Valore

Il valore per gli azionisti

Il valore per i portatori di interessi

Il valore per il management

Il valore per i dipendenti

Il valore sociale

Gli Obiettivi

Una semplificazione:

valore = profitto

Qual e' il concetto di profitto da prendere in considerazione?

Quale obiettivo lo rappresenta?

I Risultati

La Valutazione di una Strategia

Valutare le alternative

Stimare i flussi di cassa

Stimare gli investimenti e le risorse

Le aree critiche: stimare i flussi di
reddito

Il caso Iridium

Aspetti principali:

- Scenario
- Tecnologie e standard in competizione
- Business Model