# Corso di Strategie d'Impresa

* * * * *

Prof. Andrea Lanza
Prof.ssa Giusy Simone

## Anno Accademico 2025-26

# 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 – Teoria dei Giochi-

Esercitazioni

# La struttura del corso

Unità 6 – Business Model

Esercitazioni

Unità 7 – Management dinamico

e strategie per l'innovazione

Caso Blockbuster-Netflix

- Unità 8 – Strategia Blue Ocean

Esercitazioni

Unità 9 –Le strategie di gruppo

Caso P&G

Unità 10 – La diffusione delle innovazioni

Caso Antinori

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

# 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: 17/06; 10/07; 10/09 -- 2026

**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 inviateci una email:**

**andrea.lanza@unical.it**

**giuseppina.simone@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



# 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:

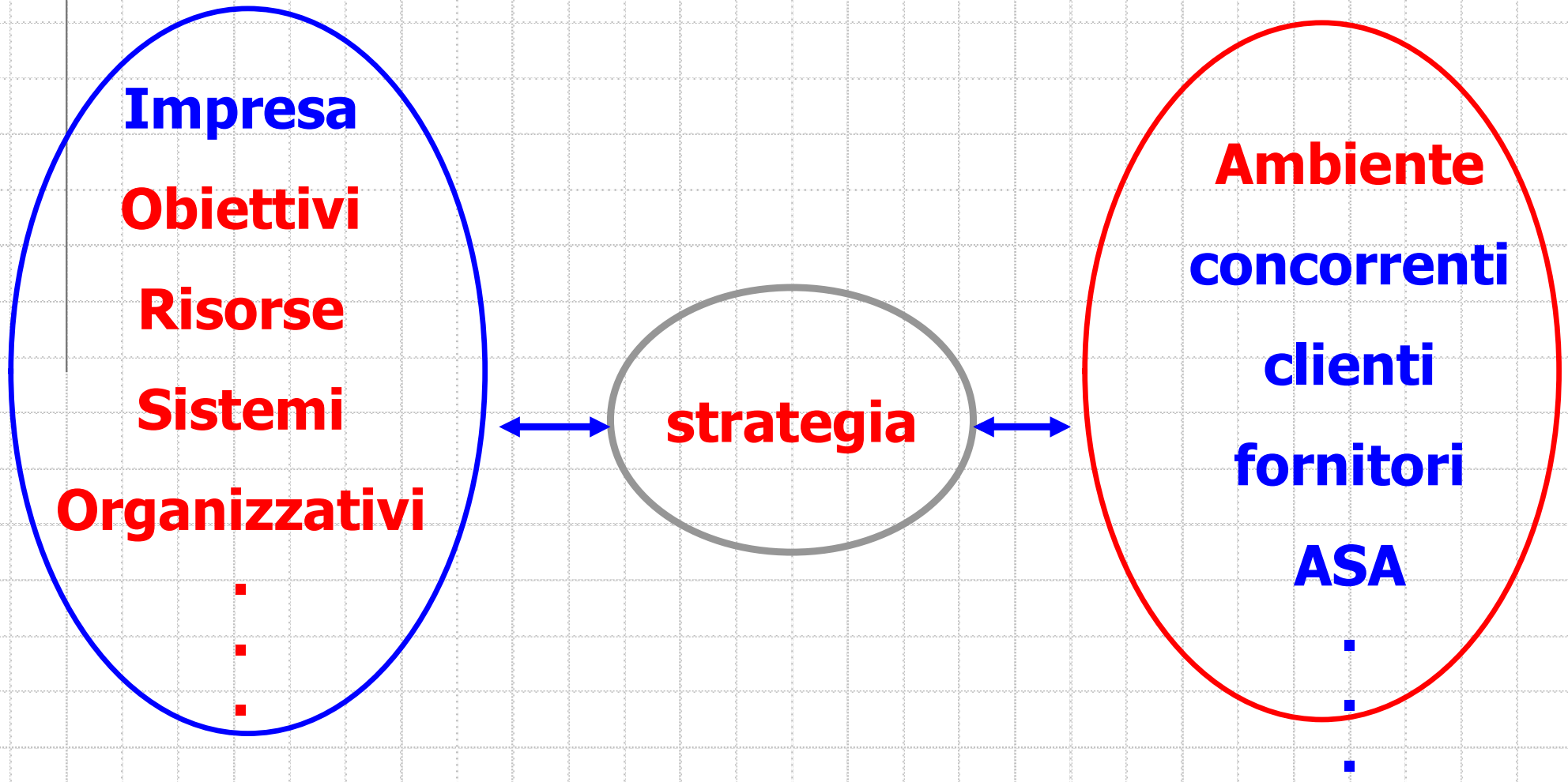
- alla concorrenza e all'evoluzione tecnologica
- al contesto istituzionale
- ai fornitori, ai clienti, ai potenziali entranti e ai prodotti sostitutivi

# 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
-Mister Day Parmalat

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

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

**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)**

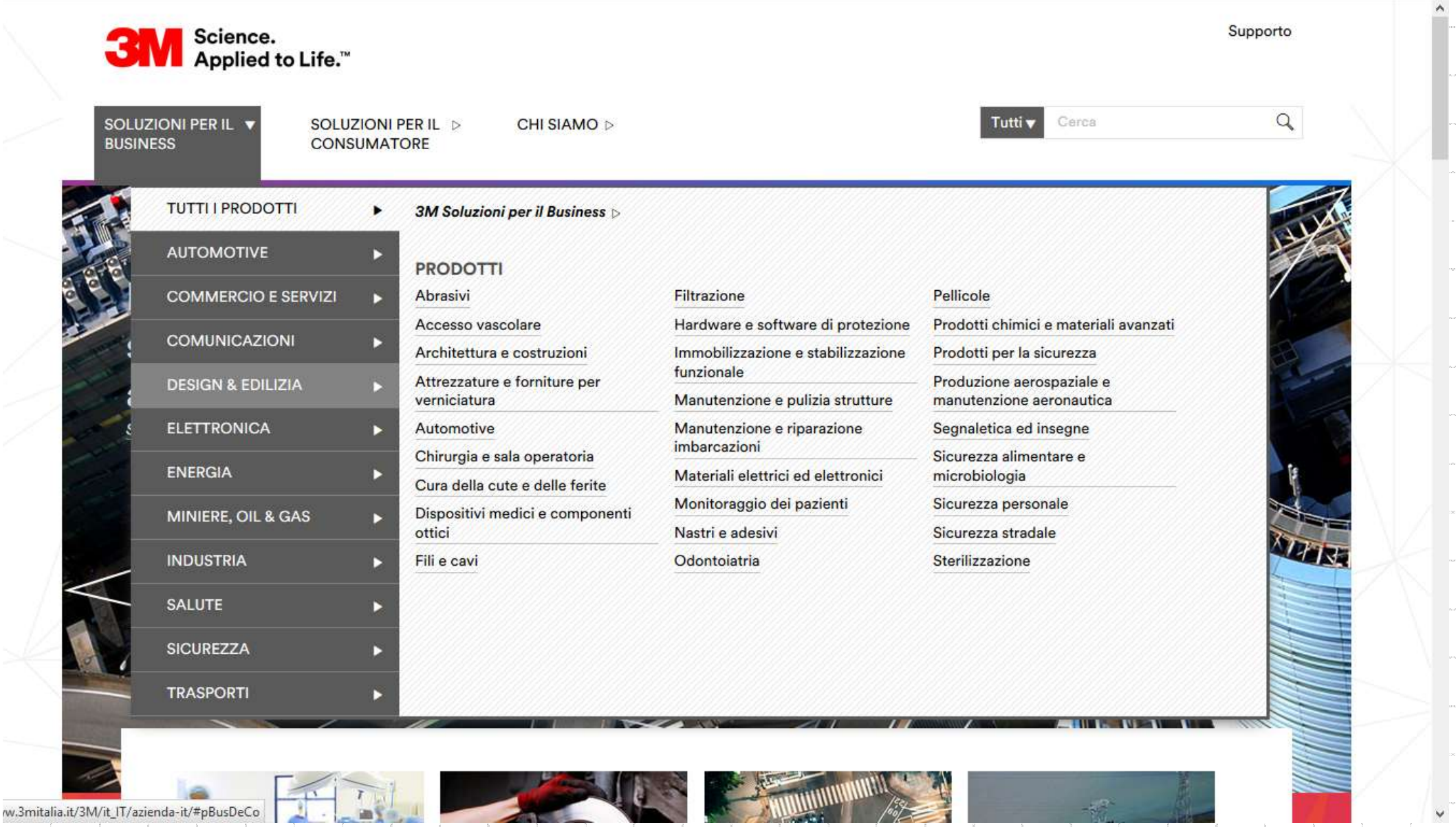
**-Ottenere una crescita del valore del gruppo, specie per le aziende quotate in borsa**

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

UNIVERSITÀ DELLA CALABRIA

Corso di
STRATEGIE
D'IMPRESA

## Le strategie di gruppo alla 3M

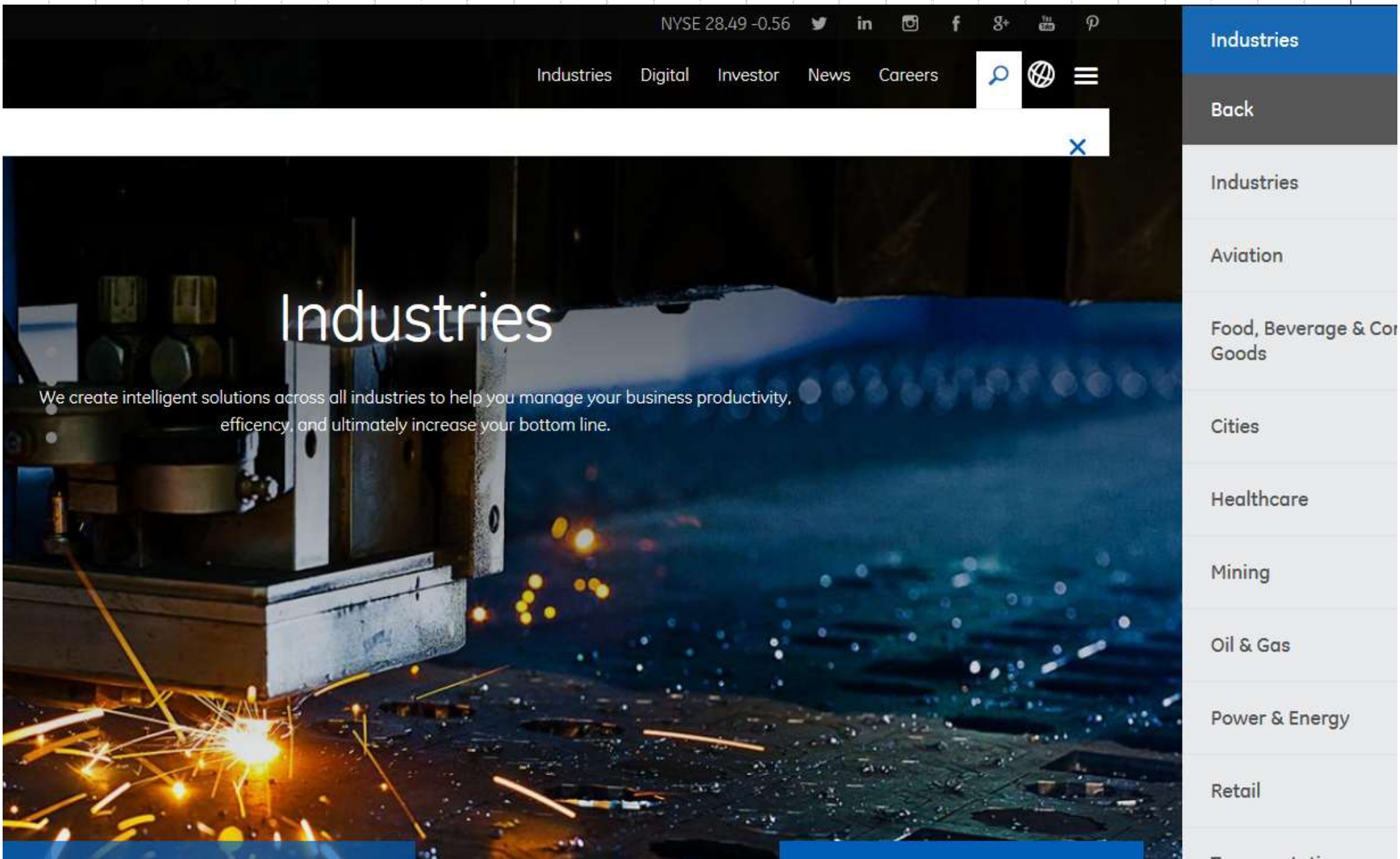


# Le strategie di Gruppo e le economie di Scope (raggio d'azione)

UNIVERSITÀ DELLA CALABRIA

Corso di
STRATEGIE
D'IMPRESA

## Le strategie di gruppo alla GE



# 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

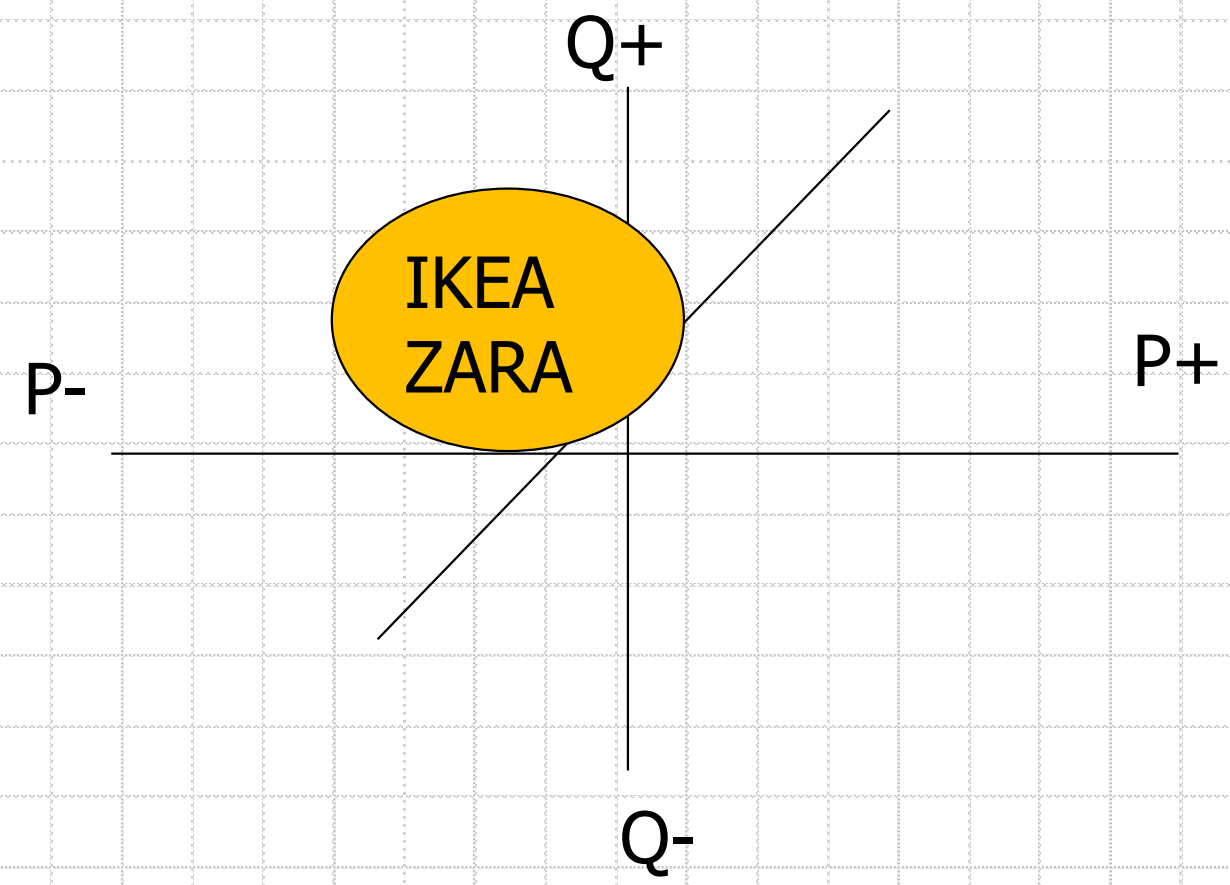
# I diversi ruoli della strategia

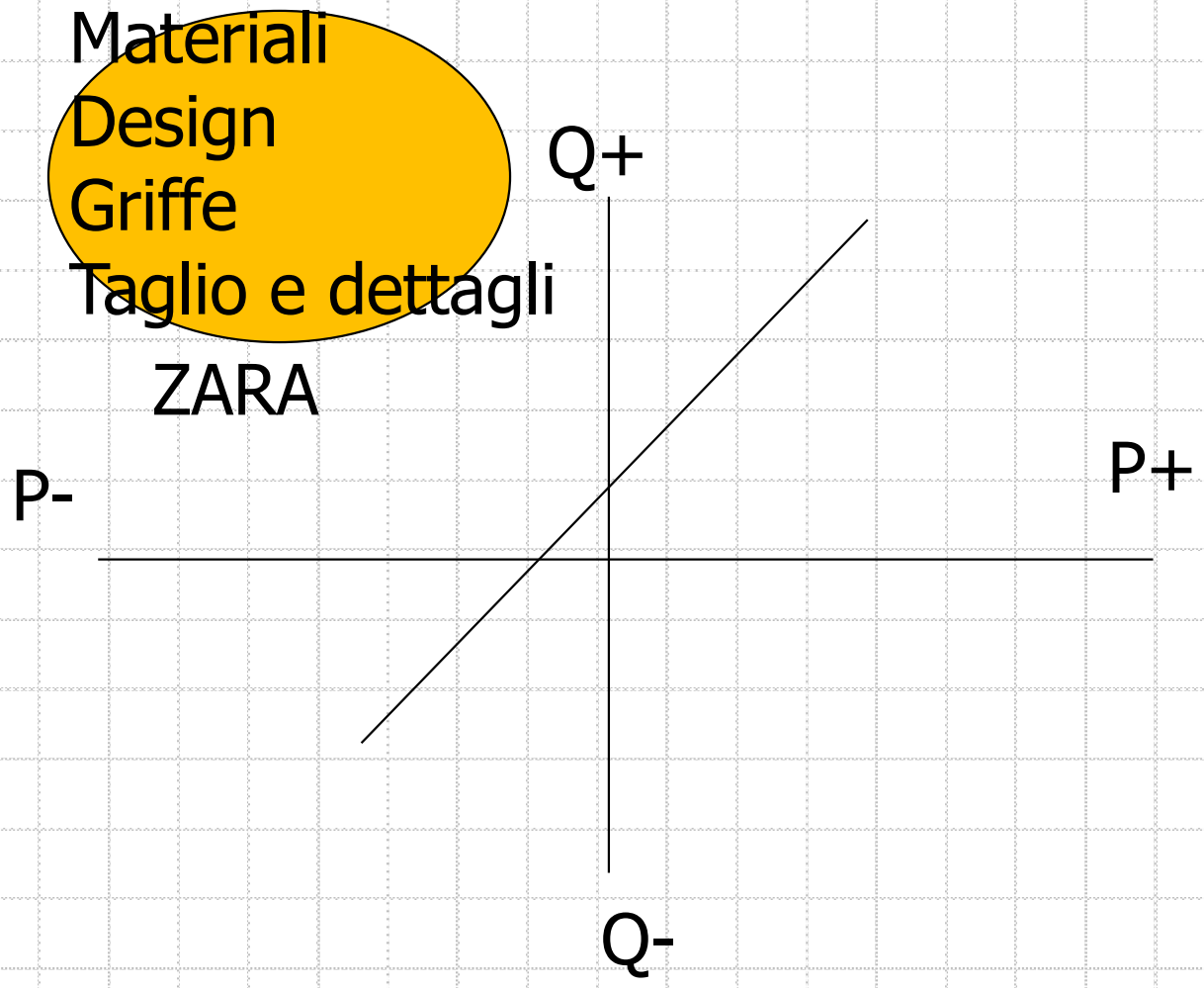
- La strategie quale supporto alle decisioni
- La strategia quale coordinamento e comunicazione
- La strategia quale obiettivo

# 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


Q+
IKEA
ZARA
P-
P+
Q-


Materiali
Design
Griffe
Taglio e dettagli
ZARA
Q+
P-
P+
Q-

# 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