



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

## COURSE SYLLABUS

### The Corporate Strategic Analysis in a Competitive Environment

2021-2-F5602M021

---

#### Obiettivi formativi

L'insegnamento di strategia aziendale offre allo studente una metodologia di approccio all'analisi strategica al fine di comprenderne l'applicazione pratica ed

analizzarne i risultati conseguiti, attraverso lo studio di casi aziendali reali

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

L'insegnamento contribuisce a sviluppare una adeguata capacità di analisi finalizzata a consentire allo studente di comprendere e valutare le strategie adottate da aziende diverse per:

- struttura economico-patrimoniale,
- risorse disponibili,
- prospettive competitive di prodotti e di mercati

Autonomia di giudizio

L'insegnamento si propone di stimolare l'autonomia di giudizio attraverso un approccio pragmatico basato sulla valutazione individuale e di gruppo di casi di applicazione di strategie aziendali sia di successo che di insuccesso

Abilità comunicative

L'insegnamento si basa sull'analisi strategica di casi aziendali che vengono presentati dai singoli studenti alla classe durante le lezioni, stimolandone così le abilità comunicative. Anche con l'uso della tecnologia di volta in volta necessaria

Capacità di apprendimento

L'acquisizione della capacità di apprendimento viene verificata attraverso l'esame delle analisi elaborate dagli studenti e attraverso l'esame finale

#### Contenuti sintetici

Il corso prende spunto dai concetti base di analisi strategica secondo il modello di Robert Grant. Sottolinea l'implementazione pratica e valuta i risultati attraverso

l'analisi di casi di studio.

Gli argomenti principali trattati sono i seguenti:

- 1) definizione e sviluppo del concetto di strategia aziendale
- 2) Analisi strategica e strumenti di attuazione
- 3) Analisi e definizione del vantaggio competitivo
- 4) Valutazione dei risultati dell'approccio strategico

## **Programma esteso**

Definizione ed evoluzione del concetto di strategia aziendale

Analisi strategica e gli strumenti di attuazione:

- Analisi di settore
- Analisi di scenario e concorrenza
- Risorse ed organizzazione
- Forza e debolezza
- Opportunità e minacce

Analisi del vantaggio competitivo:

- il vantaggio di costo
- il vantaggio di differenziazione

Misurazione dei risultati di una impostazione strategica:

- analisi metodologica
- il ritorno sul capitale investito

## **Prerequisiti**

E' importante che gli studenti abbiano una conoscenza almeno basilica dell'analisi di bilancio.

## **Metodi didattici**

Lezioni frontali

## **Modalità di verifica dell'apprendimento**

Esame orale per valutare le conoscenze acquisite.

Presentazione di gruppo di casi studio per valutare lo sviluppo di competenze di analisi e comprensione delle diverse situazioni di business.

## **Testi di riferimento**

R. M. Grant, The strategic analysis for the management decision  
M.E. Porter, The competitive advantage  
W. Chan Kim-R. Mauborgne, The Blue ocean strategy  
R. D'Aveni, Ipercompetition

## **Periodo di erogazione dell'insegnamento**

Il semestre

## **Lingua di insegnamento**

Inglese

---