

<b>In Denominazione</b>	STRATEGIA DELLE PICCOLE E MEDIE IMPRESE
<b>Moduli componenti</b>	
<b>Settore scientifico-disciplinare</b>	SECS/P07 – Economia aziendale
<b>Anno di corso e semestre di erogazione</b>	4° anno; 2° semestre
<b>Lingua di insegnamento</b>	_____
<b>Carico didattico in crediti formativi universitari</b>	8 CFU
<b>Numero di ore di attività didattica frontale</b>	48
<b>Docente</b>	Docenti: Prof. Antonello Garzoni (4 CFU, sezioni 1 e 4), Prof. Filippo Vitolla (4 CFU, sezioni 2 e 3) Responsabile insegnamento: Prof. Antonello Garzoni
<b>Risultati di apprendimento specifici</b>	<p>Il corso si propone di sviluppare le capacità di riconoscere le specificità delle imprese familiari con particolare focalizzazione sulle imprese di piccola e media dimensione, di analizzare i problemi relativi alle caratteristiche di governance, di contribuire alla gestione dei processi di trasformazione di tali aziende.</p> <p>Al termine del percorso di studio, lo studente avrà acquisito le conoscenze di base finalizzate ad analizzare, interpretare e proporre soluzioni riguardanti le principali problematiche strategiche e di governance delle imprese familiari: assetto istituzionale, processi di crescita, scelte di ricambio generazionale, patti di famiglia.</p> <p>Attraverso le nozioni teoriche acquisite lo studente sarà in grado di applicare le conoscenze acquisite alle specifiche situazioni oggetto di analisi e di formulare processi di gestione strategica orientati al cambiamento o allo sviluppo di posizionamenti innovativi e sostenibili.</p> <p>Al termine del corso lo studente sarà in grado di elaborare autonomamente giudizi relativamente alle scelte di strategia e struttura delle aziende familiari, con particolare riferimento al ruolo dei consigli di amministrazione e ai processi di ricambio generazionale</p> <p>Lo studente svilupperà abilità comunicative relative alla presentazione di modelli di analisi di aziende familiari.</p>
<b>Programma</b>	<p>Il corso è suddiviso in quattro sezioni.</p> <p>La prima sezione si focalizza sui principi base di analisi strategica: concetto di strategia, analisi di settore, analisi del vantaggio competitivo.</p> <p>La seconda sezione è dedicata ai caratteri distintivi delle imprese familiari: si approfondiscono le differenze tra i ruoli di proprietà, governo e direzione.</p>

	<p>La terza sezione entra nel vivo dei processi di gestione strategica delle PMI analizzando i contesti competitivi tipici delle imprese familiari, le scelte di focalizzazione evoluta e le modalità di crescita delle aziende familiari (crescita, internazionalizzazione, acquisizioni, apertura del capitale). Sono inoltre approfonditi i temi della cooperazione tra PMI e grandi imprese e quelli di crescita nei distretti industriali.</p> <p>La quarta sezione è dedicata alla comprensione dei processi di ricambio generazionale e alla formazione dei futuri leader: la proprietà responsabile e i suoi valori. Le scelte di governo dell'impresa e della proprietà. I processi di governo e il ruolo dei patti di famiglia.</p>
<p><b>Tipologie di attività didattiche previste e relative modalità di svolgimento</b></p>	<p>L'insegnamento sarà strutturato in lezioni di didattica frontale in base al calendario accademico. La modalità didattica, incentrata sulla discussione di casi di aziende reali, consentirà l'apprendimento di metodologie e strumenti in maniera attiva.</p>
<p><b>Metodi e criteri di valutazione dell'apprendimento</b></p>	<p>Il corso prevede metodi e criteri di valutazione dell'apprendimento diversi a seconda che lo studente decida di frequentare attivamente il corso oppure di non frequentare. Solo gli studenti frequentanti, infatti, avranno la possibilità di discutere in aula attivamente ed in modo partecipativo i casi aziendali oggetti di studio, mentre agli studenti non frequentanti è richiesta una autonoma capacità di applicare ad esempi aziendali a loro scelta i contenuti e i modelli di analisi strategica previsti nel programma.</p> <p><i>Studenti frequentanti</i> Lavoro di gruppo ed esame finale orale. Il lavoro di gruppo è dedicato all'analisi di un'azienda a proprietà familiare a scelta degli studenti, in cui applicare i concetti sviluppati nell'ambito del corso. La prova orale consiste in 4 domande aperte su tutto il programma. Nella prova orale gli studenti devono dimostrare la conoscenza e la comprensione dei principali modelli di analisi affrontati nel corso con particolare riferimento alle scelte di strategia e governo delle imprese a proprietà familiare, oltre che applicare tali concetti ai casi aziendali trattati in aula.</p> <p><i>Studenti non frequentanti</i> Esame orale La prova orale consiste in 4 domande aperte su tutto il programma. Nella prova orale gli studenti devono dimostrare la conoscenza e la comprensione dei principali modelli di analisi affrontati nel corso con particolare riferimento alle scelte di strategia e governo delle imprese a proprietà familiare. Agli studenti è richiesto, inoltre, di dimostrare, con capacità di analisi e autonomia di giudizio, di applicare i modelli di analisi e le nozioni teoriche ad esempi aziendali, in modo da padroneggiare i contenuti in maniera non solo teorica.</p>
<p><b>Criteri di misurazione dell'apprendimento e di attribuzione del voto finale</b></p>	<p>La valutazione dell'apprendimento prevede l'attribuzione di un voto finale espresso in trentesimi.</p> <p><i>Studenti frequentanti:</i></p>

	<p>Il voto è espresso in trentesimi e tiene conto della chiarezza espositiva e della proprietà di linguaggio dimostrate. Ogni domanda ha un peso equivalente ai fini della valutazione. Il lavoro di gruppo consente un punteggio aggiuntivo da 0 a 2 punti a seconda della qualità dei contenuti e dell'esposizione orale, da aggiungersi rispetto al voto dell'esame finale. La lode può essere attribuita agli studenti frequentanti che dimostrano una eccellenza nella comprensione delle nozioni teoriche e che dimostrano una piena capacità applicativa di tali nozioni a casi aziendali e situazioni aziendali specifiche e concrete.</p> <p><u>Studenti non frequentanti:</u> Il voto è espresso in trentesimi e tiene conto della chiarezza espositiva e della proprietà di linguaggio dimostrate. . Ogni domanda ha un peso equivalente ai fini della valutazione. La lode può essere attribuita agli studenti non frequentanti che dimostrano una eccellenza nella comprensione delle nozioni teoriche e che dimostrano una piena capacità applicativa di tali nozioni a casi aziendali e situazioni aziendali specifiche e concrete.</p>
<b>Propedeuticità</b>	Non sono previste propedeuticità. E' tuttavia consigliabile l'acquisizione di conoscenze preliminari di Economia Aziendale.
<b>Materiale didattico utilizzato e materiale didattico consigliato</b>	<p><i>Studenti Frequentanti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• G. CORBETTA, Le aziende familiari. Strategie per il lungo periodo, Milano, EGEA, 2010</li> <li>• Letture, Casi ed esercitazioni presenti in piattaforma elettronica.</li> </ul> <p><i>Studenti Non frequentanti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• G. INVERNIZZI, Le strategie competitive, McGraw-Hill, 2014 (cap. 1, 2, 4, 5, 6, 7, 8)</li> <li>• G. CORBETTA, Le aziende familiari. Strategie per il lungo periodo, Milano, EGEA, 2010</li> </ul>