



Corso di Laurea Magistrale in Finanza Aziendale Anno Accademico 2015/16

Finance and Strategic Management (Anno: II; Semestre: I; Numero Totale di Crediti: 6)

Docente titolare dell'insegnamento: Prof. Giovanni Battista Dagnino (PO)

Sede: Stanza 3, Piano III, Palazzo delle Scienze – C.so Italia, 55 - Catania

Telefono: 0957537622 ; email:dagnino@unict.it

Orario ricevimento: Martedì ore 16.00-16.45; Mercoledì ore 10.30-12.00

OBIETTIVI FORMATIVI

1. Conoscenza e capacità di comprensione (*knowledge and understanding*): al termine del corso lo studente avrà compreso la rilevanza delle superfici di contatto tra la finanza e la strategia d'impresa e conoscerà le logiche di base relative alla creazione di valore per le imprese. Il percorso formativo del corso è teso all'acquisizione dei principi teorici concernenti le scelte di *corporate strategy* e le decisioni finanziarie di supporto. Insieme alle nozioni teoriche si intendono instillare adeguate competenze di tipo professionale per promuovere l'opportuna applicazione dei metodi e dei modelli studiati al mondo del lavoro, di favorire ulteriori approfondimenti operativi delle tematiche trattate, nonché di stimolare talune analisi e applicazioni originali.

2. Capacità di applicare conoscenza e comprensione (*applying knowledge and understanding*): lo studente acquisirà conoscenza e capacità di comprensione anche applicativa per quanto concerne l'attuazione di scelte finanziarie dotate di valenza strategica per l'impresa. Il corso si propone infatti di sviluppare nei partecipanti l'attitudine alla gestione strategica delle imprese intesi quali sistemi dinamici e complessi e alla formulazione di decisioni mediante le quali la finanza concorre alla realizzazione della strategia. Particolare attenzione è dunque rivolta all'acquisizione operativa degli strumenti analitici e concettuali proposti in aula. Attraverso la presentazione di una serie di casi reali, si mira allo sviluppo della capacità critica dei partecipanti utile, una volta inseriti in ambito lavorativo, ad affrontare le problematiche studiate in differenti contesti, anche trasversali e interdisciplinari.

3. Autonomia di giudizio (*making judgements*): lo studente acquisirà autonomia di giudizio e capacità di collegamento tra gli argomenti teorici e i relativi piani applicativi, con particolare riferimento alle scelte strategiche latrici di valore che si collocano al di fuori della sfera di crescita dell'impresa e al contributo distintivo della strategia e della finanza alla realizzazione di tali operazioni. A tal fine viene stimolata in aula la capacità dei partecipanti di riflessione autonoma e di valutazione delle problematiche considerate.

4. Abilità comunicative (*communication skills*): lo studente acquisirà abilità comunicative e appropriatezza nell'impiego del linguaggio tecnico relativo alle principali scelte di *corporate strategy* e alle risorse e ai risultati forniti dalla finanza d'impresa. Ogni partecipante sarà posto nelle condizioni di relazionarsi e trasferire a terzi, con chiarezza espositiva e precisione, informazioni, analisi, progetti e proposte concernenti le complesse problematiche strategiche e finanziarie.

5. Capacità di apprendimento (*learning skills*): vengono forniti agli studenti opportuni suggerimenti e stimoli per una partecipazione attiva al processo formativo e per un miglioramento del metodo di studio individuale al fine di un più efficace apprendimento della disciplina. I docenti verificano, durante il corso, il recepimento delle conoscenze trasmesse, modulando il metodo e i ritmi di insegnamento in base all'effettiva composizione dell'aula. In tal modo ci si pone l'obiettivo dell'acquisizione, da parte dello studente, di una elevata capacità di apprendimento, in termini sia teorici sia applicativi, in grado di renderlo autonomo nella gestione dell'aggiornamento delle tematiche trattate e nell'inserimento nel mondo del lavoro.

PREREQUISITI RICHIESTI

La conoscenza degli elementi di base delle istituzioni di Economia e Gestione delle Imprese è ritenuta necessaria. Si raccomanda inoltre l'acquisizione di una conoscenza di base delle principali istituzioni che concernono le dinamiche economico-manageriali che concernono le imprese finanziarie.

ORGANIZZAZIONE E METODI DIDATTICI

L'insegnamento di Finanza e Strategia d'Impresa per il Corso di Laurea Magistrale in Finanza Aziendale studia, in modo approfondito, le logiche strategiche e finanziarie che stanno alla base delle scelte fondamentali che i manager in posizione apicale effettuano nelle imprese. In prima approssimazione, la strategia di un'impresa è la risultante del complesso delle scelte da essa operate che di norma trovano un vincolo nella disponibilità di risorse finanziarie. La strategia è in tal senso definita quale insieme delle



iniziative manageriali che mira a conseguire *performance* superiori rispetto alle altre imprese. Gli studenti sono chiamati a comprendere a fondo e ad articolare anche per iscritto un ragionamento consequenziale e informato sui principali aspetti che concernono tali temi.

Il corso, pur perseguendo e mantenendo l'unità di fondo, è articolato in *due moduli didattici*, ovvero in gruppi di tematiche omogenee. Nella prima parte (*primo modulo – 3 crediti*) verranno presi in considerazione gli strumenti corporate di cui il management per la creazione di valore, la natura sistemica delle scelte di corporate strategy e le relazioni fra variabili interne ed esterne all'impresa, le relazioni tra strategia, governance e finanza e la strategia economico-finanziaria. Nella seconda parte (*secondo modulo – 3 crediti*) verranno esaminate alcune tipologie specifiche di decisioni strategiche creative, fra cui le strategie oceano blu, le strategie di diversificazione, le strategie coopetitive, le strategie acquisitive e le strategie di espansione internazionale e metanazionale. In linea con gli obiettivi generali del corso di laurea, peculiare attenzione verrà attribuita alla valutazione economica della strategia.

Metodi didattici: lezioni frontali, discussioni in aula, testimonianze in aula, *case study discussions*.

Data la natura degli obiettivi sopra riportati, il "format" del Corso privilegia la discussione e l'attiva partecipazione degli studenti in aula, seguendo un approccio didattico "dialogico", che prevede l'interazione continua fra studenti e docente e fra studenti per sviluppare le capacità analitiche, di sintesi e di riflessione. Costituiscono parte integrante del programma didattico le discussioni in aula da parte degli studenti di casi aziendali e gli esercizi sperimentali che mirano ad approfondire taluni aspetti empirici legati a singole parti del programma.

Si consiglia di leggere in anticipo rispetto alla frequenza i contenuti della lezione in modo da facilitare la comprensione delle principali tematiche e la loro discussione in aula. Il dibattito in aula sarà basato principalmente sul contenuto delle letture (articoli, casi aziendali, capitoli di libri) che lo studente dovrà conoscere; la discussione in classe s'incenterà altresì, in modo complementare agli argomenti di studio, su valutazioni ed esperienze personali dello studente.

FREQUENZA LEZIONI

Martedì e Mercoledì: 14.00-16.00; di norma obbligatoria

TESTI DI RIFERIMENTO

1. Collis D.J., Montgomery C.A., Invernizzi G., Molteni M., *Corporate Level Strategy*, McGraw-Hill, Milano 2012 (limitatamente ai capitoli 1, 2, 6, 7, 8, 12 e 13) – **E' richiesto di compulsare direttamente la versione originale inglese!**

2. Dispensa di Strategia d'impresa 2015-16 (a cura del docente)

- La gestione dell'impresa multibusiness (Walker)
- La strategia economico-finanziaria
- Opzioni reali (Adner & Levinthal)
- Tecniche per la valutazione degli investimenti (Grahama & Harvey)
- Redefining global strategy (Ghemawat)
- Il vantaggio metanazionale (Doz, Santos & Williamson)
- Le strategie di acquisizione e internazionali (Hitt, Hoskisson & Ireland)
- Strategie oceano blu (Kim & Mauborgne)
- Diversificazione (Martin & Sayrak; Wan, Hoskisson, Short & Yiu)
- Coopetition strategy (Dagnino; Dagnino & Padula)
- Caso General Electric

Lettura consigliata

3. Rothaermel, F.R. (2012). *Strategic Management: Concepts*. McGraw-Hill/Irwin

Prove in itinere durante il corso

Si

PROVA D'ESAME

Eventuali prove di fine corso

- **prova scritta** (si, unica e aggiuntiva alla fine del corso)
- **prova orale** (si, di norma alternativa alla prova scritta)



La valutazione finale espressa in trentesimi verrà effettuata mediante l'applicazione dei seguenti criteri: conoscenza del tema assegnato, appropriatezza del linguaggio tecnico, pertinenza delle risposte rispetto ai quesiti formulati, capacità di raccordo fra il tema discusso ed altri temi inerenti il programma, capacità logica di argomentare il tema assegnato, capacità di contestualizzare il tema con esempi pratici desunti dalla realtà aziendale, capacità di ragionamento critico e partecipazione attiva in aula.

Modalità e tempi di accesso alle prove scritte: Gli studenti saranno valutati mediante una prova di esame orale che si svolgerà negli appelli previsti nel diario ufficiale degli esami per tale disciplina. Tuttavia, alla fine del corso sarà effettuata, per tutti gli studenti frequentanti, una prova **unica aggiuntiva** di verifica dell'apprendimento in forma **scritta** relativa all'intero programma incentrata in particolare sui contenuti sviluppati nel corso delle lezioni. La possibilità di sostenere tale prova prevede necessariamente la preventiva frequenza minima del 75% delle lezioni impartite nel corso dell'insegnamento. L'esito della prova scritta non sarà integrabile con l'esame orale. L'esito negativo della prova scritta non andrà a compromettere la possibilità di sostenere la prova d'esame in forma orale negli appelli previsti nel diario ufficiale degli esami. È altresì promossa la formazione di gruppi di lavoro tematici per l'elaborazione di tesine strutturate su specifici argomenti attinenti temi e casi d'impresa che applicano concetti e strumenti appresi dallo studio approfondito del programma dell'insegnamento come sopra riportato. Agli studenti che frequentano le lezioni dell'insegnamento sarà altresì richiesta l'elaborazione e la consegna di una serie di *progress report* tematici nel corso delle lezioni che saranno valutati dal docente. La prenotazione con almeno 3 giorni di anticipo sulle date d'esame previste è considerata sempre condizione necessaria per il suo sostenimento.

Date d'esame

<http://www.economia.unict.it/Didattica/Diario-esami>



CONSEGNA MATERIALE DIDATTICO

Per la parte integrativa, come di consueto verrà collocata su STUDIUM

PROGRAMMA DEL CORSO

Argomenti	Rif. Testo
*1. Introduzione all'insegnamento di Finance and Strategic Management (Corporate Strategy)	Syllabus e materiale didattico
*2. Strategia d'impresa, sinergie e creazione di valore	Testo 1: capp. 1, 2, 6,
*3. Natura sistemica delle decisioni della strategia d'impresa	Testo 1: capp. 1, 2, 6
*4. Pianificazione Strategica	Testo 1: capp. 6, 7, 8
*5. Pianificazione Strategica: SBAs e SBUs	Testo 2
*6 e 7. Analisi di Portafoglio: Growth-Share and Attractiveness-Strength Matrixes	Testo 2
*8 e 9. Strategia di diversificazione	Testo 2
*10 e 11. Strategie Economiche e Finanziarie	Testo 2
*12. Opzioni Reali	Testo 2
*13 e 14. Analisi delle risorse d'impresa	Testo 1: 7, 8, 12 e 13
*15. Strategie di crescita internazionale e metanazionale	Testo 2
*16. Strategie oceano blu	Testo 2
*17. Strategie di fusioni ed acquisizioni	Testo 2
*18 e 19. Coopetition Strategies	Testo 2
*20. Wrap-up ed esercitazione scritta	Materiale didattico



Esempi di domande e/o esercizi frequenti

Le domande qui riportate si intendono a titolo meramente esemplificativo (e non già tassativo) di quanto verrà richiesto in sede d'esame scritto e orale.

1. Qual è il collegamento tra la strategia aziendale e la ricerca di un vantaggio competitivo?
2. Perché la strategia di un'impresa è in parte proattiva e in parte reattiva?
3. Chi è responsabile dello svolgimento delle fasi di elaborazione ed implementazione della strategia d'impresa?
4. Il raggiungimento di obiettivi finanziari tende a essere un "indicatore ritardato" delle performance d'impresa, mentre il raggiungimento degli obiettivi strategici tende ad essere un indicatore del futuro rendimento finanziario. Vero o falso? Spiega la tua risposta.
5. Le scelte strategiche implicano un processo di valutazione ex-ante della convenienza economico finanziaria. Descrivi il processo di valutazione condotto attraverso i seguenti strumenti della finanza d'impresa: (a) DCF; (b) Tecnica delle opzioni reali. Per ciascun metodo mettere in luce i punti di forza e di debolezza concettuale.
6. Cosa si intende per mondo "semiglobalizzato"?
7. Spiegare le differenze fra strategia multinazionale e strategia globale, indicando i pro e i contro di ciascuna di essa.
8. Individuare gli elementi che un'impresa deve necessariamente considerare per realizzare alleanze strategiche con partner esteri.
9. Individuare e discutere brevemente ciascuna delle opzioni strategiche di ingresso in nuove aree di business.
10. Individuare il collegamento tra la corporate governance e le scelte di diversificazione.
11. Discutere brevemente ciascuno dei tre test proposti da Porter per comprendere se la strategia di diversificazione consente di creare valore per gli azionisti.
12. Descrivere le differenze tra le strategie "oceano rosso" e quelle "oceano blu".
13. Cosa si intende per coopetition?
14. Delineare i fattori da cui scaturiscono le strategie di coopetizione.
15. Descrivere brevemente l'evoluzione degli studi di strategic management negli ultimi 30 anni.
16. Cosa si intende per strategia? Quali sono i livelli di strategia che conosci?
17. Descrivere la relazione tra formulazione ed implementazione della strategia.
18. Cosa si intende per Resource Based View e qual è il collegamento con la strategia di diversificazione?
19. Qual è il collegamento tra GSM e BCG matrix?
20. Quali sono i limiti ed i benefici della matrice McKinsey?
21. Quali sono i pilastri di un vantaggio metanazionale?
22. Quali sono i vantaggi e gli svantaggi di una strategia di integrazione verticale?
23. Come possono le risorse influenzare la formulazione di una strategia?
24. Quali sono i livelli delle competenze?
25. Quali sono le qualità che un entrepreneur dovrebbe possedere?
26. Cosa si intende per SBU e come puoi identificarla?
27. Spiegare i benefici ed i pericoli di ogni tipologia di alleanza strategica.
28. A quale posizione strategica dovrebbe aspirare un'impresa che opera nel mercato?
29. Come può un'impresa innovativa creare e catturare valore?

*** tutti gli argomenti costituiscono parte della conoscenza minima irrinunciabile per il superamento dell'esame**
