
Pianificazione strategica e controllo di gestione

Finalità

Il corso si propone lo studio delle strategie che sono alla base dei principali successi aziendali; inoltre, per allineare le strategie competitive scelte con l'½esecuzione, illustra i processi di implementazione di un programma aziendale. Discute i sistemi di misura dei risultati, compresa la metrica granulare.

Programma

1. Obiettivo di una strategia aziendale. Visione e missione di un'azienda.
2. Segmentazione in unit  di business.
3. Porter: la strategia del prodotto; strategia di costo e differenziazione.
4. Economia di scala e catena del valore.
5. First in the market: esperienza Telettra.
6. Total customer solution: esperienza Italtel.
7. Lock-in. Controllo dell'intero sistema. I casi Microsoft ed Intel.
8. Allineare la strategia con l'esecuzione.
9. Importanza della misura del risultato. Misure medie e misure granulari.
10. Strategia corporate. Il portafoglio prodotti e/o servizi e la relativa politica.
11. Verifica dei piani. Controllo e riallineamento.

Attivit  d'esercitazione

Sar  svolta un'attivit  di esercitazione nella quale gli studenti, a gruppi di quattro o cinque, dovranno proporre un'idea di azienda, descriverne la strategia, pianificarne la implementazione, fare il business plan dei primi anni in modo da preparare un eventuale finanziamento (virtuale). La discussione in aula dell'esercitazione sar  occasione di una valutazione in itinere.

Modalit  d'esame

L'½esame prevede una prova di valutazione in itinere ed una prova orale finale. Colloquio finale.

Propedeuticit 

Economia ed organizzazione aziendale
Gestione aziendale

Testi consigliati

L'insegnante consegner  ogni volta copia dei lucidi presentati.

Sar  consegnata copia dell'articolo "The Delta Model : Adaptive Management for a Changing World" di A. C. Hax e D. Wilde pubblicato nella "Sloan Management Review" Aprile 2001.