

<b>Principali informazioni sull'insegnamento</b>	
Titolo insegnamento	<b>Management e Strategie Internazionali di Azienda</b>
Corso di studio	Economia e Strategie per i Mercati Internazionali
Crediti formativi	8
Denominazione inglese	Management and International Strategy
Obbligo di frequenza	no
Lingua di erogazione	italiano

<b>Docente responsabile</b>	Nome Cognome	Indirizzo Mail
	Mario Carrassi	<a href="mailto:mario.carrassi@uniba.it">mario.carrassi@uniba.it</a>

<b>Dettaglio credi formativi</b>	Ambito disciplinare	SSD	Crediti
	Economia Aziendale	SECS-P/07	8

<b>Modalità di erogazione</b>	
Periodo di erogazione	Il semestre
Anno di corso	2018-2019
Modalità di erogazione	Lezioni frontali

<b>Organizzazione della didattica</b>	
Ore <b>totali</b>	200
Ore di corso	56
Ore di studio individuale	144

<b>Calendario</b>	
Inizio attività didattiche	<b>Inserire da segreteria</b>
Fine attività didattiche	

Syllabus	
Prerequisiti	Conoscenze di base di Economia aziendale e di Ragioneria
Risultati di apprendimento previsti (declinare rispetto ai Descrittori di Dublino) (si raccomanda che siano coerenti con i risultati di apprendimento del CdS, riportati nei quadri A4a, A4b e A4c della SUA, compreso i risultati di apprendimento trasversali)	Il corso si propone di esaminare le ragioni che sospingono il processo di espansione all'estero delle imprese, di discernere i problemi che si presentano nei vari stadi dello sviluppo internazionale identificando le variabili più significative. A tal fine, si considereranno le varie modalità e gli strumenti attraverso cui il processo di internazionalizzazione si realizza, analizzando le condizioni di equilibrio, le strutture organizzative e le forme di gestione delle imprese interessate ad operare oltre i confini nazionali. Il corso prevede una parte di insegnamento frontale in aula e lavori individuali e di gruppo su 'casi di studio'.
Contenuti di insegnamento	<p>Modulo I</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le teorie dell'internazionalizzazione d'impresa.</li> <li>- Le strategie di internazionalizzazione.</li> <li>- Avvio e sviluppo del processo di internazionalizzazione.</li> <li>- Aspetti etici dell'internazionalizzazione.</li> </ul> <p>Modulo II</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Opportunità e rischi dei processi di internazionalizzazione.</li> <li>- Vincoli alla crescita internazionale.</li> <li>- I problemi della delocalizzazione.</li> <li>- L'accesso alle risorse.</li> <li>- La presenza diretta: vantaggi e ostacoli.</li> <li>- Le modalità di espansione internazionale.</li> <li>- Le scelte di insediamento.</li> <li>- Le risorse umane e l'organizzazione.</li> <li>- Le differenti strutture delle partnership internazionali.</li> </ul> <p>Casi di studio e seminari.</p>

Programma	
-----------	--

Testi di riferimento	DEMATTE' C-. MARAFIORI E, PERRETTI F., Strategie di internazionalizzazione, Milano, Egea, 2013. MATERIALE DIDATTICO A CURA DEL DOCENTE.
Note ai testi di riferimento	All'inizio del corso, verranno forniti ai frequentanti precisi riferimenti per l'utilizzo dei testi consigliati.
Metodi didattici	Lezioni frontali integrate da seminari e da presentazioni di gruppo e individuali su casi di studio
Metodi di valutazione (indicare almeno la tipologia scritto, orale, altro)	Prove intermedie e prova orale finale
Criteri di valutazione (per ogni risultato di apprendimento atteso su indicato, descrivere cosa ci si aspetta lo studente conosca o sia in grado di fare e a quale livello al fine di dimostrare che un risultato di apprendimento è stato raggiunto e a quale livello)	Conoscenza delle dinamiche di sviluppo internazionale delle imprese e delle strategie di internazionalizzazione Capacità di analisi dei problemi che si presentano nei vari stadi dello sviluppo internazionale.
Altro	