

Principali informazioni sull'insegnamento	
Titolo insegnamento	Management e Strategie Internazionali di Azienda
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

Docente responsabile	Nome Cognome	Indirizzo Mail
	Mario Carrassi	mario.carrassi@uniba.it

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

Modalità di erogazione	
Periodo di erogazione	Il semestre
Anno di corso	2017-2018
Modalità di erogazione	Lezioni frontali Seminari Casi di studio

Organizzazione della didattica	
Ore totali	200
Ore di corso	56
Ore di studio individuale	144

Calendario	
Inizio attività didattiche	Inserire da segreteria
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)	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

del CdS, riportati nei quadri A4a, A4b e A4c della SUA, compreso i risultati di apprendimento trasversali)	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"> - Le teorie dell'internazionalizzazione d'impresa. - Le strategie di internazionalizzazione. - Avvio e sviluppo del processo di internazionalizzazione. - Aspetti etici dell'internazionalizzazione. <p>Modulo II</p> <ul style="list-style-type: none"> - Opportunità e rischi dei processi di internazionalizzazione. - Vincoli alla crescita internazionale. - I problemi della delocalizzazione. - L'accesso alle risorse. - La presenza diretta: vantaggi e ostacoli. - Le modalità di espansione internazionale. - Le scelte di insediamento. - Le risorse umane e l'organizzazione. - Le differenti strutture delle partnership internazionali. <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 di approfondimento su temi specifici affrontati durante il corso.
Note ai testi di riferimento	
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	Conoscenza delle dinamiche di sviluppo

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)	internazionale delle imprese e delle strategie di internazionalizzazione Capacità di analisi dei problemi che si presentano nei vari stadi dello sviluppo internazionale.
Altro	