

	UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI BARI ANNO ACCADEMICO 2016-17 DIPARTIMENTO JONICO IN SISTEMI GIURIDICI ED ECONOMICI DEL MEDITERRANEO: SOCIETA' AMBIENTE E CULTURE
	INSEGNAMENTO
DENOMINAZIONE	Strategie d'impresa e management internazionale
TIPOLOGIA	Caratterizzante
CORSO DI LAUREA	SIM – Strategia d'Impresa e Management
ANNO DI CORSO	I anno
CREDITI FORMATIVI UNIVERSITARI (CFU/ECTS)	8 CFU / ECTS
PERIODO DI SVOLGIMENTO	I semestre
NUMERO ORE	64 ore
SSD	SECS-P/07
	DOCENTE
COGNOME E NOME	Lippolis Stella
E-MAIL	stella.lippolis@uniba.it ; stellalippolis@hotmail.com
TELEFONO	-
PAGINA WEB	http://www.uniba.it/docenti/lippolis-stella
RICEVIMENTO	Martedì 09:30 – 11:30
	CONTENUTI DEL CORSO
OBIETTIVI SPECIFICI DEL CORSO	Il corso si propone un obiettivo di duplice natura: in primo luogo, introdurre la problematica strategica delle aziende, sia con riferimento alla singola area strategica di attività, sia con riferimento all'azienda nel suo complesso, con l'intento di sviluppare le capacità di analisi, le diagnosi e le soluzioni dei problemi di strategia di aziende industriali e di servizi. In secondo luogo, considerato che l'internazionalizzazione, come altri comportamenti strategici, rappresenta il risultato dell'interazione tra variabili aziendali e variabili ambientali, il corso si propone di esaminare le varie modalità e gli strumenti attraverso cui il processo di internazionalizzazione si realizza, tramite l'analisi delle condizioni di equilibrio, delle strutture organizzative e delle forme di gestione delle imprese interessate ad operare oltre i confini nazionali.
PROGRAMMA DEL CORSO	Il primo modulo introduce il concetto di strategia, si sofferma sulla metodologia di individuazione delle aree strategiche d'affari (ASA) e sull'analisi economica dell'ASA. Il secondo modulo analizza gli strumenti necessari all'analisi di settore e le scelte di posizionamento competitivo (di costo, di differenziazione), concentrando l'attenzione sulle risorse e sulle competenze e sulle condizioni per la sostenibilità di una strategia aziendale. Il terzo modulo si sofferma sulle strategie di internazionalizzazione, con particolare riferimento all'internazionalizzazione della produzione e all'internazionalizzazione delle attività di ricerca e sviluppo. In tale modulo si analizzano, in particolare, le problematiche di espansione internazionale relative alle piccole e medie imprese.
TESTI DI RIFERIMENTO CONSIGLIATI	- Invernizzi G., Le strategie competitive, Mc-Graw- Hill, 2014. Materiale didattico e casi a cura del docente. Lecture consigliate: <u>Parolini C., Business planning – Dall'idea al progetto imprenditoriale, Pearson, Seconda edizione, 2015.</u>

ORGANIZZAZIONE DEL CORSO	Lezioni frontali, esercitazioni e analisi in aula di casi concreti.
CAMBI DI CORSO	-
PROPEDEUTICITA'	-
MODALITA' DI VERIFICA	Prova orale. Prove parziali per i frequentanti.
STUDENTI ERASMUS	-
ASSEGNAZIONE TESI	Si, a partire da ottobre 2017
<p>Risultati di apprendimento attesi secondo i descrittori di Dublino</p> <p>(Conoscenza e capacità di comprensione, conoscenza e capacità di comprensione applicate, autonomia di giudizio, abilità comunicative, capacità di apprendere)</p>	<p>1. Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding). Il corso di Strategia d'impresa e management internazionale mira a fornire allo studente le metodologie e gli strumenti strategici e operativi, riferiti sia alla singola ASA che all'azienda nel suo complesso, con l'intento di far sviluppare conoscenze e capacità circa l'analisi di ambienti competitivi, analisi di settore, nonché comprendere il ruolo delle diverse funzioni aziendali. In secondo luogo, il corso si concentra sulle strategie di internazionalizzazione e, in particolare, si sofferma sulle problematiche relative all'espansione internazionale delle PMI.</p> <p>2. Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding). Completato il ciclo di lezioni, lo studente avrà sviluppato competenze e capacità di analisi e sarà in grado di utilizzare strumenti e tecniche di supporto alla formulazione di decisioni attraverso cui ottenere un vantaggio competitivo sostenibile nei vari contesti. Saprà, inoltre, analizzare e valutare le strategie adottate da diverse tipologie d'impresa, grazie all'utilizzo del metodo didattico dell'analisi interattiva di casi aziendali in aula e di project work.</p> <p>3. Autonomia di giudizio (making judgements). Lo studente sarà in grado di giudicare quali schemi, metodologie, modelli e strumenti possono essere definiti appropriati nell'analisi della strategia di un'impresa. Inoltre, sarà in grado di valutare le varie strategie di espansione più opportune al fine di permettere ad un'impresa di competere nei mercati internazionali.</p> <p>4. Abilità comunicative (communication skills). Lo studente avrà acquisito elevate capacità di comunicazione, team-working e interazione, soprattutto grazie alla partecipazione attiva al corso, nonché al coinvolgimento diretto nella discussione dei casi aziendali.</p> <p>5. Capacità di apprendimento (learning skills). Il corso, infine, mira a far acquisire allo studente un'adeguata capacità di analisi critica dei casi aziendali. In particolare, il corso mira a far acquisire capacità di approfondire ulteriormente le tematiche svolte in aula attraverso la consultazione di pubblicazioni scientifiche, riviste di settore, siti aziendali, nonché attraverso la concreta esperienza del tirocinio. L'acquisizione della capacità di apprendimento viene verificata attraverso la valutazione delle analisi elaborate dagli studenti e attraverso l'esame finale.</p>