

	INSEGNAMENTO
DENOMINAZIONE	STRATEGIE D'IMPRESA E MANAGEMENT INTERNAZIONALE
TIPOLOGIA	FONDAMENTALE
CORSO DI LAUREA E ANNO DI CORSO	Corso di laurea magistrale in Strategia d'impresa e Management – II anno
CREDITI	8 cfu
PERIODO DI SVOLGIMENTO	II semestre
ORARIO LEZIONI	
AULA LEZIONI	
	DOCENTE
NOME	Stella Lippolis
E-MAIL	stella.lippolis@uniba.it ; stellalippolis@hotmail.com
TELEFONO	
PAGINA WEB	
RICEVIMENTO	Martedì 9.00-11.00
DIPARTIMENTO	Dipartimento Ionico in “Sistemi giuridici ed economici del Mediterraneo: società, ambiente, culture.”
	CORSO
PROGRAMMA DEL CORSO	UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI BARI ANNO ACCADEMICO 2015-16 DIPARTIMENTO IONICO IN SISTEMI GIURIDICI ED ECONOMICI DEL MEDITERRANEO: SOCIETA' AMBIENTE E CULTURE 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 consigliati: Invernizzi G., <i>Strategia aziendale e vantaggio competitivo</i>, Mc-Graw-Hill, 2008; Demattè C., Perretti F., Marafioti E., <i>Strategie di internazionalizzazione</i>, Egea 2008. E-MAIL DEL DOCENTE:stella.lippolis@uniba.it
TESTI CONSIGLIATI	Invernizzi G., <i>Strategia aziendale e vantaggio competitivo</i>, Mc-Graw-Hill, 2008; Demattè C., Perretti F., Marafioti E., <i>Strategie di internazionalizzazione</i>, Egea 2008.
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. Il corso si basa sulla discussione di casi di aziende reali e su lavori di gruppo, consentendo l'apprendimento di metodologie e strumenti in maniera attiva.
CAMBI DI CORSO	
PROPEDEUTICITA'	
MODALITA' DI VERIFICA	Esame orale.
STUDENTI ERASMUS	
ASSEGNAZIONE TESI	