

Nome docente	Giuseppe, Pio MACARIO
Corso di laurea	Economia e Management
Anno accademico	2015-2016
Periodo di svolgimento	II semestre
Crediti formativi universitari (CFU)	8
Settore scientifico disciplinare	SECS-P/07

Programma di Management Internazionale (a.a. 2015-2016)
(Prof. MACARIO Giuseppe, Pio)

Università degli Studi di Bari Aldo Moro
Corso di Laurea Magistrale in Economia e Management

Obiettivi del corso

L'insegnamento è rivolto allo studio del sistema di management aziendale orientato allo sviluppo imprenditoriale in ambito internazionale, in considerazione anche del particolare e attuale contesto competitivo mondiale.

Il corso si propone, quindi, di approfondire le variabili e le dinamiche gestionali di internazionalizzazione delle imprese, sviluppando le principali fasi del rispettivo processo di espansione all'estero, a partire dalle definizione ed implementazione delle relative strategie, in termini commerciali e di marketing, logistico-produttivi (operations), nonché organizzativi ed economico-finanziari, in correlazione con la gestione e monitoraggio del più ampio e sistemico equilibrio aziendale.

Programma

- L'internazionalizzazione delle imprese: profili teorici.
- Il focus sulle tipologie di imprese e sui prodotti oggetto di internazionalizzazione.
- Le strategie di internazionalizzazione e le scelte a livello *corporate*, di *business unit* o di *brand*.
- Le strategie di *networking-centric* e *network orchestration* a livello internazionale.
- Avvio e sviluppo del processo di internazionalizzazione.
- L'analisi delle forze competitive a livello internazionale.
- Opportunità e rischi dei processi di internazionalizzazione.
- L'etica manageriale nell'internazionalizzazione.
- L'attrattività e dei paesi e la relativa valutazione.
- La scelta dei mercati esteri in termini territoriali e l'accettabilità dei paesi.
- L'analisi dell'attrattività settoriale.
- L'analisi dell'attrattività per l'impresa.
- L'esportazione diretta e indiretta
- La delocalizzazione produttiva e commerciale: vantaggi e ostacoli.
- L'organizzazione: *assessment* aziendale e formazione e crescita delle risorse umane.
- Le risorse finanziarie e l'equilibrio economico-finanziario.
- Il controllo strategico a supporto del processo di internazionalizzazione.
- Il ruolo della pianificazione strategica nell'internazionalizzazione.
- Gli accordi internazionali di collaborazione e partnership.

- Gli accordi in ambito commerciale-marketing.
- Gli accordi in ambito logistico-produttivo (*operations*).
- I profili economico-finanziari nelle transazioni internazionali di gruppo e il *transfer pricing*.

Bibliografia

Testi di Riferimento

DEMATTÈ C., PERRETTI F., MARAFIOTI E., Strategie di Internazionalizzazione, Egea, Milano, 2013.

GALDINI D., L'internazionalizzazione d'impresa. Processi, metodi e strategia., Giappichelli, Torino, 2009.

MAGRETTA J., STONE N., Management scientifico, Egea, Milano, 2004.

BERENSCHOT, Modelli di Management. Idee e strumenti., Pearson (Prentice Hall-Financial Times), Milano, 2009.

Dispense, materiale didattico e raccolta di casi a cura del Docente.

Lecture Consigliate

ESPOSITO G.F., Elogio della diversità. Made in Italy, HOEPLI, Milano, 2006 (*in particolare, i Capitoli 3,4,5 e l'Appendice A*).

PEPE C., ZUCHELLA A. (a cura di), L'internazionalizzazione delle imprese italiane, Il Mulino (Collana AIDEA), Bologna, 2009.

ZUCHELLA A., MACCARINI M.E., I nuovi percorsi di internazionalizzazione, Giuffrè Editore, Milano, 1999.

OCSE, Linee Guida dell'OCSE sui prezzi di trasferimento per le imprese multinazionali e le amministrazioni fiscali, Luglio 2010.

TUIR, art. 110, commi 7 e 2, e art. 9, comma 3.

Modalità di accertamento conoscenze

- Esoneri: No
- Prova Scritta: No
- Colloquio Orale: Si

Forme di assistenza allo studio

- Corso presente nella zona in e-learning del Sito Web di Facoltà: No

Organizzazione della didattica

- Cicli interni di lezione: Si
- Corsi integrativi: No
- Esercitazioni: Si
- Seminari: Si
- Attività di laboratorio: No
- Project work: No
- Visite di studio: Si