UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Market - Driven Management

1920-1-E1801M035

Obiettivi formativi

Il corso di propone di introdurre gli studenti alle strategie, all'organizzazione complessiva e alla gestione dei principali processi dell'impresa.

Contenuti sintetici

Il corso affronta diverse tematiche riguardanti il management dell'impresa: l'analisi dell'ambiente competitivo, le risorse e competenze dell'impresa, il modello di business, strategie competitive, il marketing e la gestione delle attività produttive.

Programma esteso

Il sistema impresa e l'ambiente competitivo

Le risorse e le competenze distintive nel sistema impresa

Il business model

La pianificazione strategica

Il rafforzamento del vantaggio competitivo: azioni strategiche, timing e ampiezza delle operazioni

Le strategie competitive nei mercati internazionali

Progettazione organizzativa e gestione del capitale umano

Il marketing

Produzione e gestione delle scorte

Prerequisiti

Metodi didattici

Lezioni frontali

Modalità di verifica dell'apprendimento

Esame orale.

Alla fine del corso gli studenti possono sostenere un esame scritto

Testi di riferimento

Raccolta di letture. Market-Driven Management. Create McGraw-Hill Education

Helfat, C.E. ande Peteraf, M.A., 2015. Managerial cognitive capabilities and the microfoundations of dynamic capabilities. Strategic Management Journal, 36(6), pp.831-850.

Greenstein, S. (2017). The reference wars: Encyclopædia Britannica's decline and Encarta's emergence. Strategic Management Journal, 38: 995-1017.

Zott, C. and Amit, R. 2010. Business Model Design: An Activity Based Perspective, Long Range Planning. 43(2-3): 216-226.

Minbaeva,D., Pedersen,T., Björkman,I., Fey C.F. and Park H.J. (2014) MNC knowledge transfer, subsidiary absorptive capacity and HRM. Journal of International Business Studies, 45 (1): 38-51.

Torrisi, S. e Graziano, H. Eserciziario di Economia e gestione delle Imprese.