



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Competitive Strategy

2021-1-F7702M070-F7702M104M

Area di apprendimento

Obiettivi formativi

Strategic Management fornisce agli studenti gli strumenti necessari per comprendere il comportamento delle imprese e l'interazione strategica in diversi tipi di mercato. L'insegnamento studia le strategie e l'imprenditorialità con particolare attenzione ai mercati globali ed è composto da 2 moduli

- 1) Competitive Strategy
- 2) Innovation Management and Entrepreneurship

Competitive Strategy

Alla fine del primo modulo gli studenti acquisiranno concetti chiave e strumenti analitici necessari per identificare e valutare le scelte strategiche delle imprese che operano in mercati globali.

Contenuti sintetici

Il programma del primo modulo fornisce un inquadramento generale delle strategie di mercato delle imprese, fornendo agli studenti anche strumenti analitici per l'analisi delle strategie competitive, delle strategie corporate e dei processi di internazionalizzazione.

Programma esteso

Modulo I - Competitive Strategy

1. _____
 2. Modello di business e strategia
 3. Comportamento strategico e analisi della concorrenza
 4. Analisi di mercato e competenze dell'impresa
 5. Strategie imprenditoriali e dinamica competitiva
 6. Strategie di integrazione verticale e orizzontale
 7. Globalizzazione e commercio internazionale
 8. Internazionalizzazione dell'impresa: export, investimenti diretti all'estero e alleanze
7. Internazionalizzazione dell'impresa: export, investimenti diretti all'estero e alleanze

Prerequisiti

nessuno

Metodi didattici

Lezioni frontali, lavori di gruppo e analisi di casi aziendali

Modalità di verifica dell'apprendimento

Partecipazione in aula, preparazione di casi studio, esame scritto finale

Testi di riferimento

Raccolta di letture a cura del docente

Torrisi, S. (2019). Strategic Management. Selection of Readings. _____ McGraw-Hill Education Create, capitoli 1-7.

Besanko D., Dranove D. 2017., Shanley M. Economics of Strategy, Wiley, Hoboken, NJ, chapters 5, 6.

M. E. Porter. 1996. What is Strategy. Harvard Business Review. November-December, 61-78.

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