



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

International Business

2021-2-F7702M063

Obiettivi formativi

Saper sviluppare un'analisi dettagliata di una specifica impresa multinazionale e del suo contesto, identificando i punti di debolezza e le opzioni strategiche, con un approccio critico, e le implicazioni sociali ed etiche delle strategie globali su diversi stakeholders.

(Si rimanda ai singoli syllabus dei due moduli per informazioni più dettagliate e specifiche)

Contenuti sintetici

Il corso è strutturato in due moduli erogati in sequenza:

- 1) Global Marketing (6 CFU): Prof. P. Matthyssens (4 cfu) – Prof. E. Arrigo (2 cfu)
- 2) Global Strategy (6 CFU): Prof. S. Albers (3 cfu) – Prof. F. Capo (3 cfu)

Il primo modulo (Global Marketing) intende fornire agli studenti gli strumenti analitici per comprendere le strategie di marketing sviluppate dalle imprese in un contesto globale.

Il secondo modulo (Global Strategy) ha l'obiettivo di far comprendere agli studenti come le imprese acquisiscano e sostengano vantaggio competitivo in un contesto globale.

Programma esteso

Modulo I - Global Marketing

Parte I: La decisione di internazionalizzazione e la selezione dei mercati internazionali

.....

Parte III: Alcuni aspetti relativi all'ingresso e all'espansione internazionale

Parte IV: Progettazione del programma di marketing globale

.....

Parte I: L'ambiente internazionale

Parte II: Internazionalizzazione delle Imprese

Parte III: Gestione della MNE

Parte IV: Strategie Inter-organizzative delle MNE

Prerequisiti

Metodi didattici

.....

Durante l'emergenza Covid-19, le lezioni si svolgeranno da remoto asincrono con eventi in videoconferenza sincrona.

(Si rimanda ai singoli syllabus dei due moduli per informazioni più dettagliate e specifiche)

Modalità di verifica dell'apprendimento

.....

Si rimanda ai singoli syllabus dei due moduli per informazioni più dettagliate e specifiche

Trattandosi di insegnamento (International Business, 12 cfu), la prova d'esame in ogni appello di esame includerà sia la prova di Global Marketing (6 cfu) che quella di Global Strategy (6 cfu). Il mancato superamento dell'accertamento di uno dei due moduli comporterà un esito negativo della prova d'esame.

Testi di riferimento

Periodo di erogazione dell'insegnamento

I semestre

Lingua di insegnamento

Inglese
