UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Market-driven Management - 1

2122-1-E1801M035-T1

Area di apprendimento

Obiettivi formativi

Il corso di propone di comprendere l'orientamento market-driven e 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 market-driven management: l'analisi dell'ambiente competitivo, le risorse e competenze dell'impresa, il modello di business, strategie competitive e la gestione delle attività produttive.

Programma esteso

Comprendere l'orientamento market-driven

La cultura market-driven

Il sistema impresa e l'ambiente competitivo

Le risorse e le competenze distintive nel sistema impresa

Il business model

La pianificazione e l’esecuzione della strategia

Le strategie competitive

Progettazione organizzativa e gestione del capitale umano

Produzione e gestione delle scorte

Prerequisiti

Metodi didattici

Lezioni frontali

(Le lezioni si svolgeranno in presenza se l'andamento dell'emergenza sanitaria COVID19 lo renderà possibile).

Modalità di verifica dell'apprendimento

A fine corso è possibile sostenere un esame scritto sul materiale spiegato a lezione.

Negli appelli ufficiali l’esame sarà svolto in forma orale sui Testi di Riferimento indicati alla pagina del corso.

Gli esami saranno svolti in presenza compatibilmente con l'andamento dell'emergenza Covid-19.

Testi di riferimento

- Michael A. Hitt, R. Duane Ireland, Robert E. Hoskisson, (2017). Strategic Management: Competitiveness & Globalization, Concepts, 12e, Cengage Learning.

- Franco Fontana, Matteo Caroli (2017). Economia e gestione delle imprese 5/ed, McGraw-Hill.