UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

COURSE SYLLABUS

Management - 2

2122-2-E3301M196-T2

Obiettivi formativi

IL CORSO FORNISCE UNA VISIONE DI INSIEME DELL'IMPRESA NELLA COMPLESSITA' DEL CONTESTO ECONOMICO GLOBALE ODIERNO, TRASFERENDO ALLO STUDENTE LE CONOSCENZE DI BASE SUL FUNZIONAMENTO DELLE ORGANIZZAZIONI IMPRENDITORIALI ED APPROFONDENDO LE PROBLEMATICHE SPECIFICHE SUL FUNZIONAMENTO DI ALCUNE AREE GESTIONALI.
IL PROGRAMMA DI STUDIO CONSENTIRÀ ALLO STUDENTE DI CONOSCERE LE PRINCIPALI TEORIE SUL FUNZIONAMENTO DELL'IMPRESA ED APPLICARE LE PRINCIPALI TECNICHE CHE PRESIEDONO ALLA COMPRENSIONE DELLE PROBLEMATICHE TIPICHE DELLA FUNZIONE DI PIANIFICAZIONE/PROGRAMMAZIONE, DI MARKETING, ORGANIZZATIVA E FINANZIARIA.

Contenuti sintetici

IL CORSO RISULTA ARTICOLATO NELL'ANALISI DEI SEGUENTI MACRO-ARGOMENTI: L'IMPRESA (INQUADRAMENTO CONCETTUALE); ANALISI DEL CONTESTO AMBIENTALE; DEFINIZIONE E MODALITÀ DI ELABORAZIONE DELLE OPZIONI STRATEGICHE; IL PROCESSO DI GOVERNO DELL'IMPRESA; LA PROGRAMMAZIONE E IL CONTROLLO; IL MARKETING; L'ORGANIZZAZIONE AZIENDALE; LE SCELTE FINANZIARIE; LA FUNZIONE RICERCA E SVILUPPO; L'INNOVAZIONE; APPLICAZIONI AZIENDALI E STRUMENTI.

Programma esteso

1) L'impresa e il suo ambiente

- L’impresa e l’ambiente competitivo
- La varietà dei contesti nazionali e settoriali
- La varietà dimensionale e di governance delle imprese
- La resource-based theory

2) Lo sviluppo dell’impresa: aspetti strategici e organizzativi

- Strategie, modelli e strumenti per la crescita
- L’analisi per le scelte strategiche
- Le strategie corporate
- Le strategie di business
- Le strategie di fronteggiamento della crisi aziendale
- La progettazione organizzativa
- La gestione delle risorse umane
- Il finanziamento dello sviluppo
- La performance dell’impresa e la sua misurazione

3) La gestione dell’impresa

- Lo sviluppo nei mercati esteri
- Responsabilità sociale e sostenibilità
- L’innovazione
- I sistemi produttivi e la gestione della produzione
- La logistica e il supply chain management
- La gestione dei processi di marketing

Prerequisiti

Economia Aziendale

Metodi didattici

LEZIONI FRONTALI ED ESERCITAZIONI

NEL PERIODO DI EMERGENZA COVID-19 LE LEZIONI SI SVOLGERANNO DA REMOTO, IN MODALITA' ASINCRONA, CON ESERCITAZIONI ED EVENTI IN VIDEOCONFERENZA SINCRONA

Modalità di verifica dell'apprendimento

PROVA SCRITTA, CON ORALE FACOLTATIVO

NEL PERIODO DI EMERGENZA COVID-19 LA PROVA SCRITTA VERRA' EFFETTUATA TRAMITE PIATTAFORMA ESAMIONLINE.ELEARNING.UNIMIB.IT

LA PROVA ORALE FACOLTATIVA SARA' TELEMATICA UTILIZZANDO LA PIATTAFORMA WEBEX

Testi di riferimento

Tunisini A., Pencarelli T., Ferrucci L. (2017), Economia e management delle imprese. Strategie e strumenti per la competitività e la gestione aziendali, Hoepli

Periodo di erogazione dell’insegnamento

II semestre

Lingua di insegnamento

Italiano