



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

## SYLLABUS DEL CORSO

### Strategic Analysis

2122-1-F7702M032-F7702M113M

---

#### Obiettivi formativi

Alla fine di questo modulo gli studenti acquisiranno strumenti analitici avanzati che servono per elaborare ed eseguire strategie aziendali in mercati globali.

#### Contenuti sintetici

Questo modulo si articola in due parti. La prima parte offre agli studenti strumenti avanzati per l'elaborazione e l'esecuzione di strategie competitive e strategie corporate. La seconda parte del programma prevede l'approfondimento di alcuni temi fondamentali per la gestione delle imprese.

#### Programma esteso

1. Le strategie competitive

\_\_\_\_\_

3. Analisi di mercato e competenze dell'impresa

4. \_\_\_\_\_

5. Globalizzazione e commercio internazionale
6. Internazionalizzazione dell'impresa: export, investimenti diretti all'estero e alleanze strategiche
7. Innovation management
8. Temi di approfondimento:
  - 8.1. Origine e performance delle nuove imprese
  - 8.2. Dinamica competitiva
  - 8.3. Strategie di crescita: M&A e alleanze strategiche
  - 8.4. La trasformazione digitale delle imprese

## **Prerequisiti**

nessuno

## **Metodi didattici**

Lezioni frontali, lavori di gruppo e analisi di casi aziendali

## **Modalità di verifica dell'apprendimento**

Partecipazione in aula, discussione di casi studio, lavori di gruppo, esame orale finale

## **Testi di riferimento**

### **Raccolta di letture a cura del docente**

Torresi, S. (2019). Strategic Management. Selection of Readings. Laurea Magistrale in Marketing e Mercati Globali. McGraw-Hill Education Create. (capitoli 1-9)

### **Materiale aggiuntivo (obbligatorio)**

Barney J.B. 2001. Resource-based theories of competitive advantage: A ten year retrospective on the resource-based view. Journal of Management, 27: 643–650.

Besanko D., Dranove D. 2017., Shanley M. Economics of Strategy, Wiley, Hoboken, NJ, chapters 3, 4.

Ghemawat P. 2010. Strategy and the Business Landscape. Pearson International Edition, London, chapters 4 , 5.

-----

T-----

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

Materiale addizionale per la preparazione dei temi di approfondimento e dei casi-studio sarà disponibile nella piattaforma e-learning.

### **Periodo di erogazione dell'insegnamento**

Il semestre

### **Lingua di insegnamento**

Inglese

---