UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Market-Driven Management

2324-1-E1801M035

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, le azioni strategiche e la gestione delle principali attività d'impresa.

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

Business-level strategy

Competitive rivalry and competitive dynamics

Corporate level strategy

International strategy

Cooperative strategy

La gestione della produzione, delle scorte e dell'innovazione

Prerequisiti

Nessuno

Metodi didattici

Lezioni frontali e case study con testimonianze aziendali
Lingua di insegnamento: Italiano

Modalità di verifica dell'apprendimento

A fine corso è possibile sostenere un esame scritto sul materiale spiegato a lezione (domande aperte). Le domande aperte includono sia quesiti che coprono tematiche più ampie e richiedono quindi una risposta più articolata, che quesiti relativamente specifici che richiedono una risposta breve.
Negli appelli ufficiali l’esame sarà svolto in forma orale sui testi di riferimento indicati alla pagina del corso.

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.

Sustainable Development Goals

IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE