



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

## SYLLABUS DEL CORSO

### Strategic Management

2324-1-F7702M070

---

#### Area di apprendimento

#### Obiettivi formativi

Strategic Management fornisce agli studenti gli strumenti necessari per comprendere il comportamento delle imprese e l'interazione strategica in diversi tipi di mercato. L'insegnamento studia le strategie e l'imprenditorialità con particolare attenzione ai mercati globali ed è composto da 2 moduli:

- 1) Competitive Strategy
- 2) Innovation Management and Entrepreneurship

#### Competitive Strategy

Alla fine del primo modulo gli studenti acquisiranno concetti chiave e strumenti analitici necessari per identificare e valutare le scelte strategiche delle imprese che operano in mercati globali.

#### Innovation Management and Entrepreneurship

Alla fine del secondo modulo gli studenti acquisiranno i concetti chiave e gli strumenti di analisi necessari per capire come gestire il cambiamento tecnologico e di mercato sia in imprese affermate che in nuove imprese.

#### Contenuti sintetici

Il programma del primo modulo fornisce un inquadramento generale delle strategie di mercato delle imprese, fornendo agli studenti anche strumenti analitici per l'analisi delle strategie competitive, delle strategie corporate e

dei processi di internazionalizzazione.

Il programma del secondo modulo si focalizza sulla creazione e sul mantenimento del vantaggio competitivo dell'impresa in condizioni di rapido cambiamento tecnologico e di mercato. Questo tema viene affrontato analizzando: (a) le strategie di innovazione e i modelli di business di imprese leader e di imprese inseguitrici; (b) l'elaborazione del business plan delle nuove imprese

## **Programma esteso**

### **Modulo I - Competitive Strategy**

1. Introduzione alle strategie competitive
2. Modello di business e strategia
3. Comportamento strategico e analisi della concorrenza
4. Analisi di mercato e competenze dell'impresa
5. Strategie imprenditoriali e dinamica competitiva
6. Strategie di integrazione verticale e orizzontale
7. Globalizzazione e commercio internazionale
8. Internazionalizzazione dell'impresa: export, investimenti diretti all'estero e alleanze

### **Modulo II - Innovation Management and Entrepreneurship**

1. Fonti di innovazione
2. Tipi e modelli di innovazione
3. Strategie competitive e innovazione in diversi mercati
4. Il timing dell'innovazione e dell'entrata nel mercato
5. Le strategie di protezione dell'innovazione
6. Nuovi modelli di business
7. Il business plan nelle nuove imprese

## **Prerequisiti**

nessuno

## **Metodi didattici**

Lezioni frontali, lavori di gruppo e analisi di casi aziendali

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

Partecipazione in aula, preparazione di casi studio, esame orale finale

## **Testi di riferimento**

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

Torrisi, S. (2022). Strategic Management. Selection of Readings. Laurea Magistrale in Marketing e Mercati Globali – Indirizzo Marketing Globale. McGraw-Hill Education Create.  
(Modulo I: cap. 1-7; Modulo II: cap. 8-18)

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

#### **Modulo I**

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 5, 6.

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

M. E. Porter. 1996. What is Strategy. *Harvard Business Review*. November-December, 61-78.

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

#### **Modulo II**

Chesbrough, H. 2011. The Case for Open Services Innovation: The Commodity Trap. *California Management Review*, 53(3): 5-20.

Rivette, K.G. and D. Kline. 2000. Discovering New Value of Intellectual Property. *Harvard Business Review*, Jan-February: 54-66.

Teece, D. 2010. Business Models, Business Strategy and Innovation. *Long Range Planning*. 43(2-3): 172-194.

Materiale aggiuntivo per discussione di casi aziendali sarà reso disponibile dal docente nella piattaforma e-learning.

## **Sustainable Development Goals**

## ISTRUZIONE DI QUALITÀ

---