UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

COURSE SYLLABUS

Market-Driven Management - 1

2425-1-E1801M035-T1

Area di apprendimento

Scienze Economico-Aziendali

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

Insegnamento svolto ricorrendo a due modalità didattiche:
• 18 lezioni da 3 ore svolte in modalità erogativa nella parte iniziale, che può coinvolgere gli studenti in modo interattivo nella parte finale.
• 9 lezioni da 2 ore svolte in modalità erogativa nella parte iniziale, che può coinvolgere gli studenti in modo interattivo nella parte finale.
Le lezioni saranno svolte principalmente in presenza; alcune lezioni potranno essere eventualmente impartite da remoto.
Lingua di insegnamento: Italiano
Semestre: 2

Modalità di verifica dell'apprendimento

A fine corso sarà possibile sostenere un esame scritto sul materiale spiegato a lezione. La prova scritta consisterà in domande aperte (esposizione e comprensione di argomenti trattati a lezione). 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 è svolto in forma di colloquio orale sulla bibliografia indicata alla pagina del corso per verificare la conoscenza degli argomenti e la capacità di riflessione su punti critici del programma.

Testi di riferimento

- Michael A. Hitt, R. Duane Ireland, Robert E. Hoskisson. Strategic Management: Competitiveness and 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 | CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI