UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Market-Driven Management - 2

2425-1-E1801M035-T2

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: si parte con l'analisi dei mercati e l'analisi dell'ambiente competitivo, le
risorse e competenze dell'impresa, il modello di business, strategie competitive e la gestione delle attività produttive.

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
Le strategie competitive
Progettazione organizzativa e gestione del capitale umano
Operations management

Prerequisiti

nessuno

Metodi didattici

Lezioni frontali lezioni da 3 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/chiuse (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.

Periodo di erogazione dell'insegnamento

Lingua di insegnamento

Sustainable Development Goals

IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE | CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI