



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

## SYLLABUS DEL CORSO

### Competitive Strategy

2425-1-F7702M070-F7702M104M

---

#### Area di apprendimento

#### Obiettivi formativi

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

#### Contenuti sintetici

Il programma del 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.

#### Programma esteso

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: modelli

## **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. McGraw-Hill Education Create. (cap. 1-7)

### **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., Shanley M., Shaefer, S. 2016., *Economics of Strategy*, Wiley, Hoboken, NJ, VII edition, chapters 3, 4.

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.

## Sustainable Development Goals

ISTRUZIONE DI QUALITÀ | LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA | IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE

---