UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

COURSE SYLLABUS

Management and Communication - 1

2425-2-E3303M014-T1

Obiettivi formativi

Il corso mira a dare agli studenti le conoscenze di base e la capacità di comprensione della gestione e della comunicazione d'impresa. Gli studenti saranno in grado di analizzare il contesto competitivo, conoscere i principi dell'analisi strategica, conoscere le modalità di creazione del vantaggio competitivo, conoscere le scelte organizzative e i problemi di funzionamento aziendale, conoscere gli indicatori di performance aziendali. Conoscere gli aspetti più importanti della comunicazione d'impresa e di marketing e del brand management.

Contenuti sintetici

Il corso tratta la gestione d'impresa, soprattutto in chiave strategica. In particolare, si fa riferimento agli strumenti a supporto delle decisioni per analizzare: l'ambiente in cui l'impresa è inserita, linee di sviluppo e crescita, scelte di gestione operativa (es. modelli organizzativi, produzione, marketing e comunicazione, supply chain).

Programma esteso

1) L'impresa e il suo ambiente

- L'impresa e l'ambiente competitivo
- La varietà dei contesti nazionali e settoriali
- La varietà dimensionale e di governance delle imprese
- La resource-based theory

2) Lo sviluppo dell'impresa: aspetti strategici e organizzativi

- Strategie, modelli e strumenti per la crescita
- L’analisi per le scelte strategiche
- Le strategie corporate
- Le strategie di business
- Le strategie di fronteggiamento della crisi aziendale
- La progettazione organizzativa
- La gestione delle risorse umane
- Il finanziamento dello sviluppo
- La performance dell’impresa e la sua misurazione

3) La gestione dell’impresa

- Lo sviluppo nei mercati esteri
- L’innovazione
- I sistemi produttivi e la gestione della produzione
- La logistica e il supply chain management
- La gestione dei processi di marketing
- Responsabilità sociale e sostenibilità

4. la comunicazione di marketing e il brand management

Prerequisiti

Economia Aziendale

Metodi didattici

Lezioni frontali, Il 30% delle ore di lezione sarà erogata come da regolamento in remoto, registrazioni asincrone

Modalità di verifica dell'apprendimento

La verifica dell'apprendimento è realizzata con una prova finale scritta.

La prova scritta verte su tutto il programma e si compone di 3 domande aperte

Il voto viene calcolato come sommatoria dei punteggi ottenuti nelle singole domande.

Sarà posibile richiedere un pre-appello

Testi di riferimento

Tunisini A., Pencarelli T., Ferrucci L., “Economia e management delle imprese”, Hoepli, ultima edizione Cap. 1-16
Pastore A., Vernuccio M., "Impresa e comunicazione", Apogeo, Seconda Edizione, Cap. 5-7-8-9.

Periodo di erogazione dell'insegnamento

II semestre

Lingua di insegnamento

Italiano

Sustainable Development Goals

IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE | CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI