UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Management - 2

2526-2-E1802M116-T2

Obiettivi formativi

Il corso consentirà allo studente di sviluppare capacità di analisi critica dei contributi più significativi relativi al tema della gestione d'impresa, dell'analisi strategica e della creazione del vantaggio competitivo. Inoltre, al termine del corso lo studente sarà in grado di comprendere i principali processi di direzione, organizzazione e strategia d'impresa, nonchè il ruolo critico delle diverse risorse e attori coinvolti nei processi di sviluppo e innovazione dell'impresa.

Conoscenza e capacità di comprensione
Lo studente acquisirà conoscenze approfondite in materia di gestione d'impresa, strategia, organizzazione e creazione del vantaggio competitivo.
Saranno trattati i principali approcci teorici e le dinamiche legate alla varietà dei contesti settoriali, istituzionali e organizzativi.

Conoscenza e capacità di comprensione applicate
Le conoscenze acquisite permetteranno allo studente di interpretare le scelte imprenditoriali in chiave critica, utilizzando modelli e strumenti operativi per l'analisi e l'implementazione della strategia.

Autonomia di giudizio
Lo studente svilupperà capacità critiche nell'analisi dei processi decisionali e dei modelli organizzativi, valutando l'impatto di strategie alternative sulla performance d'impresa. Sarà inoltre in grado di riflettere autonomamente sul ruolo delle imprese nel contesto socio-economico.

Abilità comunicative
Lo studente sarà in grado di esporre argomentazioni complesse e risultati di analisi strategiche in modo chiaro, strutturato ed efficace.

Capacità di apprendimento
Lo studente svilupperà la capacità di ampliare in autonomia le proprie competenze, interpretando criticamente l'evoluzione delle pratiche manageriali, strategiche e organizzative in contesti dinamici.

Contenuti sintetici

L’insegnamento intende affrontare le principali tematiche relative al funzionamento, alla gestione ed alla performance delle imprese.

In particolare si affrontano le tematiche legate ai processi decisionali, organizzativi e gestionali dell’impresa, focalizzando l’attenzione sugli strumenti di analisi e gestione strategica, nonché sugli aspetti organizzativi e sui principali processi in cui si sostanzia la gestione operativa.

Programma esteso

1) L’impresa e il suo ambiente

- L’impresa e l’ambiente competitivo
- La varietà dei contesti nazionali e settoriali
- La varietà legata ai modelli proprietari e di governance delle imprese
- La varietà dimensionale delle imprese
- La resource-based theory

2) Lo sviluppo dell’impresa e l’analisi strategica

- Strategie, modelli e strumenti per la crescita
- L’analisi per le scelte strategiche

3) Le strategie

- Le strategie corporate
- Le strategie di business
- Le strategie di fronteggiamento della crisi aziendale
- Le strategie di innovazione
- Le strategie di responsabilità sociale e l’economia sostenibile

4) L’implementazione della strategia

- La progettazione organizzativa
- Il finanziamento dello sviluppo

5) Processi di creazione di valore

- Marketing
- Produzione
- Logistica e supply chain management

6) La performance dell’impresa e la sua misurazione

Prerequisiti

Economia Aziendale

Metodi didattici

Lezioni svolte in modalità erogativa in presenza, con possibile coinvolgimento degli studenti in modo interattivo in alcune parti della lezione (ad es. in occasione della discussione di case study con testimonianze aziendali).
Fino al 20% delle lezioni potranno essere svolte in modalità erogativa online.

Modalità di verifica dell'apprendimento

La verifica dell'apprendimento è realizzata con una prova finale scritta (con orale facoltativo su tutto il programma su richiesta del docente o dello studente).

La prova scritta verte su tutto il programma e si compone di:

- domande chiuse, volte ad un controllo estensivo della preparazione sul programma d’esame

- domande aperte, volte a verificare l'approfondimento della preparazione, la comprensione da parte dello studente degli argomenti trattati e le capacità comunicative in ambito disciplinare; le domande aperte includono sia quesiti relativamente specifici (che richiedono una risposta breve), sia domande che coprono tematiche più ampie (e richiedono quindi una risposta più articolata).

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

Testi di riferimento

Tunisini A., Ferrucci L., Pencarelli T., “Economia e management delle imprese”, nuova edizione, Hoepli, 2020

Periodo di erogazione dell'insegnamento

I semestre

Lingua di insegnamento

Italiano

Sustainable Development Goals

CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI