

INTERNATIONAL STRATEGIES

7 CFU

(Prof. Antonello Garzoni – Prof. Michele Rubino)

LINGUA INSEGNAMENTO: italiano

PREREQUISITI / PREREQUISITES

Il corso presuppone una buona conoscenza di base delle tematiche affrontate negli insegnamenti di Economia Aziendale-Gestione delle Imprese e in Strategie competitive.

OBIETTIVI FORMATIVI / LEARNING OBJECTIVES

L'obiettivo del corso è guidare gli studenti a confrontarsi con i principali problemi che caratterizzano il processo di internazionalizzazione delle imprese, comprendendo le ragioni che la incitano, individuando i problemi e identificando le variabili che la condizionano, rispondendo alle domande: Perché le imprese si internazionalizzano, Dove si internazionalizzano, Come si internazionalizzano e Cosa internazionalizzano.

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO ATTESI / LEARNING OUTCOMES

Conoscenza e capacità di comprensione

Al termine del percorso di studio, lo studente avrà acquisito le conoscenze di base finalizzate ad analizzare e comprendere le implicazioni, gli snodi critici, le fasi e gli strumenti disponibili per l'impresa che decide di svolgere la propria attività in uno o più mercati internazionali. In particolare, lo studente avrà acquisito delle conoscenze relativamente agli elementi riguardanti: la globalizzazione e la localizzazione; i fattori che favoriscono/ostacolano l'ampliamento geografico del raggio d'azione; l'internazionalizzazione delle diverse attività della filiera; le forze a livello di singolo paese, settore e l'impatto sulle imprese; il disegno di una global strategy; il cross-cultural management; l'analisi dell'attrattività dei mercati di sbocco e il disegno di strategie di ingresso in paesi esteri; le strategie di internazionalizzazione dei mercati di approvvigionamento e la gestione delle attività; i mercati emergenti e la globalizzazione; etica e internazionalizzazione.

Autonomia di giudizio

Al termine del corso lo studente sarà in grado di analizzare, interpretare e fornire autonomamente valutazioni relativamente a specifiche realtà aziendali che intendono internazionalizzarsi. In particolare lo studente sarà in grado di elaborare una strategia di presenza analizzando le principali banche dati informative presenti on line.

Abilità comunicative

Attraverso le nozioni teoriche acquisite lo studente sarà capace di applicare le conoscenze acquisite alle specifiche situazioni oggetto di analisi. Lo studente saprà elaborare autonomamente giudizi relativi a specifiche situazioni aziendali e sarà in grado di realizzare efficaci presentazioni sostenendo contraddittori sugli argomenti inerenti il tema delle strategie di internazionalizzazione.

PROGRAMMA/COURSE SYLLABUS

Il corso si propone di approfondire le fasi, gli snodi critici, le difficoltà e gli strumenti per portare avanti il processo di internazionalizzazione. Partendo dai principali modelli che spiegano le spinte alla globalizzazione e all'internazionalizzazione delle imprese, il corso approfondisce i fattori che favoriscono/ostacolano l'ampliamento geografico del raggio d'azione e l'internazionalizzazione delle diverse

attività della filiera. Nello specifico, il programma tratta i seguenti temi: prospettive teoriche a confronto; globalizzazione e localizzazione; le forze a livello di singolo paese, settore e l'impatto sulle imprese; il disegno di una global strategy; il cross-cultural management; l'analisi dell'attrattività dei mercati di sbocco e il disegno di strategie di ingresso in paesi esteri; le strategie di internazionalizzazione dei mercati di approvvigionamento e la gestione delle attività; i mercati emergenti e la globalizzazione; etica e internazionalizzazione.

MODALITÀ DI INSEGNAMENTO/COURSE STRUCTURE

L'insegnamento sarà strutturato in lezioni di didattica frontale in base al calendario accademico.

La modalità didattica, incentrata sulla discussione di casi di aziende reali e su lavori di gruppo, consentirà l'apprendimento di metodologie e strumenti in maniera attiva.

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO/COURSE GRADE DETERMINATION

L'esame sarà svolto in forma orale.

Gli studenti frequentanti (almeno il 70% delle lezioni) avranno l'opportunità di sostenere una prova intermedia scritta sui contenuti del corso affrontati nella prima parte del corso e di completare l'esame in forma orale. La valutazione finale sarà determinata dalla media delle due votazioni.

ATTIVITÀ DI SUPPORTO/OPTIONAL ACTIVITIES

Nell'ambito del corso sarà proposta una attività laboratoriale di gruppo opzionale orientata allo sviluppo di una strategia di internazionalizzazione

TESTI CONSIGLIATI E BIBLIOGRAFIA/READING MATERIALS

Frequentanti:

- ✓ C. Dematté – F. Perretti – E. Marafioti, Strategie di internazionalizzazione (terza edizione), Egea, 2013.
- ✓ Letture e casi presenti sulla piattaforma elettronica.

Non frequentanti:

- ✓ C. Dematté – F. Perretti – E. Marafioti, Strategie di internazionalizzazione (terza edizione), Egea, 2013.
- ✓ P. Ghemawat, Ridefinire la strategia globale, Il Mulino, 2007.