



Denominazione	International Strategies
Moduli componenti	-
Settore scientifico-disciplinare	SECS P/07
Anno di corso e semestre di erogazione	1° anno, 2° semestre
Lingua di insegnamento	-
Carico didattico in crediti formativi universitari	8
Numero di ore di attività didattica frontale	48
Docente	Responsabile dell'insegnamento: Michele Rubino Docenti: Michele Rubino (prima, seconda e terza parte del corso) Paolo Cacciato (quarta parte del corso)
Risultati di apprendimento specifici	<p>Al termine del percorso di studio, lo studente avrà acquisito le conoscenze di base relative ai modelli che inducono le imprese alla globalizzazione, alla delocalizzazione e all'internazionalizzazione delle imprese, 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.</p> <p>Attraverso le nozioni acquisite, lo studente sarà in grado di analizzare le principali banche dati informative nonché di formulare un'efficace strategia di presenza per l'ingresso nei mercati esteri. Lo studente sarà altresì in grado di analizzare e fornire autonomamente valutazioni relativamente a specifiche realtà aziendali che intendono internazionalizzarsi, interpretando le esigenze specifiche delle medesime, anche in situazioni complesse e di non univoca soluzione.</p> <p>Al termine del corso lo studente sarà in grado di esprimere in modo efficace e con linguaggio tecnico le conoscenze apprese, sostenendo contraddittori sugli argomenti inerenti al tema delle strategie di internazionalizzazione con interlocutori specialistici e non.</p>
Programma	<p>Il corso è articolato in quattro parti</p> <p>La prima 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 alla delocalizzazione 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.</p> <p>La seconda parte, invece, focalizza l'attenzione sul tema dell'avvio della strategia di internazionalizzazione e sull'elaborazione di una strategia di presenza. L'analisi si concentra sull'individuazione dei mercati più attrattivi e sull'identificazione della modalità di ingresso ritenuta più opportuna.</p> <p>La terza parte si propone di approfondire alcuni temi trasversali quali gli accordi e le alleanze, il ruolo dei mercati emergenti e il cross-cultural management.</p> <p>Infine, la quarta parte del corso fornisce un approfondimento in merito agli elementi di definizione di processi e strumenti per l'internazionalizzazione commerciale in specifiche aree dell'Asia Orientale, fra cui Giappone e Corea e Cina.</p> <p>Nello specifico, il programma prevede la trattazione dei seguenti temi:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Le strategie di internazionalizzazione;2. Il processo di internazionalizzazione delle imprese: prospettive teoriche a confronto;3. Globalizzazione e localizzazione;4. Il disegno di una global strategy;5. Le strategie di presenza sui mercati internazionali;6. Le banche dati per l'analisi dei mercati esteri;7. Il cross-cultural management;8. Gli accordi e le alleanze come modalità di crescita internazionale;9. L'internazionalizzazione della produzione e dei mercati di approvvigionamento;10. Assetti e dinamiche delle imprese multinazionali;11. Il framework CAGE;



	<p>12. I mercati emergenti; 13. Etica e internazionalizzazione; 14. Gli scenari economici globali dell'area asiatica; 15. L'internazionalizzazione commerciale dell'Asia Orientale: Giappone, Corea e Cina; 16. Le riforme strutturali e il piano strategico Made in China 2025.</p>
Tipologie di attività didattiche previste e relative modalità di svolgimento	<p>L'insegnamento è 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 delle nozioni teoriche e delle metodologie e strumenti in maniera attiva, incoraggiando l'interazione degli studenti.</p>
Metodi e criteri di valutazione dell'apprendimento	<p>L'esame è svolto in forma orale. Tuttavia, i metodi e criteri di valutazione dell'apprendimento variano per studenti frequentanti (ad almeno il 70% delle lezioni) e non frequentanti.</p> <p>Studenti frequentanti Lo studente frequentante avrà la possibilità di sostenere una Prova Generale in forma orale o in alternativa una Prova intermedia scritta, da svolgersi a metà corso, da integrare con una Prova orale integrativa da svolgersi a fine corso. La Prova intermedia copre gli argomenti relativi alla prima e seconda parte del corso. Essa è composta da n. 7-11 domande a risposta multipla e n. 2-3 domande a risposta aperta e ha una durata orientativamente di 60 minuti. Nelle domande a risposta multipla lo studente deve dimostrare un adeguato livello di comprensione dei quesiti individuando la risposta corretta a ciascuna domanda formulata, utilizzando le conoscenze apprese durante il corso. Nelle domande a risposta aperta lo studente deve dimostrare, anche con autonomia di giudizio, di saper descrivere in modo chiaro e appropriato i quesiti posti attinenti ai temi sviluppati nel corso. La prova orale integrativa copre gli argomenti relativi alla terza e quarta parte del programma. Essa consiste in circa n. 3 domande aperte, attraverso le quali gli studenti devono dimostrare, con capacità di analisi e autonomia di giudizio, di conoscere e saper descrivere in modo chiaro e appropriato le argomentazioni affrontate durante il corso. Ha una durata orientativamente di 20 minuti.</p> <p>Studenti non frequentanti Lo studente non frequentante dovrà sostenere una Prova Generale in forma orale sull'intero programma del Corso. La prova orale prevede un numero maggiore di domande (circa n. 4) rispetto alla prova orale integrativa prevista per gli studenti frequentanti e ha una durata compresa tra i 20 e i 25 minuti. Le domande sono volte a verificare le stesse fattispecie descritte in precedenza per gli studenti frequentanti.</p>
Criteri di misurazione dell'apprendimento e di attribuzione del voto finale	<p>La valutazione dell'apprendimento prevede l'attribuzione di un voto finale espresso in trentesimi.</p> <p>Studenti frequentanti I voti delle due prove sono espressi in trentesimi. Può accedere alla Prova orale integrativa soltanto chi ha raggiunto la sufficienza nella Prova intermedia. L'esame si considera superato soltanto se si raggiunge la sufficienza sia nella Prova intermedia sia in quella orale integrativa. Il voto finale sarà costituito dalla media aritmetica delle valutazioni conseguite nelle due prove. Nell'ambito della Prova Intermedia: <ul style="list-style-type: none">● le singole domande a risposta multipla sono valutate in modo univoco (giusto/sbagliato) e pesano orientativamente per n. 1 punto; si tiene in considerazione nella valutazione l'evidenza della conoscenza acquisita;● ciascuna domanda a risposta aperta pesa orientativamente per n. 7 punti; ai fini della valutazione si considera l'evidenza della conoscenza acquisita, la proprietà ed articolazione con cui essa è illustrata nonché la capacità di applicare autonomia di giudizio; Nell'ambito della Prova orale integrativa le domande hanno lo stesso peso; si tiene conto ai fini della valutazione, oltre all'evidenza della conoscenza acquisita e della proprietà e articolazione di linguaggio anche della capacità di applicare autonomia di giudizio.</p> <p>Studenti non frequentanti Nell'ambito della prova orale le domande hanno lo stesso peso. Ai fini della valutazione si tiene</p>



	conto delle medesime fattispecie illustrate per le prove svolte con la modalità frequentante.
Propedeuticità	È consigliabile l'acquisizione di conoscenze preliminari di strategie competitive.
Materiale didattico utilizzato e materiale didattico consigliato	<p>Il materiale di supporto all'apprendimento varia per studenti frequentanti e non frequentanti.</p> <p>Studenti frequentanti:</p> <ul style="list-style-type: none">• Libro di Testo: Marafioti E. e Perretti F. (a cura di). Strategie di internazionalizzazione. EGEA, Milano, 2020, quarta edizione.• Slide e casi a cura dei docenti. <p>Studenti non frequentanti:</p> <ul style="list-style-type: none">• Libro di testo: Marafioti E. e Perretti F. (a cura di) (2020). Strategie di internazionalizzazione. EGEA, Milano, 2020, quarta edizione. Tutto il libro.• Libro di testo: Manelli M. (2017). L'Internazionalizzazione d'impresa, FrancoAngeli, Milano. Capitoli 2, 4, 8 e 11.