

Programma Didattico 2020-2021

Titolo dell'insegnamento:	Economia
Anno di corso:	2020/2021
Docente:	Hermann Graziano
Obiettivi del corso:	<p>Il corso ha l'obiettivo di far comprendere il sistema d'impresa e le dinamiche di mercato che coinvolgono le aziende di produzione e di servizi che operano in ambito nazionale e internazionale. Saranno trattati i principali elementi di base che contraddistinguono il funzionamento delle imprese ed il loro ruolo nell'economia moderna e globalizzata. Le lezioni tratteranno i temi relativi alla gestione d'impresa, alla definizione delle strategie corporate, all'organizzazione aziendale, al marketing.</p> <p>Per dare risposta alle più attuali realtà di mercato saranno affrontate alcune lezioni di approfondimento in merito all'internazionalizzazione e, in particolare, all'international business, il marketing internazionale e il marketing interculturale. Concludendo, saranno proposti dei case studies e delle testimonianze aziendali per dare riscontro concreto alle nozioni teoriche affrontate nella prima parte del corso.</p>
Contenuti del corso (dettaglio del programma):	<p><u>Dettaglio del Programma:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Il sistema impresa e l'ambiente competitivo <ul style="list-style-type: none"> - L'impresa come sistema - L'impresa e il mercato - L'ambiente competitivo ❖ Risorse e competenze distintive nel sistema d'impresa; <ul style="list-style-type: none"> - La gestione delle risorse nel sistema d'impresa - Dalle risorse alle competenze distintive - Orientamento strategico e specializzazione ❖ La gestione strategica; <ul style="list-style-type: none"> - Fondamenti di strategia aziendale - Le strategie competitive ❖ L'implementazione delle strategie: progettazione organizzativa e gestione del capitale umano <ul style="list-style-type: none"> - Gli aspetti generali della progettazione organizzativa - Le soluzioni organizzative per l'attuazione delle strategie - La gestione delle risorse umane ❖ Il ruolo del marketing <ul style="list-style-type: none"> - Il marketing e l'orientamento di mercato

	<ul style="list-style-type: none">- Le decisioni di marketing strategico- Le decisioni di marketing operativo- Il marketing interculturale
Testi di riferimento:	<p><u>Testi di riferimento:</u></p> <p>-“Economia e gestione delle imprese”, a cura di F. Fontana e M. Caroli, Editore <i>McGraw Hill</i>;</p> <p>-“Marketing e management interculturale”, a cura di S. Guercini, Editore <i>Il Mulino</i>;</p>
Modalità di esame:	esame orale