



Management Internazionale (6+3 CFU)

Prof.ssa Napolitano Maria Rosaria
Prof. Daniele Leone

UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI NAPOLI
PARTHENOPE

OBIETTIVI FORMATIVI E ARGOMENTI TRATTATI (I)

- Il corso intende formare gli studenti sui principali momenti della **pianificazione strategica internazionale** e trasferire gli strumenti utili all'analisi dei mercati esteri, alla scelta delle **modalità di ingresso più adatte** agli specifici mercati, e all'individuazione delle tecniche di copertura più idonee agli specifici rischi fronteggiati dalle imprese nel **processo di internazionalizzazione**.
- Il corso intende, inoltre, introdurre i discenti alle **problematiche gestionali** delle imprese internazionalizzate soffermandosi, in particolare, sugli strumenti che aiutano a lavorare in contesti culturali distanti dal proprio. In maniera coerente con il percorso della laurea magistrale, l'ultima parte del corso è dedicata all'approfondimento degli **approcci strategici** utilizzati dalle imprese internazionalizzate nei diversi settori.



OBIETTIVI FORMATIVI E ARGOMENTI TRATTATI (II)

- Si analizzeranno i **driver del vantaggio competitivo internazionale**, nonché le **strategie di espansione globale**. Infine, si procederà con l'analisi *dell'organizzazione dell'impresa internazionale, delle alleanze strategiche, della produzione globale in relazione all'outsourcing e alla logistica e al marketing globale e R&S.*
- Il metodo di analisi adottato è quello **sistemico**, il quale offre, in combinazione con l'approccio analitico e l'approccio evolutivo, un "moderno" punto di vista dei comportamenti delle imprese globali nell'attuale contesto competitivo.
- Gli studenti saranno impegnati in **project work** per l'analisi delle **strategie di internazionalizzazione** di imprese coinvolte nei settori fashion, food e art.



PAROLE CHIAVE E LINEE GUIDA

- Globalizzazione e Internazionalizzazione;
- Differenze culturali;
- Etica negli affari internazionali;
- Teoria del commercio internazionale;
- Investimenti diretti esteri;
- Strategia di internazionalizzazione;
- Organizzazione dell'impresa internazionale;
- Strategie d'entrata e alleanze strategiche;
- Operations e international business;
- Produzione globale, outsourcing e logistica;
- Marketing globale e R&S.



MATERIALI DIDATTICI DI RIFERIMENTO

CHARLES W.L. HILL

Charles W.L. Hill (2008)
International business.
Economia e strategia
internazionale: l'impresa nei
mercati globali, *Hoepli Editore*.

INTERNATIONAL BUSINESS

**Economia e strategia internazionale:
l'impresa nei mercati globali**

Edizione italiana a cura di
Alberto Grando e Rodolfo Helg



MATERIALI DIDATTICI DI RIFERIMENTO

Giuseppe Bertoli , Enrico Valdani - Marketing Internazionale - Egea, 2018



RISULTATI DA RAGGIUNGERE IN TERMINI DI APPRENDIMENTO

- Percepire i passaggi fondamentali della pianificazione strategica internazionale
- analizzare l'ambito settoriale entro cui opera l'impresa (es. fashion, food , art).
- valutare i mercati-obiettivo.
- comprendere le sfide connesse all'interazione con stakeholder provenienti da contesti culturali diversi.
- comprendere le dinamiche connesse alla gestione delle attività internazionali
- individuare le modalità di ingresso più adatte al raggiungimento degli obiettivi strategici dell'impresa
- aver sviluppato una capacità critica per valutare opportunità e minacce che derivano dalla scelta di entrare in un mercato estero



VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

- Tutti gli studenti (corsisti e non corsisti) dovranno sostenere una prova di esame (riguardante tutto il programma).
- La prova di esame si articolerà in due prove (entrambe obbligatorie): scritto e orale.



VARIE ED EVENTUALI

- Il corso è erogato per gli studenti del Corso di Laurea Magistrale in «Scienze Economiche Finanziarie Internazionali (SEFI).
- Durante il corso vi saranno testimonianze aziendali e letture di case studies e rapporti aziendali da discutere in aula.
- Valutazione in itinere: si svolgeranno 1 simulazioni d'esame/prova intercorso, con date da definire insieme.
- Domande...???



TEMI CHE COINVOLGONO IL MONDO NEL 2022

- Economia: l'Europa ritorna a crescere, ma meno del resto del mondo....l'industria italiana è in lieve e lenta ripresa.
- Tecnologia: progresso continuo ed inarrestabile
- Globalizzazione: Cina, India, BRIC ... e il "Made in Italy"???
- Società, mode, viaggi: il consumatore cambia...e le imprese come reagiscono???

