

MANAGEMENT AZIENDALE (LM01)

(Lecce - Università degli Studi)

Insegnamento MANAGEMENT STRATEGICO

GenCod A004724

Docente titolare Amedeo MAIZZA

Insegnamento MANAGEMENT STRATEGICO

Insegnamento in inglese STRATEGIC MANAGEMENT

Settore disciplinare

Corso di studi di riferimento MANAGEMENT AZIENDALE

Tipo corso di studi Laurea Magistrale

Crediti 10.0

Ripartizione oraria Ore Attività frontale: 80.0

Per immatricolati nel 2018/2019

Erogato nel 2018/2019

Anno di corso 1

Lingua ITALIANO

Percorso PERCORSO COMUNE

Sede Lecce

Periodo Annualità Singola

Tipo esame Orale

Valutazione Voto Finale

Orario dell'insegnamento
<https://easyroom.unisalento.it/Orario>

BREVE DESCRIZIONE DEL CORSO

Il corso affronterà tematiche finalizzate a fornire le conoscenze utili allo studente per comprendere gli aspetti principali della riflessione teorica inerente il management strategico, dalla produzione di conoscenza alla pianificazione e realizzazione delle strategie aziendali. Particolare attenzione sarà prestata alle nuove strumentazioni fornite dal digitale, sia per la raccolta di informazioni che per l'implementazione delle strategie adottate.

PREREQUISITI

Conoscenze e competenze maturate nel corso dello studio degli insegnamenti di economia e gestione delle imprese e di marketing.

OBIETTIVI FORMATIVI

Il corso ha la finalità di introdurre alla conoscenza delle concettualizzazioni fondanti dello Strategic Management, con l'intento di analizzarne l'intero processo, dalla creazione alla esecuzione della strategia. Gli obiettivi formativi si concretizzano nell'opportunità per lo studente di acquisire conoscenze e tecniche di base relative al Management d'Impresa.

In particolare, lo studente sarà in grado di: a) conoscere e comprendere le metodologie di analisi del contesto; i processi decisionali; la teorizzazione e realizzazione di processi strategici; b) applicare le conoscenze nell'ambito di realtà imprenditoriali; c) considerare e giudicare le imprese, i settori economici, i contesti territoriali e le loro potenzialità/criticità; d) comunicare all'interno ed all'esterno delle realtà imprenditoriali; e) apprendere l'evoluzione del contesto e dell'impresa.

METODI DIDATTICI

Lezioni frontali sui temi previsti dal programma relativi ai capitoli del libro di testo che saranno oggetto di esame. Utilizzo di casi aziendali per approfondire e utilizzare concetti e strumenti acquisiti.

MODALITA' D'ESAME

Prova orale, finalizzata alla verifica della comprensione, della padronanza e della capacità di trattazione dei temi affrontati.

PROGRAMMA ESTESO

LA NUOVA ECONOMIA ED I SUOI EFFETTI SULLA GESTIONE D'IMPRESA
LA COMPETITIVITÀ
L'AMBITO COMPETITIVO: IL SETTORE ECONOMICO
I MODELLI DI ANALISI DI SETTORE
LA CONOSCENZA DEL MERCATO
LA CONOSCENZA DEL CONSUMATORE NELL'ERA DIGITALE
IL POSIZIONAMENTO COMPETITIVO
IL PROCESSO DECISIONALE-STRATEGICO
KNOWLEDGE MANAGEMENT
LE STRATEGIE D'IMPRESA
IL RUOLO DELLA MARCA NELLA STRATEGIA GENERALE
LE STRATEGIE RELAZIONALI
LE STRATEGIE PER AFFRONTARE LE CRISI D'IMPRESA
LE STRATEGIE DIGITALI
I SOCIAL MEDIA
DIGITAL ANALYTICS

TESTI DI RIFERIMENTO

Amedeo Maizza, Management d'impresa Le strategie gestionali nell'era digitale, Volume II, I
Liberrimi 2018