

Corso di Studio in
“Economia, management e mercati internazionali– [L-33]
a.a. 2021/2022

INSEGNAMENTO
Economia e gestione delle imprese internazionali

SSD: **SECS-P/08** – CFU: **6**
II ANNO; I SEMESTRE

Docente: **Prof. Giuseppe Veronico**
Tutor disciplinare: **Dott.ssa Aramona Dilauro**

Qualifica e curriculum scientifico del docente	Dottore commercialista, Revisore Legale e Dottore di ricerca, da oltre trent' anni svolge attività professionale in campo contabile e fiscale, in particolare si interessa di costituzione e gestione di aziende internazionali in Paesi extra-UE. Ha svolto per un decennio l'attività didattica in qualità di docente sia all'interno del Politecnico di Bari che per l'Università di Bari presso il Dipartimento di Economia.
Articolazione dei contenuti e suddivisione in moduli didattici del programma	INDICE E DEFINIZIONE DEI CONTENUTI L'insegnamento è costituito da 2 moduli : ➤ Modulo 1 - Le imprese internazionali <ul style="list-style-type: none">▪ Le dinamiche del commercio estero.▪ Il contesto competitivo rilevante per l'impresa estera.▪ Le risorse e le competenze distintive nel sistema impresa estera.▪ Gli investimenti diretti esteri.▪ La presenza interazionale delle PMI.▪ Fattori di successo e criticità nella PMI all'estero. ➤ Modulo 2 - La gestione e l'organizzazione delle imprese internazionali <ul style="list-style-type: none">▪ La gestione strategica del mercato: le esportazioni dirette

	<p>indirette.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Organizzazione e gestione strategica di un Gruppo interazionale. ▪ La funzione finanziaria tra paradigmi tradizionali e nuove prospettive. ▪ La gestione internazionale del capitale umano. ▪ Analisi dei mercati internazionali e politiche di Comunicazione e distribuzione. ▪ Analisi dei mercati: le politiche di comunicazione e distribuzione internazionale.
Abstract (In inglese)	<p>The course aims to provide basic knowledge relating to the internationalization processes of companies, analyzing their strategic logic and decision-making method. Particular attention is paid to the marketing tools available to companies and to the way in which these must be balanced in order to achieve a competitive advantage. The main aspects relating to the operational management of activities related to internationalization are also addressed.</p>
Obiettivi formativi	<p>Il corso si propone di fornire le conoscenze di base relative ai processi di internazionalizzazione delle imprese, analizzandone logiche strategiche e metodo decisionale. Particolare attenzione viene rivolta agli strumenti di marketing a disposizione delle imprese e al modo in cui questi vanno bilanciati per il conseguimento del vantaggio competitivo. Vengono inoltre affrontati i principali aspetti inerenti la gestione operativa delle attività connesse all'internazionalizzazione.</p>
Risultati d'apprendimento previsti	<p>A. Conoscenza e comprensione</p> <p>Alla fine del corso gli studenti devono aver acquisito la conoscenza e la capacità di comprensione delle principali dinamiche che caratterizzano l'economia globale e gli scambi internazionali – in particolare con riferimento ai flussi di scambio a livello internazionale per settori e aree geografiche, i flussi di investimento e il ruolo che le imprese italiane svolgono nello scenario internazionale – e come queste dinamiche si ripercuotono sulle scelte strategiche delle imprese. Devono inoltre aver acquisito capacità di analisi dei processi di gestione dei mercati esteri. Devono altresì aver acquisito le conoscenze di base delle strategie di internazionalizzazione e delle strategie di marketing.</p>

	<p>B. Conoscenza e capacità di comprensione applicate Gli studenti devono essere capaci di applicare in modo appropriato e flessibile le conoscenze acquisite per analizzare, comprendere e risolvere situazioni e problemi relativi alla gestione delle strategie di internazionalizzazione. Devono inoltre possedere conoscenze applicate nella gestione della pianificazione del marketing mix a livello internazionale.</p> <p>C. Autonomia di giudizio Gli studenti devono avere la capacità di collegare in schemi integrati e unitari le conoscenze acquisite durante il corso e di confrontarsi con problematiche complesse in modo autonomo e con una propria capacità di giudizio.</p> <p>D. Abilità comunicative Gli studenti devono acquisire una capacità di comunicazione chiara ed efficace, grazie ad una buona padronanza del lessico relativo ai temi trattati durante il corso. Le modalità di lavoro didattico con cui tali risultati saranno conseguiti consisteranno in: lezioni frontali, testimonianze, analisi e discussioni di casi aziendali, lavori di gruppo e seminari di approfondimento, produzione di elaborati.</p> <p>D. Capacità di apprendimento Gli studenti devono aver sviluppato buone capacità di apprendimento, che consentano loro di approfondire le conoscenze acquisite durante il corso affrontando percorsi successivi di studio sui temi dell'internazionalizzazione delle imprese, e di acquisire nuove conoscenze, competenze e abilità attraverso esperienze professionali e lavorative.</p>
<p>Competenze da acquisire</p>	<p>RISULTATI ATTESI</p> <p>A. Conoscenza di alcuni temi d'avanguardia nell'ambito della materia oggetto di studio. Si analizzeranno fenomeni internazionali e i loro effetti sui territori UE e Extra-UE.</p> <p>B. Approccio professionale al proprio lavoro e possesso di competenze adeguate per concepire argomentazioni, sostenerle e per risolvere problemi nell'ambito della materia oggetto di studio. Capacità di raccogliere e interpretare dati utili a determinare</p>

	<p>giudizi autonomia. Lo studente dovrà essere in grado di affrontare e risolvere fenomeni di globalizzazione sia delle PMI che delle Multinazionali.</p> <p>C. Capacità di comunicare informazioni, idee, problemi e soluzioni ad interlocutori specialisti e non specialisti. L'analisi di bilancio consolidato permetterà ad interlocutori specialisti la comprensione e la soluzione di problematiche internazionali, mentre ad interlocutori non specialisti le soluzioni verranno fornite con l'ausilio di elaborati grafici.</p> <p>D. Capacità di intraprendere studi successivi con un alto grado di autonomia. Conoscenze multidisciplinari sui casi di studio oggetto del corso.</p>
<p>Organizzazione della didattica</p>	<p>DIDATTICA EROGATIVA</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 6h di videolezioni registrate fruibili da piattaforma. ➤ N. 2 incontri sincroni in piattaforma. ➤ Podcast di tutte le video lezioni sopramenzionate. <p>DIDATTICA INTERATTIVA</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 1 forum di orientamento al corso; ➤ 2 forum di approfondimento tematico (1 per modulo); ➤ possibilità di svolgere lavori di (e in) gruppo; ➤ 2 <i>e-tivity</i> strutturate (come descritte nelle Modalità di verifica in itinere). <p>AUTOAPPRENDIMENTO</p> <p>Per ciascun modulo sono previsti materiali didattici: approfondimenti tematici, articoli e slide del docente, letture open access, risorse in rete, bibliografia di riferimento, ecc.</p>
<p>Testi consigliati per l'esame</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Caroli M. (2020), <i>Economia e gestione sostenibile delle imprese</i>, Mc Graw Hill, Roma. ➤ Musso F., Francioni B. (2019), <i>Marketing per i mercati esteri</i>, Egea, Milano.
<p>Modalità di verifica in itinere</p>	<p>L'accesso alla prova finale (esame) è subordinato allo svolgimento delle seguenti 2 e-tivity:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ E-tivity 1 –Modulo 1: Elaborato su tema proposto dalla docente. ➤ E-tivity 2 - Modulo 2: questionario costituito da 2 domande a risposta aperta.
Modalità di svolgimento dell'esame finale	La verifica dell'apprendimento avverrà attraverso il colloquio orale sui contenuti del corso e sull'eventuale relazione finale presentata. Il voto (min 18, max 30 con eventuale lode) è determinato dal livello della prestazione per ognuna delle seguenti dimensioni dell'esposizione orale: padronanza dei contenuti, appropriatezza delle definizioni e dei riferimenti teorici, chiarezza dell'argomentare, dominio del linguaggio specialistico.
Lingua d'insegnamento	Italiano