# Business globale – Cross Cultural Management (con modulo di Strategie di Business Internazionale)

## Proff. Marco Grumo, Roberto Belotti

***OBIETTIVO DEL CORSO E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI***

**Obiettivo**

L’insegnamento di Business globale – Cross Cultural Management presenta le principali caratteristiche e problematiche del management internazionale e interculturale. In particolare, saranno affrontati gli aspetti fondamentali dei seguenti temi:

 a. business globale

1. cross cultural management;
2. international marketing e international sales management;
3. international human resource management;
4. cross cultural communication;
5. export management.

L’insegnamento affronterà brevemente anche i temi dell’ESG management, del diversity management, del management by objectives e del team building applicati ai contesti aziendali delle imprese internazionali e cross-cultural.

**Risultati di apprendimento attesi**

*Conoscenza e comprensione*

Al termine dell'insegnamento, lo studente sarà in grado di:

* comprendere i concetti e i principi fondamentali del cross cultural management, del marketing internazionale, del sales & export management, della comunicazione cross-culturale e della gestione delle risorse umane internazionale;
* interpretare alcuni problemi concreti di management riferiti agli aspetti sopra indicati.

*Capacità di applicare* *conoscenza e comprensione*

Al termine dell'insegnamento, lo studente sarà in grado di identificare alcune soluzioni di management per gestire al meglio gli aspetti interculturali connessi al management internazionale, alla comunicazione e al marketing internazionale, al sales & export management e alla gestione delle risorse umane, in modo da massimizzare il fatturato, la redditività, e in generale valore dell’impresa, sui mercati esteri, sia nel breve che nel medio-lungo periodo.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Il corso si articola in quattro parti strettamente collegate:

* nella *prima parte* del corso si introducono i principi fondamentali dell’ESG management nello scenario delle imprese internazionali e globali;
* nella *seconda* *parte* del corso si introducono alcune nozioni di base del cross-cultural management tipiche delle imprese internazionali e globali;
* nella *terza parte,* si introducono i principi fondamentali dell’international marketing, della cross-cultural communication e dell’international sales & export management;
* nella *quarta parte,* si illustrano i principi dell’international human resource management (IHRM).

***BIBLIOGRAFIA***

Un libro a scelta tra a), b), c):

* A. Cianfaldoni S., *Cross cultural skills. Competenze interculturali e cross cultural management*, Pisa University Press; + Guercini S*., Marketing e management interculturale,* Il Mulino 2010;
* B. Helmold M., Dathe T., Hummel F., Terry B., Pieper J. Editors, *Successful international negotiations. A practical guide for managing transactions and deals.* Springer, 2020;
* C. Schembri S., *East meets west. A guide to cross cultural management and negotiations,* 2016.

Materiale delle lezioni fornito dal docente e pubblicato nella piattaforma blackboard.

***DIDATTICA DEL CORSO***

Il corso viene svolto secondo la metodologia didattica della discussione di articoli, casi, presentazioni, materiale video (in italiano e inglese), seguite da momenti di concettualizzazione, modellizzazione e/o esercitazioni e simulazioni.

Gli studenti impossibilitati a frequentare le lezioni troveranno comunque tutto il materiale presentato a lezione e i relativi riferimenti nella piattaforma blackboard.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

L’esame si svolge in forma scritta, mediante una prova finalizzata a valutare la conoscenza degli argomenti segnalati nel presente programma. L’esame scritto si compone di tre/quattro domande relative ai contenuti indicati nel presente programma. Tutte le domande proposte saranno identificate a partire dalla bibliografia indicata nel presente programma. Ciascuna risposta alle domande sarà valutata dal docente con un voto da 0/30 a 31/30 e il voto finale dell’esame scritto, espresso in trentesimi, sarà pari alla media semplice dei voti conseguiti dallo studente nelle singole domande.

Qualora lo studente conseguisse il punteggio di zero/trentesimi, anche in una sola della domande, la prova risulterà complessivamente insufficiente.

Il punteggio massimo dell’esame scritto è pari a 31/30.

La valutazione delle singole risposte terrà conto dei seguenti criteri: pertinenza della risposta, completezza, capacità di rielaborazione, esemplificazione e collegamento dello studente, chiarezza espositiva.

Oltre all’esame scritto agli studenti sarà richiesto di produrre e consegnare al docente, circa una settimana prima dell’inizio della sessione d’esame, un elaborato scritto (assignement), che sarà presentato dal docente durante il corso e comunque nella piattaforma blackboard. Tale elaborato sarà valutato in trentesimi. La valutazione dell’elaborato terrà conto dei seguenti criteri: completezza della trattazione e delle fonti; capacità di collegamento e di rielaborazione mostrata dallo studente; correttezza dei contenuti e della forma espositiva utilizzata.

Gli studenti che non hanno consegnato l’assignment entro il termine sopra indicato dovranno consegnarlo al docente il giorno in cui si presenteranno all’esame scritto. In questo caso, avendo lo studente avuto più tempo a disposizione per la sua redazione, il voto dell’assigment peserà il 10% ai fini del calcolo del voto finale.

Ad eccezione del caso indicato nel paragrafo precedente (e cioè di consegna tardiva dell’assignment), il voto dell’esame conseguito dallo studente, espresso in trentesimi, sarà pari alla media ponderata del voto conseguito nella prova scritta (pesato al 70%) e del voto conseguito nell’elaborato scritto – assignment – presentato nel termine ordinario (pesato al 30%).

Qualora il covid imponesse il ritorno agli esami a distanza, l’esame sarà svolto in forma orale e avrà la stessa struttura in precedenza indicata con riferimento all’esame scritto.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

L’insegnamento non necessita di prerequisiti relativi ai contenuti. La frequenza alle lezioni è vivamente consigliata.

*Orario e luogo di ricevimento degli studenti*

Il prof. Grumo riceve gli studenti presso il suo studio dell’Università Cattolica oppure online nei giorni indicati mediante avviso pubblicato nella sua pagina docente e/o su appuntamento fissato via mail direttamente con lo studente (marco.grumo@unicatt.it).

# Laboratorio di strategia internazionale

## Prof. Roberto Belotti

***OBIETTIVO DEL LABORATORIO E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI***

***Obiettivo del laboratorio***

Il laboratorio di strategia internazionale, impartito in lingua italiana, persegue, anche mediante la presentazione e lo studio di materiale in lingua inglese tra cui le convenzioni OCSE contro le doppie imposizioni, due obiettivi didattici principali:

1. che lo studente acquisisca competenze circa le strategie adottate dalle imprese multinazionali con particolare riferimento alle problematiche di carattere fiscale legate alla crescente globalizzazione delle economie (cd. internazionalizzazione);
2. che lo studente apprenda competenze di base riguardo il commercio, le regole di costituzione di una società all’estero nonché la fiscalità internazionale di alcuni paesi esteri di matrice UE e non UE.

Scopo del laboratorio è introdurre gli studenti sia all’approfondimento dei temi di strategia delle imprese multinazionali che della fiscalità estera sulla base del presupposto che l’internazionalizzazione, ovvero la tendenza delle imprese alla dislocazione della produzione e/o distribuzione nei mercati esteri, può assumere differenti modalità a seconda del paese in cui l’attività viene esercitata.

***Risultati di apprendimento attesi***

*Conoscenza e comprensione*

Al termine del laboratorio, lo studente sarà in grado di comprendere:

* le principali strategie adottate dalle imprese internazionali;
* le principali prerogative e i criteri a cui è informata la fiscalità internazionale;
* le regole fondamentali che presiedono al funzionamento di un’attività imprenditoriale dislocata o con sede all’estero;

*Capacità di applicare conoscenza e comprensione*

Al termine del laboratorio~~,~~ lo studente sarà in grado di:

* leggere, analizzare e interpretare nel suo complesso le strategie adottate dalle imprese internazionali con riguardo ai rapporti di gruppo fra controllanti/controllate operanti in Paesi diversi;
* orientarsi tra le differenti normative fiscali e societarie adottate in altre giurisdizioni;

***PROGRAMMA DEL LABORATORIO***

La lezione tipo si articola idealmente in tre parti:

1. nella *prima parte* vengono sinteticamente affrontati i temi connessi alle regole societarie e fiscali di un paese mediante il supporto di una S*cheda Paese* dedicata;
2. nella *seconda parte* viene dato spazio agli studenti i quali, con l’aiuto del docente e delle slide di volta in volta rese disponibili sul sito, cercheranno di far emergere i concetti chiave in funzione del particolare tema oggetto della lezione;
3. infine nella *terza parte* sono approfonditi gli argomenti e le problematiche emerse in modo tale da fornire una sintesi ragionata e razionale dell’argomento trattato (costituzione della società all’estero, stabile organizzazione, trattamento dividendi e interessi, prezzi di trasferimento, direttive comunitarie, norme contro le doppie imposizioni, etc.).

***BIBLIOGRAFIA***

* Materiale fornito dal docente e pubblicato nella piattaforma blackboard. (Alcuni materiali potranno essere proposti nella piattaforma blackboard in lingua inglese).
* Model Convention with respect to taxed on income and on capitale (OECD – in lingua inglese).
* annual report di gruppi internazionali (in lingua italiana) forniti dal docente e pubblicati nella piattaforma blackboard.
* annual report di di gruppi internazionali (in lingua inglese) forniti dal docente e pubblicati nella piattaforma blackboard.
* Testi di approfondimento:
	+ AA. VV., a cura di P. Valente, “*Internazionalizzazione dell’impresa e gestione dei mercati esteri*”, Milanofiori Assago, Ipsoa, 2016.
	+ AA. VV., a cura di G. Odetto , “*Manuale della fiscalità internazionale*”, Torino, Eutekne Spa, 2020.

***DIDATTICA DEL LABORATORIO***

Il metodo didattico impiegato in questo laboratorio si fonda largamente su lezioni frontali integrate con alcuni casi di studio proposti settimanalmente in funzione della S*cheda Paese* che viene di volta in volta analizzata.

Gli studenti impossibilitati a frequentare troveranno comunque tutto il materiale presentato a lezione e i relativi riferimenti nella piattaforma blackboard.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

***Il laboratorio prevede la predisposizione di un paper finale scritto che riunisce tutti i lavori effettuati di volta in volta durante le lezioni, integrati e riordinati fra loro; per gli studenti che non hanno seguito le lezioni o partecipato ad almeno 7 lavori di gruppo, verrà assegnato un paper finale su un tema concordato con il docente secondo le modalità indicate a lezione o sulla pagina blackboard. Il lavoro sarà valutato con un punteggio in trentesimi.***

La valutazione dell’assignment terrà conto dei seguenti criteri: pertinenza dell’approfondimento, completezza, capacità di rielaborazione, di esemplificazione e di collegamento dello studente, chiarezza espositiva.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

Il laboratorio non necessita di particolari prerequisiti, anche se esso è strettamente ed organicamente connesso con l’insegnamento di Organizzazione e management delle imprese internazionali. La conoscenza della lingua inglese scritta, il superamento dell’esame di Organizzazione e management delle imprese internazionali, nonchè la frequenza alle lezioni sono vivamente consigliate.

*Orario e luogo di ricevimento degli studenti*

Il prof. Belotti riceve su appuntamento fissato via e-mail (roberto.belotti@unicatt.it) direttamente con lo studente presso il suo studio dell’Università Cattolica.