# . – Organizzazione e management delle imprese internazionali e globali

## Prof. Marco Grumo

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

**Obiettivo**

L’insegnamento di Organizzazione e management delle imprese internazionali persegue cinque obiettivi didattici principali:

* acquisire i principi fondamentali e il linguaggio tipico dell’organizzazione e del management delle imprese internazionali operanti nel mercato globale;
* presentare le caratteristiche di alcuni mercati esteri europei e non europei;
* approfondire le caratteristiche e le logiche di funzionamento delle imprese internazionali e globali;
* conoscere le caratteristiche e le problematiche specifiche dell’internazionalizzazione delle imprese italiane;
* acquisire competenze di carattere introduttivo circa la struttura e la lettura del bilancio di esercizio e del bilancio consolidato delle imprese internazionali e delle imprese italiane operanti all’estero, nonché circa gli strumenti del business model canvas e del business plan, applicati alle imprese nazionali e internazionali.

Scopo dell’insegnamento è introdurre gli studenti, anche mediante analisi di casi, ai temi fondamentali dell’organizzazione e del management delle imprese internazionali e delle imprese italiane che svolgono attività all’estero.

L’insegnamento si propone in particolare di fornire agli studenti, tra le altre, le nozioni di base di: strategia di espansione globale, organizzazione dell’impresa internazionale, strategie di entrata e alleanze strategiche, produzione globale, outsourcing e logistica, marketing globale, catena del valore globale, internazionalizzazione delle imprese, international human resource management, bilancio di esercizio, bilancio consolidato delle imprese internazionali, business model canvas, business plan (applicati sia alle imprese nazionali che a quelle internazionali).

**Risultati di apprendimento attesi**

*Conoscenza e comprensione*

Al termine dell'insegnamento, lo studente conoscerà:

* le nozioni fondamentali dell’organizzazione e del management delle imprese internazionali e globali;
* le caratteristiche di alcuni mercati esteri europei e non europei;
* i principi fondamentali che guidano il funzionamento delle imprese internazionali e delle imprese nazionali che svolgono attività all’estero;
* le principali problematiche dell’internazionalizzazione delle imprese italiane;
* il funzionamento di alcuni strumenti tipici della gestione delle imprese locali, internazionali e globali, e in particolare, gli aspetti principali del bilancio di esercizio e del bilancio consolidato di gruppo, nonché del business model canvas e del business plan. (Saranno presentati anche bilanci di imprese appartenenti a gruppi esteri e redatti in diverse lingue straniere).

*Capacità di applicare conoscenza e comprensione*

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

* leggere le caratteristiche peculiari e i punti di forza e di debolezza delle imprese internazionali e globali e delle imprese locali operanti all’estero, grazie anche allo studio di casi aziendali operanti in diversi settori e in diversi Paesi;
* comprendere le caratteristiche peculiari di alcuni mercati esteri europei e non europei;
* comprendere i fenomeni e le principali problematiche dell’internazionalizzazione delle imprese italiane e dell’export management;
* leggere e analizzare, in modo elementare, i bilanci di esercizio e i bilanci consolidati, di imprese italiane, estere e di gruppi internazionali;
* comprendere la logica di redazione e di funzionamento del business plan e del business model canvas.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Il corso si articola in quattro parti:

1. Nella *prima parte* del corso si riprendono le seguenti nozioni di base: istituto, azienda, struttura delle aziende, assetto istituzionale, gruppi aziendali, franchising, gestione, patrimonio, organizzazione, organismo personale, gestione delle risorse umane, strategia, sostenibilità economica, bilancio.
2. Nella *seconda parte* del corso saranno affrontati, oltre alle sfide di management delle imprese internazionali e operanti all’estero, i seguenti temi specifici dell’international business: la globalizzazione; le differenze culturali tra Paesi; l’etica e la corporate social responsibility negli affari internazionali; la teoria del commercio internazionale; gli investimenti diretti esteri; la strategia di espansione globale; l’organizzazione dell’impresa internazionale; le strategie di entrata e le alleanze strategiche; la produzione globale: outsourcing e logistica; il marketing globale e la ricerca e sviluppo.
3. Nella *terza parte* del corso si presenteranno le caratteristiche fondamentali di alcune economie e mercati esteri, sia europei che non europei nonché le caratteristiche e le problematiche fondamentali dell’internazionalizzazione delle piccole e medie imprese italiane e dell’export management.
4. Nella *quarta parte* del corso, si affrontano in modo introduttivo i temi del bilancio di esercizio, del bilancio consolidato di gruppo, del business model canvas e del business plan (applicati alle imprese internazionali e in generale operanti all’estero). Saranno presentati anche casi di bilanci di imprese estere redatti in diverse lingue straniere.

***BIBLIOGRAFIA***

# Hill, C.W.L., 2017, “*International business*” . *Economia e strategia internazionale: l’impresa nei mercati globali*, hoepli. (Capitoli: 1, 3, 4, 5, 7, 12, 13, 14, 15, 16). In alternativa al libro di testo in italiano è possibile studiare anche sulla versione inglese (Hill, C.W.L., 2019, “*International Business*”, *Competing in the Global Marketplace*, 12th edition, McGraw-Hill Higher Education).

* Grumo M., (2019), “*Doing Business Worldwide*, *Fare Business in Asia, America, Medio Oriente, Europa e Africa”*, *Volume 1*, Educatt. In alternativa GRUMO (2020), “*Doing Business Worldwide*, *Doing Business in Europe”,* Volume 2, Educatt.
* Materiale delle lezioni fornito dal docente e pubblicato nella piattaforma blackboard. Alcuni materiali potranno essere proposti nella piattaforma blackboard in lingua inglese e in altre lingue straniere (a scelta dello studente). I materiali includeranno anche alcune registrazioni audio e video delle lezioni pubblicate dal docente in Blackboard secondo le indicazioni dell’Ateneo.

Letture opzionali

* Manelli M. (2017), *L’internazionalizzazione d’impresa*, Franco Angeli. [Acquista da V&P](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/massimo-manelli/linternazionalizzazione-dimpresa-9788891752017-528186.html)
* Addari A., (2020), “*Professione export management*”. *Strategie ed esperienze per internazionalizzare le imprese*. Rubettino Editore. [Acquista da V&P](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/alessandro-addari/professione-export-manager-strategie-ed-esperienze-per-internazionalizzare-le-imprese-9788849858396-683218.html)

***DIDATTICA DEL CORSO***

Il metodo didattico impiegato si fonda largamente su lezioni frontali, integrate da approfondimenti e testimonianze di esperti (in presenza e/o online). Il metodo didattico prevede anche l’utilizzo di supporti audio e video, la discussione di casi di studio, lo studio di articoli, di documenti, ricerche, bilanci economici e annual reports di imprese italiane operanti all’estero e di imprese internazionali e globali (anche redatti in lingua inglese o in altra lingua straniera, a scelta dello studente); infine è prevista la preparazione di elaborati da parte degli studenti.

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 di Organizzazione e management delle imprese internazionali e globali 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 presentati nelle quattro parti del corso. Una o più domande potrebbero anche consistere nel commento da parte dello studente di un caso aziendale, di uno stralcio di un bilancio di esercizio, di un bilancio consolidato, di un business plan o di un business model canvas, di un articolo assegnato dal docente oppure in un esercizio da svolgere proposto dal docente.

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 un elaborato scritto (assignment) entro la fine del mese di maggio, che sarà presentato dal docente all’inizio del corso e comunque nella piattaforma blackboard. Tale elaborato sarà valutato in trentesimi. La valutazione dell'elaborato prodotto dagli studenti tiene 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, originalità nelle analisi e nelle soluzioni identificate.

Gli studenti che non presenteranno l’assignment entro le scadenza sopra indicata dovranno consegnarli necessariamente il giorno in cui si presenteranno all’esame scritto. In questo caso, avendo avuto a disposizione più tempo per la redazione dell’elaborato, il voto conseguito nell’assignment costituirà il 10% del voto finale dell’esame.

Il voto finale, in trentesimi, conseguito complessivamente dallo studente all’esame sarà pari alla media ponderata del voto conseguito nella prova scritta (pesata al 70%) e del voto conseguito nell’assignment – presentato dallo studente entro i termini avanti indicati.

E’ prevista una prova scritta intermedia al termine del primo semestre di corso composta da domande aperte e/o test con domande a risposta chiusa (a scelta multipla o “true & false”) relative ai contenuti della prima parte del programma sopra indicato e ai seguenti contenuti della seconda parte: la globalizzazione; le differenze culturali tra Paesi; l’etica e la corporate social responsibility negli affari internazionali; la teoria del commercio internazionale; gli investimenti diretti esteri. (Capp. 1, 3, 4, 5, 7, Hill, C.W.L., 2017, International business. Economia e strategia internazionale: l’impresa nei mercati globali, Hoepli).

La valutazione della prova intermedia è espressa in trentesimi.

L’insufficienza conseguita nella prova intermedia obbliga lo studente al sostenimento dell’esame completo in forma scritta su tutto il programma.

In caso di sufficienza conseguita nella prova intermedia, lo studente sosterrà invece il completamento dell’esame, consistente anch’essa in una prova scritta relativa ai contenuti del programma non coperti dalla prova intermedia (seconda parte del programma – capp. 12, 13, 14, 15, 16, - Hill, C.W.L., 2017, “International business”. Economia e strategia internazionale: l’impresa nei mercati globali, Hoepli - parte terza e quarta del programma).

Nel caso di sostenimento della prova intermedia, il voto finale dell’esame sarà pari alla media ponderata tra il voto positivo conseguito nella prova intermedia (pesato al 50%) e quello ottenuto nella prova scritta di completamento (pesato al 50%). Tale voto andrà poi mediato con quello conseguito nell’elaborato scritto presentato dallo studente nei termini indicati secondo i seguenti pesi: voto finale dell’esame (70%), voto assigment (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 conoscenza della della lingua inglese e di una seconda lingua straniera, nonchè l’aver sostenuto l’esame di economia aziendale e management e la frequenza alle lezioni in presenza e on line sono vivamente consigliate.

*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).