



UNICUSANO

Università degli Studi Niccolò Cusano - Telematica Roma

Insegnamento	ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE INTERNAZIONALI
Livello e corso di studio	Corso di Laurea Magistrale in Scienze Economiche – Curriculum Mercati Globali e Innovazione digitale (Biennio classe LM-56)
Settore scientifico disciplinare (SSD)	SECS-P/08
Anno di corso	2
Anno Accademico	2020-2021
Numero totale di crediti	9
Propedeuticità	Nessuna
Docente	Hooman Seyed Banhashemi Facoltà: Economia Nickname: hooman Email: hooman@unicusano.it Orario di ricevimento: consultare calendario videoconferenze
Presentazione	Il corso di Economia e Gestione delle Imprese Internazionali affronta, nell'ambito delle discipline economico-aziendali delle lauree magistrali, lo studio dei principali strumenti e delle modalità di internazionalizzazione delle imprese.
Obiettivi formativi	Il corso di Economia e Gestione delle imprese Internazionali ha i seguenti obiettivi formativi: <ol style="list-style-type: none">i. illustrare l'evoluzione e le tendenze in atto nell'integrazione dei mercati;ii. fornire i metodi di analisi dei mercati esteri;iii. far acquisire la conoscenza delle strategie internazionali e delle modalità di ingresso nei mercati esteri;iv. far acquisire la capacità di elaborare piani di marketing internazionale;v. far acquisire la conoscenza degli strumenti tecnici all'internazionalizzazione delle imprese;vi. sviluppare la capacità di utilizzare gli strumenti all'internazionalizzazione a supporto dei processi di scelta delle modalità d'internazionalizzazione attraverso l'analisi e la discussione di case studies.
Risultati di apprendimento attesi	Conoscenza e capacità di comprensione Lo studente al termine del Corso avrà acquisito le conoscenze e gli strumenti analitici e operativi per comprendere e interpretare le problematiche di funzionamento delle imprese in ambienti internazionali complessi. Avrà maturato la consapevolezza degli ambiti della teoria dell'impresa nei processi di internazionalizzazione. Applicazione delle conoscenze Lo studente sarà in grado di utilizzare la conoscenza acquisita per rafforzare la capacità di ragionamento critico e la capacità decisionale particolarmente con riferimento alle scelte imprenditoriali e manageriali nel panorama economico sempre più internazionalizzato e globale. Le Etivity prevedono l'applicazione delle conoscenze teoriche a problemi pratici da risolvere con l'ausilio di esercitazioni, forum e lavori di gruppo. Capacità di trarre conclusioni

	<p>Lo studente sarà in grado di riconoscere e valutare le caratteristiche strutturali e le dinamiche competitive in cui operano le imprese sui mercati internazionali. Inoltre, lo studente sarà in grado di comprendere e giudicare la natura delle scelte effettuate da imprenditori e manager nelle scelte di gestione internazionale.</p> <p>Abilità comunicative Lo studente sarà in grado di descrivere e sostenere conversazioni, particolarmente con riferimento alle scelte imprenditoriali e manageriali nei contesti globali e a forte caratterizzazione di internazionalizzazione.</p> <p>Capacità di apprendere Lo studente al termine del Corso avrà la conoscenza delle nozioni fondamentali necessarie per sviluppare una visione sistemica di analisi e interpretazione delle imprese internazionali e dei loro comportamenti nell'ambiente competitivo globale.</p>
Prerequisiti	Per poter raggiungere pienamente gli obiettivi dell'insegnamento è bene conoscere gli elementi basilari dell'economia aziendale e dell'Economia e Gestione delle Imprese
Organizzazione dell'insegnamento	<p>Il corso è sviluppato attraverso le lezioni preregistrate audio-video che compongono, insieme a slide e dispense, i materiali di studio disponibili in piattaforma.</p> <p>Sono poi proposti dei test di autovalutazione, di tipo asincrono, che corredano le lezioni preregistrate e consentono agli studenti di accertare sia la comprensione, sia il grado di conoscenza acquisita dei contenuti di ognuna delle lezioni.</p> <p>La didattica interattiva è in parte svolta nel forum della "classe virtuale" e comprende esercizi che prevedono l'applicazione delle nozioni acquisite nelle lezioni di teoria. I forum costituiscono uno spazio di discussione asincrono, dove i docenti e/o i tutor individuano i temi e gli argomenti più significativi dell'insegnamento e interagiscono con gli studenti iscritti.</p> <p>Il Corso di Economia e Gestione delle imprese Internazionali prevede 9 Crediti formativi. Il carico totale di studio per questo modulo di insegnamento è compreso tra 220 e 250 ore così suddivise in:</p> <p>Circa 180 ore per la visualizzazione e lo studio del materiale videoregistrato.</p> <p>Circa 30 ore di Didattica Interattiva per l'elaborazione e la risoluzione degli esercizi.</p> <p>Circa 10 ore di Didattica Interattiva per l'esecuzione dei test di autovalutazione.</p> <p>Si consiglia di distribuire lo studio della materia uniformemente in un periodo di 10/12 settimane dedicando, ove necessario e per gli argomenti centrali del corso, tra le 20 alle 40 ore di studio a settimana.</p> <p>Programma ridotto (per CFU inferiori a 9):</p> <p>Moduli:</p> <p>Materiali per la preparazione dell'esame: Lezioni e dispense presenti in piattaforma.</p> <p>Testi consigliati:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Valdani-Bertoli - "Marketing Internazionale" - Egea - Seconda Edizione 2018 – - Hooman Banihashemi - "Strumenti Tecnici all'Internazionalizzazione" - Terza Edizione - Disponibile on line tra materiale didattico; - Musso Francioni – “Marketing per i mercati esteri” – Egea – 2019.
Contenuti del corso	- La globalizzazione dei mercati;

- L'impresa e le strategie internazionali;
- L'analisi dei mercati esteri
 - l'attrattività dei paesi;
 - l'accessibilità dei paesi;
- Le modalità d'ingresso nei mercati esteri
 - l'esportazione
 - l'insediamento produttivo estero
 - gli accordi di collaborazione internazionale
- Le politiche di marketing internazionale
 - la politica del prodotto
 - la politica dei prezzi
 - la politica di comunicazione
- Enti e istituti a supporto dell'internazionalizzazione
- Rischi e assicurazioni internazionali
- Strumenti di pagamento e di finanziamento internazionali
- Soggetti, documenti e strumenti a supporto delle operazioni internazionali
- Dogane e fiscalità internazionale

Dettaglio moduli:

MODULO 1 : Ambiente e mercati internazionali

(7 lezioni di teoria videoregistrata, test di autovalutazione per un impegno totale di 35 ore)

- 1. L'integrazione dei mercati
- 2. La Filiera internazionale
- 3. Il fenomeno dell'interscambio
- 4. Il controllo nelle imprese, nei gruppi e nelle reti internazionali
- 5. Le strategie internazionali
- 6. L'attrattività dei paesi esteri

7. L'accessibilità dei paesi esteri

MODULO 2: Le modalità di ingresso nei mercati internazionali

(4 lezione di teoria videoregistrata, test di autovalutazione per un impegno totale di 20 ore)

8. L'esportazione

9. La cooperazione internazionale

10. "Il Franchising" forma di cooperazione internazionale

11. L'insediamento produttivo estero

MODULO 3: Operatività nei mercati internazionali (prima parte)

(9 lezione di teoria videoregistrata, test di autovalutazione per un impegno totale di 45 ore)

12. Enti e gli istituti a supporto dell'internazionalizzazione

13. Pagamenti internazionali

14. Lettera di Credito

15. Finanziamenti internazionali

16. Condizioni di resa e gli "incoterms"

17. Countertrade

18. Rischi tecnici

19. Rischi relazionali

20. Sace-Simest

Etivity 1 – Esercitazione riepilogativa dei moduli precedenti (20 ore di carico di studio)

MODULO 4: Operatività nei mercati internazionali (seconda parte)

(4 lezione di teoria videoregistrata, test di autovalutazione per un impegno totale di 20 ore)

	<p>21. Il contratto e l'arbitrato internazionale</p> <p>22. Documentazione e operatori commerciali internazionali</p> <p>23. Le dogane</p> <p>24. Fiscalità internazionale</p> <p><u>MODULO 5: IL Marketing Internazionale</u></p> <p>(5 lezione di teoria videoregistrata, test di autovalutazione per un impegno totale di 25 ore)</p> <p>25. Politica di prodotto (parte I)</p> <p>26. Politica di prodotto (parte II)</p> <p>27. Politica di prezzo</p> <p>28. Politica di marca</p> <p>29. Politica di comunicazione</p> <p>Etivity 2 – Esercitazione riepilogativa dei moduli precedenti (20 ore di carico di studio)</p>
Materiali di studio	<p>Materiali didattici a cura del docente</p> <p>Testi consigliati:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Valdani-Bertoli - "Marketing Internazionale" - Egea - Seconda Edizione 2018 – - Hooman Banihashemi - "Strumenti Tecnici all'Internazionalizzazione" - Terza Edizione - Disponibile on line tra materiale didattico; - Musso Francioni – “Marketing per i mercati esteri” – Egea – 2019.
Metodi didattici	<p>Il corso è sviluppato attraverso le lezioni preregistrate audio-video che compongono, insieme a slide e dispense, i materiali di studio disponibili in piattaforma.</p> <p>Sono poi proposti dei test di autovalutazione, di tipo asincrono, che corredano le lezioni preregistrate e consentono agli studenti di accertare sia la comprensione, sia il grado di conoscenza acquisita dei contenuti di ognuna delle lezioni.</p> <p>Sono altresì disponibili lezioni in web-conference programmate a calendario che si realizzano nei periodi didattici.</p> <p>La didattica si avvale, inoltre, di forum (aule virtuali) e chat disponibili in piattaforma che costituiscono uno spazio di discussione asincrono, dove i docenti e/o i tutor individuano i temi e gli argomenti più significativi dell'insegnamento e interagiscono con gli studenti iscritti.</p>
Modalità di verifica dell'apprendimento	<p>L'esame consiste di norma nello svolgimento di una prova orale e/o scritta tendente ad accertare le capacità di analisi e rielaborazione dei concetti acquisiti.</p> <p>La prova orale consiste in un colloquio tendente ad accertare il livello di preparazione dello studente.</p> <p>La prova scritta prevede 20 domande a risposta chiusa e una domanda aperta da scegliere tra due proposte. Ad ogni domanda chiusa esatta viene attribuito un valore pari a 1, la domanda a risposta aperta può essere valutata fino a 10.</p> <p>I risultati di apprendimento attesi circa le conoscenze dell'economia e gestione delle imprese internazionali e la capacità di applicarle sono valutate considerando le domande aperte che vertono su argomenti del corso per le quali lo studente può dimostrare di aver appreso le conoscenze richieste modulando la propria risposta in funzione della preparazione acquisita.</p>

	Possono essere oggetto di domanda di esame le tematiche affrontate nel corso delle e-tivity che rientrano nella valutazione finale
Criteri per l'assegnazione dell'elaborato finale	L'assegnazione dell' elaborato finale avverrà sulla base di un confronto con il docente in cui lo studente manifesterà i propri specifici interessi in relazione a qualche argomento che intende approfondire; non esistono preclusioni alla richiesta di assegnazione della tesi e non è prevista una media particolare per poterla richiedere.