



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PARMA
FACOLTA' DI ECONOMIA

GUIDA
ai corsi di studio della
FACOLTA' di ECONOMIA

Corsi di Laurea Specialistica

AMMINISTRAZIONE E DIREZIONE AZIENDALE
FINANZA E RISK MANAGEMENT
TRADE MARKETING E STRATEGIE COMMERCIALI
MARKETING
(classe 84/s)

SVILUPPO LOCALE, COOPERAZIONE E MERCATI
INTERNAZIONALI
(classe 64/s)

Secondo Anno
a.a. 2009/2010

La redazione della presente guida è stata curata da:
Prof. Annamaria Olivieri (Coordinatore)
Sig.ra Barbara Violi

*Ultimo aggiornamento: **30 luglio 2009***

INDICE

1	Saluto del Preside.....	5
2	I concetti di base della riforma universitaria	8
3	La Facoltà di Economia dell'Università di Parma	11
3.1	I docenti	11
3.2	Organizzazione.....	16
3.3	Dove si trova.....	17
3.4	Servizi.....	19
3.4.1	Segreteria Studenti	19
3.4.2	Front Office.....	20
3.4.3	Fotoriproduzione e Stampa (Ufficio Fotocopie)	20
3.4.4	Portineria.....	21
3.4.5	Tutor	21
3.4.6	Placement e portale del servizio POSTlaurea	21
3.4.7	Centro Servizi Bibliotecari ed Informatici (CSIBE)	22
3.5	Altri recapiti utili	24
3.6	Iniziative degli studenti	25
3.6.1	Rappresentanti degli studenti.....	25
3.6.2	Junior Enterprise	25
3.6.3	Oikosmos	26
4	I percorsi formativi dell'a.a. 2009/2010.....	28
4.1	I corsi di studio.....	28
4.2	Corsi di laurea specialistica delle classi 84/s e 64/s: obiettivi, sbocchi professionali	31
4.2.1	ADA – classe 84/s	31
4.2.2	FRIM – classe 84/s	32
4.2.3	TRADE – classe 84/s	33
4.2.4	SVIL – classe 64/s	39
4.3	Iscrizioni.....	41
4.4	Il calendario didattico.....	43
4.5	Opportunità formative all'estero o presso aziende.....	46
4.5.1	Programma SOCRATES / ERASMUS.....	46
4.5.2	Programma SOCRATES / LEONARDO	48
4.5.3	Stage presso imprese	49
5	I contenuti dei corsi di laurea ex 509/99 in dettaglio	50
5.1	Il piano degli studi dell'ADA – classe 84/s.....	50

5.2	Il piano degli studi del FRIM – classe 84/s	52
5.3	Il piano degli studi del TRADE – classe 84/s	55
5.4	Il piano degli studi dello SVIL – classe 64/s	58
5.5	Attività a scelta	61
5.6	Abilità diverse	64
5.7	Idoneità linguistiche	64
5.8	Tesi e iscrizione all'esame di laurea	65
5.9	Voto di laurea	66
6	I contenuti degli insegnamenti del secondo anno	69

1 **Saluto del Preside**

Gli studi in Economia offrono un ventaglio di sbocchi tra i più ampi: dalle professioni consolidate a quelle emergenti, dal settore privato a quello pubblico, dalla realtà locale a quella internazionale.

In questa prospettiva, la Facoltà di Economia di Parma offre un'attività formativa ampia e articolata ed è impegnata costantemente ad aggiornare i programmi ed i contenuti didattici per garantire agli studenti che la scelgono una preparazione adeguata ad affrontare le nuove richieste del mercato del lavoro, nazionale ed europeo.

La Facoltà di Economia di Parma, che ha una tradizione consolidata nel campo degli studi economici, realizza questo obiettivo attraverso i seguenti strumenti:

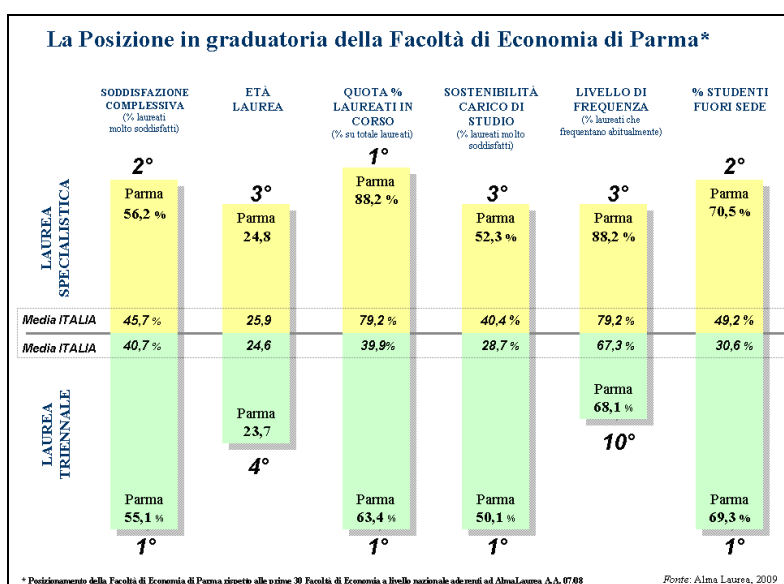
- docenti di elevata qualificazione;
- offerta di più percorsi di formazione di base e specialistici;
- numerosi servizi di supporto allo studio;
- spazi adeguati all'attività didattica, allo studio e alla socializzazione degli studenti;
- scambi internazionali di studenti e di docenti;
- forte raccordo con il mondo delle imprese e delle istituzioni;
- iniziative di orientamento e avviamento al mondo del lavoro;
- eccellenza dell'attività di ricerca scientifica dei docenti;
- monitoraggio continuo e aggiornamento dei contenuti degli insegnamenti;
- didattica basata su un rapporto personalizzato tra docenti e studenti;
- coinvolgimento di manager e operatori economici nell'attività di docenza;
- organizzazione di incontri, seminari e convegni per il dibattito sui temi di maggiore attualità.

In generale, studiare Economia a Parma significa poter contare su un'organizzazione degli studi finalizzata a favorire una significativa velocità del percorso di laurea e una riduzione dei tempi di ingresso nel mondo del lavoro. Inoltre, studiare Economia a Parma significa scegliere un contesto locale ed ambientale basato su una forte integrazione delle relazioni sociali in grado di coniugare qualità della vita e qualità dello studio.

La Facoltà di Economia di Parma gode di un posizionamento eccellente rispetto alle prime venti Facoltà di Economia che operano nel nostro

Paese. Nella Figura 1 si può osservare la posizione di Parma in graduatoria rispetto agli aspetti di maggiore interesse per lo studente. Il fatto che oltre il 60% degli studenti provenga da fuori regione offre un contesto relazionale di grande interesse per la valorizzazione delle culture regionali.

Figura 1 – Il posizionamento della Facoltà di Economia di Parma



L'Offerta Formativa dell'a.a. 2009/2010 presenta alcune novità rispetto agli anni accademici precedenti. La Facoltà di Economia avvierà, infatti, la riforma dei corsi di studio, progettati e organizzati secondo quanto richiesto dal DM 270/04 (e provvedimenti collegati).

Per chi si iscrive al secondo anno dei corsi di laurea specialistica, le novità riguardano solo aspetti organizzativi: i corsi di studio a cui vi siete immatricolati negli anni scorsi saranno infatti portati a termine, con i contenuti definiti al momento della vostra immatricolazione. Le novità organizzative riguardano il calendario didattico, descritto in dettaglio in questa guida.

Se volete avere informazioni sui nuovi corsi di studio di II livello, vi invito a consultare la Guida dello Studente relativa ai corsi di laurea magistrale.

Formulo a tutti gli studenti, già iscritti o di recente iscrizione presso la Facoltà di Economia, i migliori auguri per un proficuo apprendimento ed una ricca esperienza culturale presso la nostra Facoltà.

Il Preside
Prof. Gianpiero Lugli

2 I concetti di base della riforma universitaria

Anche se hai già maturato un'esperienza di studio universitario, presso la nostra Facoltà o presso altre sedi, può esserti utile qualche richiamo su alcuni concetti di base della riforma universitaria.

La riforma dell'Università, avviata nel 1999 con il DM 509/99 e aggiornata nel 2004 con il DM 270/04, ha introdotto un nuovo modello di formazione basato sulla presenza da un lato di più livelli formativi e dall'altro del sistema dei crediti didattici. L'obiettivo di tale riforma è stato quello di rendere omogenei i percorsi formativi italiani rispetto a quelli degli altri Paesi dell'Unione Europea, proponendo titoli che consentano la libera circolazione delle professionalità all'interno della stessa Unione Europea.

Come sai, sono previsti due livelli di laurea: la laurea di I livello, informalmente detta triennale, e la laurea di II livello o magistrale (in precedenza chiamata specialistica).

La **laurea magistrale** si può conseguire dopo due anni di studio, a seguire quelli dedicati al conseguimento della laurea triennale; per accedere ad un corso di laurea magistrale è infatti richiesto il titolo di laurea triennale (oltre ad altri requisiti, definiti in funzione delle finalità specifiche del corso di laurea magistrale).

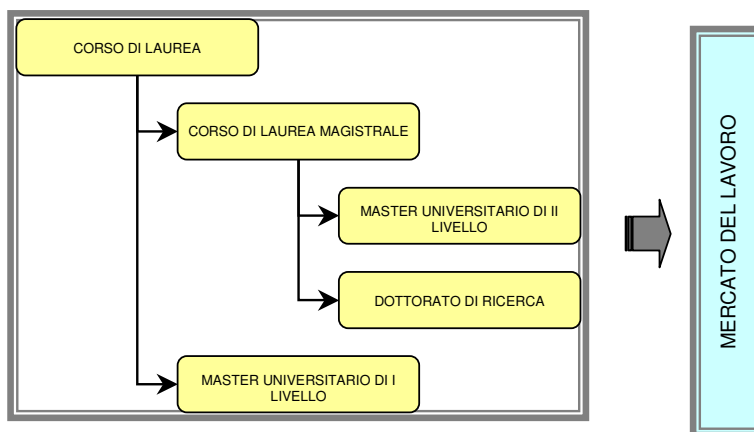
I contenuti dei corsi di laurea e di laurea magistrale sono in parte predefiniti a livello nazionale. Il Ministero dell'Università, infatti, ha definito le **classi di laurea** e le **classi di laurea magistrale**, nell'ambito delle quali sono identificati i saperi minimi e comuni dei titoli di laurea e di laurea magistrale rilasciati dalle Università italiane. Nell'ambito delle classi, sono previsti margini di scelta che consentono alle Facoltà di caratterizzare i corsi di studio proposti focalizzandoli sulle specifiche professionalità richieste dal mercato del lavoro.

Chi intende qualificare ulteriormente la propria formazione professionale in campi specifici, può accedere ad un **master universitario**, solitamente di durata annuale. Anche i corsi di master universitario sono organizzati a due livelli. I **master di I livello** richiedono il possesso di una laurea triennale (oltre ad altri requisiti specifici coerenti con le finalità del corso), mentre i **master di II livello** richiedono (oltre ad altri requisiti specifici) il possesso di una laurea magistrale.

Chi invece intende approfondire la propria formazione sviluppando capacità di studio e di ricerca scientifica in campi innovativi, può accedere ad un corso di **Dottorato di Ricerca**. L'accesso a tali corsi è limitato (si accede per concorso); è richiesto il possesso di una laurea magistrale, in una classe i cui contenuti siano affini a quelli del corso di dottorato. I corsi di dottorato durano di norma tre anni.

Nella Figura 2 trovi una rappresentazione delle varie opportunità di formazione che hai a disposizione. Ovviamente, dopo il conseguimento del Diploma di laurea magistrale puoi decidere di proseguire gli studi con un master o un Dottorato di ricerca anche dopo aver maturato un'esperienza lavorativa.

Figura 2 – Percorsi di studio



Il **credito didattico** (o **CFU** – Credito Formativo Universitario) è l'unità di misura per stabilire il carico di lavoro che lo studente deve sostenere per conseguire la laurea triennale e/o la laurea magistrale. La definizione dei crediti è stata formulata con riferimento al sistema europeo ECTS (European Credit Transfer System), che stabilisce la quantità di lavoro che uno studente è in grado di svolgere in un anno accademico.

Come sai, il riconoscimento dei crediti acquisiti avviene in occasione della registrazione del voto d'esame o di altre eventuali forme di verifica della preparazione dello studente. Ti ricordiamo che mentre il credito misura la quantità di lavoro richiesta per l'acquisizione delle conoscenze richieste in un dato argomento, il voto d'esame misura la qualità della preparazione raggiunta.

Per ottenere la laurea magistrale sono necessari 120 crediti (oltre ai 180 richiesti dalla laurea triennale). In linea di massima, dunque, in ciascun anno di studio si acquisiscono circa 60 crediti. Il numero di crediti necessari per il conseguimento di un master universitario è di norma 60.

Il sistema dei crediti permette di definire sia la programmazione dei carichi di lavoro degli studenti, sia il peso da attribuire alle diverse attività didattiche (lezioni, esercitazioni, attività di laboratorio, stages, seminari, attività extracurricolari, tesi, ecc.). Ad 1 CFU corrispondono convenzionalmente, 25 ore di lavoro individuale; in tale monte ore, rientrano la partecipazione alle lezioni e ad altre attività organizzate nell'ambito di un insegnamento e, ovviamente, lo studio individuale.

Come sai, la Facoltà di Economia dell'Università di Parma ha organizzato la propria offerta con l'obiettivo di formare, nei tempi previsti, professionalità mirate su specifiche esigenze del mondo del lavoro e si è strutturata con sistemi che consentono agli studenti di gestire con maggiore efficienza e produttività il proprio tempo di studio.

3 La Facoltà di Economia dell'Università di Parma

3.1 I docenti

Alle attività della Facoltà concorrono innanzitutto i docenti di ruolo (elencati in Tabella 1), i docenti a contratto e altri collaboratori (elencati in Tabella 3). Al fine di organizzare i propri percorsi formativi in modo coerente con i profili professionali richiesti dal mercato del lavoro, la Facoltà si confronta continuamente con gli operatori del mercato. Alcuni di questi intervengono nell'ambito delle attività didattiche, fornendo testimonianze su problemi di interesse corrente per il mercato stesso. L'elenco di questi docenti (la cosiddetta Faculty aziendale) è riportato nella Tabella 2.

Tabella 1 – I docenti di ruolo

Nominativo	Posizione	Area di competenza
Paolo ANDREI	Professore ordinario	Economia aziendale
Luigi ANGIELLO	Professore ordinario	Diritto
Filippo ARFINI	Professore associato	Economia agraria
Alessandro ARRIGHETTI	Professore ordinario	Scienze economiche
Stefano AZZALI	Professore ordinario	Economia aziendale
Mirella BAGLIONI	Professore associato	Sociologia del lavoro
Federica BALLUCHI	Professore associato	Economia aziendale
Claudio BARGELLI	Ricercatore universitario	Storia economica
Silvia BELLINI	Ricercatore universitario	Marketing
Lorenzo BENATTI	Ricercatore universitario	Diritto
Mario BIAGIOLI	Professore ordinario	Scienze economiche
Marco BIANCHINI	Professore ordinario	Storia del pensiero economico
Claudio CACCIAMANI	Professore ordinario	Credito e finanza
Carla CANALI	Professore ordinario	Economia dei trasporti e del turismo
Maria Grazia CARDINALI	Professore associato	Marketing
Giovanni Marcello CECCARELLI	Ricercatore universitario	Storia economica
Andrea CERIOLI	Professore ordinario	Statistica
Andrea CILLONI	Ricercatore universitario	Economia aziendale
Claudio CONSIGLIERI	Ricercatore universitario	Merceologia

Guido CRISTINI	Professore ordinario	Marketing
Salvatore CURATOLO	Ricercatore universitario	Scienze economiche
Giuseppe DACCO'	Professore associato	Organizzazione aziendale
Vincenzo DALL'AGLIO	Ricercatore universitario	Scienze economiche
Francesco DAVERI	Professore ordinario	Scienze economiche
Luca DI NELLA	Professore ordinario	Diritto
Michele DONATI	Ricercatore universitario	Economia agro-alimentare
Paolo FABBRI	Ricercatore universitario	Scienze economiche
Gino FAVERO	Ricercatore universitario	Matematica
Marco FERRETTI	Ricercatore universitario	Economia aziendale
Daniele FORNARI	Professore ordinario	Marketing
Edoardo FORNARI	Ricercatore universitario	Marketing
Giuseppe GALASSI	Professore ordinario	Economia aziendale
Gino GANDOLFI	Professore ordinario	Credito e finanza
Giovanni GEROLDI	Professore ordinario	Scienze economiche
Antonio GIOVATI	Ricercatore universitario	Diritto
Giorgio GOZZI	Professore ordinario	Statistica
Alberto GRANDI	Ricercatore universitario	Storia economica
Sebastiano GRANDI	Ricercatore universitario	Marketing
Giovanni GRAZIANI	Professore ordinario	Scienze economiche
Alberto GUENZI	Professore ordinario	Storia economica
Andrea LASAGNI	Ricercatore universitario	Scienze economiche
Sabrina LATUSI	Ricercatore universitario	Marketing
Fabrizio LAURINI	Ricercatore universitario	Statistica
Beatrice LUCERI	Professore associato	Marketing
Gianpiero LUGLI	Professore ordinario	Marketing
Stefano MAGAGNOLI	Ricercatore universitario	Storia economica
Marco MAGNANI	Ricercatore universitario	Scienze economiche
Maria Cecilia MANCINI	Ricercatore universitario	Economia agraria
Luigi MANSANI	Professore ordinario	Diritto
Pier Luigi MARCHINI	Ricercatore universitario	Economia aziendale
Mario MENEGATTI	Professore associato	Scienze economiche
Franca MIANI	Professore ordinario	Geografia economica
Maria Adele MILIOLI	Professore associato	Statistica
Paola MODESTI	Professore ordinario	Matematica
Franco MOSCONI	Professore associato	Scienze economiche
Luciano MUNARI	Professore ordinario	Credito e finanza
Augusto NINNI	Professore ordinario	Scienze economiche
Annamaria OLIVIERI	Professore ordinario	Matematica

Eugenio PAVARANI	Professore ordinario	Credito e finanza
Davide PELLEGRINI	Professore associato	Marketing
Gian Luca PODESTA'	Professore ordinario	Storia economica
Lucia POLETTI	Ricercatore universitario	Credito e finanza
Stefano POLI	Professore associato	Diritto
Maria Angela PUGLISI	Ricercatore universitario	Economia dei trasporti e del turismo
Massimo REGALLI	Professore associato	Credito e finanza
Marco RIANI	Professore ordinario	Statistica
Beatrice RONCHINI	Ricercatore universitario	Credito e finanza
Edoardo SABBADIN	Professore associato	Marketing
Simona SANFELICI	Professore associato	Matematica
Augusto SCHIANCHI	Professore ordinario	Scienze economiche
Paola Gina Maria SCHWIZER	Professore ordinario	Credito e finanza
Gilberto SERAVALLI	Professore ordinario	Scienze economiche
Fabio SFORZI	Professore associato	Scienze economiche
Eugenio SOMAINI	Professore ordinario	Scienze economiche
Giulio TAGLIAVINI	Professore ordinario	Credito e finanza
Anna TANZI	Professore associato	Economia aziendale
Veronica TIBILETTI	Ricercatore universitario	Economia aziendale
Giovanni VERGA	Professore ordinario	Scienze economiche
Guglielmo WOLLEB	Professore ordinario	Scienze economiche
Antonello ZANGRANDI	Professore ordinario	Economia aziendale
Sergio ZANI	Professore ordinario	Statistica
Cristina ZILIANI	Professore associato	Marketing
Marco ZILIOTTI	Professore associato	Scienze economiche
Marco ZUPPIROLI	Professore associato	Economia agraria

Tabella 2 – La Faculty aziendale

Nominativo	Azienda	Area di competenza
Alessandro ANGELI	Asset manager T&F	Economia del mercato mobiliare
Giacomo ARCHI	Vice President Divisione Laundry & Home Care South West Europe di Henkel	Politiche di marketing nell'industria di marca
Pierluigi BERNASCONI	Amministratore delegato MediaMarket	Le strategie di marketing della distribuzione internazionale
Francesco BERTOLINI	Presidente Green Management Institute	La responsabilità civile ambientale

Chiara BURBERI	Compliance Chief Operating Officer	La gestione del rischio e l'organizzazione della funzione compliance nei gruppi bancari multinazionali
Mario CIFIELLO	Direttore Generale Coop Italia	Il marketing distributivo di COOP
Alessandro DARAIO	Consulente Provincia di PR	Economia politica
Alessandro DONETTI	Managing Partner A-CCI	Il lean service management nelle banche
Paolo FORNAROLI	Senior Manager Deloitte & Touche	La rilevazione delle operazioni di concentrazione aziendale
Roberto GATTI	Direttore generale S+R Investimenti SGR Spa e Responsabile M&A Unicredit Corporate Banking	Il private equity
Danilo GIRAUDO	Risk manager gruppo FIAT	Il risk management nei gruppi complessi
Marco LIERA	Il Sole 24 ore – Responsabile Plus 24	I prodotti assicurativi del ramo vita a contenuto finanziario
Valter MAINETTI	Amministratore delegato Sorgente SGR	I fondi immobiliari
Mario MAIOCCHI	Amministratore Delegato Unieuro S.p.a	Strategie di sviluppo dell'insegna
Stefano MARNATI	Manager Deloitte & Touche	La valutazione degli strumenti finanziari secondo i principi contabili internazionali
Francesco MIGGIANI	Delegato della Hay Group Italiana	Organizzazione e gestione delle risorse umane
Federico MUSSO	Direttore Generale First Atlantic Real Estate SGR	Le società immobiliari e l'informazione in campo finanziario-immobiliare
Giacomo NERI	PricewaterhouseCoopers Advisory	Corporate financial risk management

Giorgio PENNAZZATO	Consulente assicurativo	I canali distributivi assicurativi. I danni da interruzione di esercizio
Peppino PIGNOLO	Risk manager Gruppo GUCCIO GUCCI	Le captive insurance
Lorenzo RIGODANZA	Consulente aziendale	La misurazione delle performance delle banche
Dario SCAFFARDI	Direttore Generale di Saras S.p.A	Il mercato del petrolio: problemi attuali e prospettive
Davide TONDANI	Funzionario tributario Agenzia delle Entrate, Direzione Regionale Emilia Romagna	Tassazione del reddito di impresa e contratti di procurement
Fabio TAMBURINI	Il Sole 24 ore	La comunicazione finanziaria
Paolo VOLTA	Direttore dell' Interporto della Toscana Centrale spa	Trasporto delle merci e logistica in Europa
Giuseppe ZULIANI	Direttore marca commerciale e Responsabile Comunicazione di Conad	Le strategie del banding distributivo

Tabella 3 – Altri docenti e collaboratori

Nominativo	Posizione	Area di competenza
Antonio AFFUSO	Collaboratore	Scienze Economiche
Valentina ALBANESE	Collaboratore	Geografia economica
Tiziano BELLINI	Collaboratore	Statistica
Adriano BENAZZI	Professore associato di altra Facoltà	Diritto
Monica BONACINA	Collaboratore	Scienze economiche
Gabriele CATALINI	Professore a contratto	Diritto
Concetta CAPACCHIONE	Professore a contratto	Sociologia
Nicoletta DEL FRANCO	Professore a contratto	Scienze Economiche
Maura FRANCHI	Professore a contratto	Sociologia dei consumi

Luigi GROSSI	Professore associato di altro Ateneo	Statistica
Federica IELASI	Collaboratore	Credito e finanza
Andrea MANTOVI	Collaboratore	Matematica e Scienze Economiche
Luciano MESSORI	Professore a contratto	Scienze Economiche
Gianluca MORELLI	Collaboratore	Statistica
Francesco MUSCO	Professore a contratto	Scienze Economiche
Francesca NEGRI	Collaboratore	Marketing
Susanna PALLADINI	Ricercatore universitario di altra Facoltà	Diritto
Raffaele SALINARI	Professore a contratto	Scienze Economiche
Fabio SANDRINI	Professore a contratto	Economia aziendale
Veronica SCARDIGLI	Collaboratore	Economia aziendale
Marco SCARPATI	Professore a contratto	Scienze Economiche
Paolo ZALERA	Professore a contratto	Economia aziendale

3.2 Organizzazione

Le attività della Facoltà sono dirette da un **Consiglio di Facoltà**, presieduto dal Preside, a propria volta coadiuvato da un Consiglio di Presidenza. Le specifiche attività dei corsi di laurea e di laurea magistrale sono coordinate dal **Consiglio Unificato dei Corsi di Studio** delle classi L-18 e LM-77, coordinato da un Presidente.

Il Preside della Facoltà è il prof. Gianpiero Lugli; il Preside Vicario, la prof. Annamaria Olivieri.

Il Presidente del Consiglio Unificato dei Corsi di Studio è il prof. Andrea Cerioli.

Ai lavori del Consiglio di Facoltà partecipano tutti i docenti di ruolo, oltre ai rappresentanti degli studenti. Ai lavori del Consiglio Unificato dei Corsi di Studio partecipano tutti i docenti titolari di insegnamento, oltre

ai rappresentanti degli studenti. I rappresentanti degli studenti attualmente in carica sono riportati nella Tabella 4.

I docenti della Facoltà svolgono la propria attività di ricerca nell'ambito delle strutture del **Dipartimento di Economia**. Il Dipartimento è organizzato in Sezioni, che riuniscono docenti i cui interessi di ricerca si sviluppano in aree tematiche affini, ed è coordinato da un Direttore. Il Dipartimento di Economia concorre, con la Facoltà, all'organizzazione dei Master universitari e del Dottorato di ricerca in Economia. I lavori del Dipartimento sono coordinati dal Direttore, il prof. Alberto Guenzi. Vice Direttore è la prof. Federica Balluchi.

Tabella 4 – Rappresentanti degli studenti

Nominativo	Organo
Chiara Cavatorti	Consiglio di Facoltà, Consiglio Unificato Corsi di Studio
Rita D'Avino	Consiglio di Facoltà, Consiglio Unificato Corsi di Studio
Jonathan Favasuli	Consiglio di Facoltà
Andrea Loffredo	Consiglio di Facoltà
Valentino Longo	Consiglio di Facoltà, Consiglio Unificato Corsi di Studio
Alessandro Lori	Consiglio Unificato Corsi di Studio
Luca Malavasi	Consiglio di Facoltà, Consiglio Unificato Corsi di Studio
Daniele Mansanti	Consiglio di Facoltà, Consiglio Unificato Corsi di Studio
Giovanni Marangi	Consiglio di Facoltà, Consiglio Unificato Corsi di Studio
Luigi Montemurro	Consiglio Unificato Corsi di Studio
Andrea Paganini	Consiglio Unificato Corsi di Studio
Silvia Rocchetta	Consiglio di Facoltà
Gaston Teitio Taffock	Consiglio Unificato Corsi di Studio

3.3 Dove si trova

La Facoltà di Economia di Parma ha **sede in Via Kennedy 6** ed è dislocata in più edifici: la sede centrale; la palazzina "Franco Feroldi"; la

sede della Biblioteca; la Segreteria Studenti; il plesso didattico delle “aule Kennedy”; il plesso didattico delle “aule Rosse”; il plesso didattico delle “aule del Parco”; l’Auditorium (presso l’Istituto Tecnico Bodoni). Tutti gli edifici sono raggiungibili a piedi in pochi minuti dalla sede centrale.

Nella sede centrale sono localizzati la Presidenza, il Front Office, il servizio Fotoriproduzione e Stampa, aule di diversa capienza per lezioni frontali, un’aula multimediale, il bar e alcuni locali a disposizione degli studenti.

La sede della Biblioteca accoglie anche il Laboratorio di Informatica Didattica.

Gli uffici dei docenti sono collocati nella sede centrale e nella Palazzina “Feroldi”.

La Tabella 5 fornisce l’**elenco** e l’**ubicazione** delle aule didattiche.

Tabella 5 – Aule didattiche

Sigla	Denominazione	Ubicazione
A	Aula “L.Azzini”	primo piano della Sede centrale della Facoltà
Ar1	Aula Rossa n. 1	Aule Rosse di Via Kennedy, n. 4
Ar2	Aula Rossa n. 2	Aule Rosse di Via Kennedy, n. 4
Ar3	Aula Rossa n. 3	Aule Rosse di Via Kennedy, n. 4
Ar4	Aula Rossa n. 4	Aule Rosse di Via Kennedy, n. 4
Audit	Aula Auditorium	c/o Istituto Bodoni – v.le Piacenza n. 14
B	Aula B	primo piano della Sede centrale della Facoltà
C	Aula C	primo piano della Sede centrale della Facoltà
Co	Aula Congressi	piano rialzato della Sede centrale della Facoltà
D	Aula D	primo piano della Sede centrale della Facoltà
E	Aula E	Piano rialzato della Palazzina “F.Feroldi”, situata nell’area di via Kennedy – accesso dall’esterno
F	Aula F	piano rialzato della Palazzina “F.Feroldi”, situata nell’area di via Kennedy
G	Aula G	Piano rialzato della Sede centrale della Facoltà – accesso dall’esterno

H	Aula H	Piano rialzato della Sede centrale della Facoltà – accesso dall'esterno
K1	Aula 1	Seminterrato del plesso Kennedy (ex palestra)
K2	Aula 2	Seminterrato del plesso Kennedy (ex palestra)
K3	Aula 3	Piano terra del plesso Kennedy (ex palestra)
K4	Aula 4	Piano terra del plesso Kennedy (ex palestra)
K5	Aula 5	Primo piano del plesso Kennedy (ex palestra)
K6	Aula 6	Primo piano del plesso Kennedy (ex palestra)
I	Aula I	Piano rialzato della Sede centrale della Facoltà
L	Aula Lauree	Piano rialzato della Sede centrale della Facoltà
M	Aula M	Piano rialzato della Sede centrale della Facoltà
PdA	Aula A – Parco Ducale	Plesso del Parco Ducale (all'interno del giardino pubblico)
PdB	Aula B – Parco Ducale	Plesso del Parco Ducale (all'interno del giardino pubblico)
PdC	Aula C – Parco Ducale	Plesso del Parco Ducale (all'interno del giardino pubblico)
PdD	Aula D – Parco Ducale	Plesso del Parco Ducale (all'interno del giardino pubblico)
SzV	Aula Sezione Verde	Terzo piano della Sede centrale della Facoltà – Sezione di Statistica
SzG	Aula Sezione Gialla	Terzo piano della Sede centrale della Facoltà – Sezione di Matematica
SzR	Aula Sezione Rossa	Secondo piano della Sede centrale della Facoltà – Sezione di Economia agro-alimentare
SzB	Aula Sezione Blu	Secondo piano della Sede centrale della Facoltà – Segreteria di Dipartimento

3.4 Servizi

3.4.1 Segreteria Studenti

Si occupa delle varie pratiche studenti: immatricolazioni, trasferimenti, istruttoria per l'accertamento di eventuali debiti per l'accesso a corsi di

laurea magistrale, gestione del data base studenti (archivio esami sostenuti o riconosciuti e idoneità conseguite), iscrizione agli esami di laurea, ecc.

Puoi rivolgerti alla Segreteria Studenti se hai bisogno di informazioni sull'immatricolazione, riconoscimento di esami sostenuti presso altra sede, iscrizione all'esame di laurea, ecc.

Recapito: via D'Azeglio, 85 – 43125 Parma
e-mail: segrstec@unipr.it
tel. 0521 032377 / 2378 / 2379 / 2209 / 2214 / 2516 fax 0521 032227

Orari di apertura al pubblico

Dal lunedì al mercoledì e venerdì: dalle 9 alle 12

Giovedì: dalle 9 alle 13

3.4.2 Front Office

Fornisce agli studenti informazioni sull'attività didattica (orario delle lezioni, orario di ricevimento dei docenti, programmi degli insegnamenti e testi di riferimento, iscrizione agli esami, regole per l'attività a scelta, la prova finale, ecc.). La maggior parte delle informazioni è comunque reperibile su Internet.

Contatti: tel. 0521032510 – 0521032436 – 0521032466;

e-mail fosde@unipr.it

Orario di apertura: dal lunedì al giovedì, dalle 8.30 alle 13.30 e dalle 14.00 alle 17.30; il venerdì dalle 8.30 alle 13.30.

3.4.3 Fotoriproduzione e Stampa (Ufficio Fotocopie)

Fornisce gli usuali servizi di copisteria. In particolare, distribuisce (a pagamento) copia del materiale didattico di cui è consentita la riproduzione. Il materiale predisposto dai docenti è di norma scaricabile anche da Internet.

Contatti: tel. 0521032421; e-mail stampaecon@unipr.it

Orario di apertura: dal lunedì al venerdì dalle 8.30 alle 12.30 e dalle 14 alle 17.

3.4.4 Portineria

Fornisce informazioni sulle lezioni e gli esami del giorno.

Contatti:

Portineria della sede centrale: Tel. 0521032412. Orario di apertura: dal lunedì al venerdì dalle 7.30 alle 19.30.

Portineria della palazzina "Feroldi": Tel. 0521032405

Portineria delle "Aule Rosse": Tel. 0521285186

Portineria delle "Aule del Parco": Tel. 0521982712

Nell'atrio della sede principale sono in funzione due monitor che indicano le attività didattiche del giorno (lezioni, appelli di esame, ecc.).

3.4.5 Tutor

I Tutor sono studenti meritevoli (iscritti a corsi di laurea magistrale o a corsi di Dottorato), in grado di fornire supporto agli studenti più giovani, per aiutarli a risolvere dubbi o ad affrontare eventuali problemi di studio. Sono nominati di anno in anno dal Consiglio di Facoltà, in base ai fondi resi disponibili dall'Ateneo per questo servizio. Al momento della redazione di questa guida, i tutor per l'a.a. 2009/2010 non sono ancora stati nominati; ogni informazione utile sarà disponibile sul sito della Facoltà.

Gli studenti possono sempre rivolgersi ai docenti della Facoltà, per ricevere risposta ad eventuali dubbi o per ottenere informazioni più dettagliate rispetto a quelle fornite con i canali usuali. Informazioni non disponibili sui canali usuali possono anche essere richieste al Front Office.

3.4.6 Placement e portale del servizio POSTI laurea

La Facoltà di Economia promuove un servizio di assistenza al placement per i propri laureati, in aggiunta a quello attualmente offerto dall'Ateneo.

Il servizio si rivolge a nuovi e vecchi laureati della nostra Facoltà e alle imprese potenzialmente interessate ad assumerli.

E' stato creato un database che comprende varie informazioni inserite direttamente dagli interessati. Le informazioni del data base saranno liberamente disponibili a tutte le aziende interessate e a tutti i laureati iscritti al Portale del Servizio POSTlaurea della Facoltà di Economia. L'iscrizione al portale consente l'accesso ai servizi offerti. I laureati possono consultare le proposte di lavoro e di tirocinio provenienti dalle imprese. Le imprese possono consultare il data base dei laureati contenente diverse informazioni quali età e voto, corso di laurea, titolo di studio.

In virtù della collaborazione siglata con la Provincia di Parma, gli studenti hanno accesso anche alle offerte di lavoro e di tirocinio provenienti dai Centri per l'Impiego e possono inoltre accedere ai servizi di orientamento erogati dai Centri stessi.

Indirizzo del portale POSTlaurea: <http://economia.unipr.it/plaurea>.

3.4.7 Centro Servizi Bibliotecari ed Informatici (CSIBE)

Il Centro fornisce i servizi informatici e bibliotecari di base e specialistici necessari per le attività didattiche e di ricerca della Facoltà di Economia. I lavori del Centro sono coordinati dal Presidente, il prof. Gino Gandolfi, e dai Vice Presidenti, il prof. Marco Bianchini (per i servizi bibliotecari) e il prof. Marco Riani (per i servizi informatici).

Sede: Via Kennedy, 8 - 43100 PARMA.

La sede principale del Centro è costituita da un edificio di recente ristrutturazione adiacente al plesso principale della Facoltà di Economia. E' dotata di 6 Sale di Consultazione, di una Sala Didattica, di una Sala per Seminari e di una Sala Multimediale. La Sala Didattica, con le sue 30 postazioni dotate di vari applicativi, è impiegata per lezioni, ma è anche disponibile ai singoli utenti (quando non è occupata per attività di lezione).

Diverse sale di consultazione hanno postazioni di lavoro (oltre 30) attrezzate per il collegamento ad Internet e sono predisposte per l'uso dei PC portatili degli utenti. La sala multimediale, infine, collocata nel seminterrato dell'edificio principale della Facoltà, dispone di 42 workstation per la ricerca avanzata in Rete.

I posti a sedere sono circa 300.

Recapiti: tel. 0521032480; e-mail csibe@unipr.it;
sito web <http://economia.unipr.it/csibe>

Orario di apertura: il Centro è aperto dal lunedì al venerdì, dalle 8.30 alle 22.30 ad orario continuato. Il Centro è aperto durante tutto l'anno solare; resta chiuso in occasione delle festività natalizie e pasquali e nel mese di agosto.

Accesso: il Centro è dotato di un sistema automatico di rilevazione e controllo degli accessi e di un sistema di videosorveglianza.

Il rilascio della tessera di accesso e l'accesso alle postazioni collegate alla rete sono disciplinati da apposito regolamento, che è consegnato a ciascun utente all'atto dell'iscrizione.

La tessera può essere richiesta all'Ufficio Informazioni del Centro.

Servizi Bibliotecari: la Biblioteca possiede oltre 120.000 volumi, più di 3.000 periodici e offre la possibilità di consultare numerose banche dati, nonché un'ampia gamma di materiale di supporto alla ricerca (dizionari, enciclopedie, repertori, ecc.).

I testi indicati per la preparazione agli esami degli insegnamenti dei corsi di laurea, laurea magistrale e master attivati dalla Facoltà, nonché quelli per la preparazione all'esame finale, sono disponibili in più copie e liberamente consultabili in sede.

Buona parte dei libri e delle riviste sono disponibili a scaffale aperto nelle sale. Oltre al materiale cartaceo tradizionale (libri, riviste, annuari, ecc.), è possibile accedere a materiale in formato elettronico: banche dati – bibliografiche e numeriche – sia su CD-Rom sia on-line, e differenti documenti elettronici (riviste, working papers, raccolte di leggi, ecc.). Alcuni documenti ad accesso riservato nella rete dell'Ateneo sono anche consultabili da casa da parte degli studenti (tramite il servizio VPN).

Non mancano le collezioni speciali che raccolgono fondi storici e donazioni di particolare pregio. La consultazione di questi documenti è soggetta a specifiche limitazioni.

Volumi non disponibili presso la Biblioteca possono essere ottenuti tramite il prestito interbibliotecario.

Servizi Informatici: il Centro gestisce e garantisce il funzionamento delle oltre 100 postazioni a disposizione degli studenti e installate nella Sala didattica, nella Sala multimediale, nella Sala 1, nella Sala Riviste, nella zona Reference e nell'atrio. Su tutti i computer sono installati WINDOWS XP e OFFICE. Oltre a tutti gli applicativi per un utilizzo completo di Internet sono installati anche SPSS, EVIEWS, MATLAB ed

altri prodotti per l'utilizzo in rete di banche dati e sistemi bibliotecari in genere.

E' installato anche un sistema di stampe centralizzato con tre stampanti ad alta velocità.

Sono inoltre a disposizione degli studenti tre postazioni (bacheche elettroniche) nell'atrio principale della Facoltà per l'iscrizione agli esami, il controllo dei risultati degli stessi, la visualizzazione degli avvisi dei docenti, la consultazione dei materiali didattici, ecc.

3.5 Altri recapiti utili

Segreteria di Presidenza

Tel. 0521032281 – 0521032453 - 0521032455

Email: presecon@unipr.it

Dove: piano rialzato, Sede centrale della Facoltà.

Si segnala che la Segreteria di Presidenza non è di norma aperta agli studenti. Se devi chiedere informazioni, rivolgiti al Front Office; saranno loro ad indirizzarti alla Segreteria di Presidenza, se necessario.

Sito web della Facoltà: <http://economia.unipr.it>

Sezione dedicata all'Offerta Formativa: http://economia.unipr.it/off_f

Coordinatori dei Corsi di laurea specialistica ex 509/99

Amministrazione e Direzione Aziendale (ADA) – classe 84/s

Prof. Paolo Andrei, email: paolo.andrei@unipr.it

Finanza e Risk Management (FRIM) – classe 84/s

Prof. Giulio Tagliavini, email: giulio.tagliavini@unipr.it

Trade Marketing e Strategie Commerciali (TRADE) – classe 84/s

Prof. Daniele Fornari, email: daniele.fornari@unipr.it

Sviluppo Locale, Cooperazione e Mercati Internazionali (SVIL) – classe 64/s

Prof. Guglielmo Wolleb, email: guglielmo.wolleb@unipr.it

Delegato per le attività di orientamento: prof. Mario Menegatti

Email: mario.menegatti@unipr.it

Recapiti dei docenti

Email: **nome.cognome** *del docente, seguiti da* @unipr.it

Il recapito telefonico è reperibile nel sito dell'Ateneo.
Gli uffici dei docenti si trovano nella Sede centrale della Facoltà, ad eccezione dei docenti di Diritto, di Scienze Economiche e dei collaboratori linguistici, i cui uffici si trovano nella Palazzina "Feroldi".

3.6 Iniziative degli studenti

3.6.1 Rappresentanti degli studenti

Chiara Cavatorti, *tel.* 3491789223, *e-mail* chiara.udu@gmail.com
Rita D'Avino, *tel.* 3480736955, *e-mail* ritadavino@gmail.com
Jonathan Favasuli, *tel.* 3474128979, *e-mail* jonny.bsc@hotmail.it
Andrea Loffredo, *tel.* 3332550916, *e-mail* andreal3@alice.it
Valentino Longo, *tel.* 3488132213, *e-mail* valentino.longo@live.it
Alessandro Lori, *tel.* 3407622691,
e-mail alessandro.1986@aliceposta.it
Luca Malavasi, *tel.* 3488760499, *e-mail* luca.malavasi@alice.it
Daniele Mansanti, *tel.* 3386036654, *e-mail* manso0521@gmail.com
Giovanni Marangi, *tel.* 3477857128,
e-mail giovanni.marangi@studenti.unipr.it
Luigi Montemurro, *tel.* 3281039235, *e-mail* macomaco989@msn.com
Andrea Paganini, *tel.* 3402250217, *e-mail* penghiu1988@hotmail.it
Silvia Rocchetta, *tel.* 3483633879, *e-mail* silviarocchetta@hotmail.it
Gaston Teitio Taffock, *tel.* 3208063187, *e-mail* gastosony@yahoo.fr

3.6.2 Junior Enterprise

La Junior Enterprise Parma S.c.r.l. è una Società formata da studenti universitari desiderosi di mettere in pratica le conoscenze acquisite durante il proprio percorso di studi.

Collabora con l'Università e con imprese locali e nazionali offrendo molteplici servizi, tra cui ricerche e analisi di mercato; organizzazione di eventi, convegni e seminari; studi di fattibilità e creazione e gestione di siti web.

Svolge inoltre attività di marketing, contabilità, selezione e gestione delle risorse umane.

Tutto ciò attraverso una continua attività organizzata in team, capacità considerata oggi fondamentale e molto richiesta dalle aziende.

Junior Enterprise Parma S.c.r.l. consente allo studente di:

- completare la formazione universitaria con la diretta esperienza nel mondo del lavoro;
- venire a conoscenza delle problematiche legate alla gestione e all'organizzazione di società;
- crescere professionalmente e umanamente;
- imparare a lavorare in team;
- conoscere tanta gente;
- organizzare il proprio tempo.

Per ulteriori informazioni rivolgersi al primo piano della Sede Centrale della Facoltà di Economia, accanto aula D.

Recapito:

Junior Enterprise Parma s.c.r.l.

c/o Facoltà di Economia – Università degli studi di Parma

Via Kennedy, 6

Tel. 0521.282846 – 0521.206651 Fax. 0521/282846

E-mail: info@jeparma.it

<http://www.jeparma.it>

3.6.3 Oikosmos

Oikosmos (<http://www.oikosmos.com>) è un'Associazione di studenti che ha il duplice scopo di fornire servizi innovativi agli studenti della Facoltà di Economia e di aumentare le skills dei propri soci.

Fondata nel novembre del 2007 da un piccolo gruppo di studenti, Oikosmos opera con ottimi risultati da ormai due anni, portando avanti progetti innovativi che riscontrano forte interesse tra gli stakeholders del mondo accademico, dell'impresa e dei media, come testimoniato dalle interviste su alcune riviste specializzate (come **Pubblicità Italia**), dai servizi in TV (su **Sky TG24**) e dagli sponsor di alcuni progetti (**BNL - BNP Paribas**), che hanno creduto intensamente nella nostra attività.

Oikosmos è un'associazione ma funziona come una piccola azienda: ci sono diverse funzioni, responsabilità e ruoli da ricoprire. Non si percepisce una retribuzione monetaria, o un miglioramento nei voti degli esami, ma il valore aggiunto che porta questa attività è ben maggiore. Infatti, la possibilità di inserire nel proprio curriculum un'esperienza di questo tipo, che comporta la responsabilità di gestire in autonomia un organismo come un'Associazione, costituisce un elemento fortemente distintivo che gode di alta considerazione nel mondo del lavoro.

Oikosmos si caratterizza e si distingue per l'alto tasso di **innovazione** dei suoi progetti, proposti dagli studenti stessi, che vuole sostenere e portare avanti con continuità.

Il primo progetto implementato è una web tv di Facoltà, chiamata **Lucia TV - "La tua compagna di studi"** (<http://www.luciatv.it>), su cui sono raccolte attività svolte in Facoltà. Lectio magistralis di importanti manager del mondo dell'industria e della distribuzione, seminari, conferenze e altri video di orientamento e di promozione della Facoltà di Economia sono registrati e messi a disposizione di tutti in modo assolutamente gratuito tramite il blog di Lucia TV.

Un secondo progetto su cui Oikosmos ha impegnato buona parte delle proprie risorse è l'implementazione di un business social network chiuso all'esterno (i dati personali sono quindi protetti), chiamato **Kennedy Six** (www.kennedysix.com), che ha lo scopo di creare un efficiente punto di contatto tra lo studente laureando o laureato e il mondo del lavoro. Lo studente si può iscrivere e compilare un profilo completo in cui si racconta, come in un vero curriculum. Le imprese, con account dedicati, possono fare selezione tramite un search engine con circa 40 variabili di scrematura, che vanno dal voto di laurea alla partecipazione ad Associazioni di studenti, dalle skills personali alle lingue conosciute.

L'obiettivo di **Oikosmos** è selezionare e lanciare almeno un **progetto innovativo** all'anno, mantenendo attivi quelli già lanciati. Per questo ogni studente, che sia del primo anno di studi o nella fase finale del proprio percorso accademico, è invitato a partecipare e ad iscriversi all'Associazione. Troverà un ambiente dinamico, moderno e innovativo in cui fare esperienza e contribuire al miglioramento dell'ambiente accademico.

Per informazioni vedi:

Web: www.oikosmos.com www.luciatv.it www.kennedysix.com

www.twitter.com/oikosmos

www.facebook.com - *cerca la fan page*

email: info@oikosmos.com

Sede: edificio principale della Facoltà di Economia, al termine del corridoio aule I-M, piano rialzato.

4 I percorsi formativi dell'a.a. 2009/2010

4.1 I corsi di studio

La Facoltà di Economia nell'a.a. 2009/2010 attiva i corsi elencati dalla Tabella 6 alla Tabella 8.

Tabella 6 – I corsi di studio della Facoltà di Economia per l'a.a. 2009/2010 – corsi di laurea

Corso di	Denominazione e curricula	Classe	Anni attivati
Laurea	Economia e Management (CLEM) - curriculum in Economia Aziendale (CLEA) - curriculum in Economia dei Servizi (CLES) - curriculum in Economia dell'Internazionalizzazione (CLEI) - curriculum in Economia e Finanza (CLEF) - curriculum in Economia e Marketing (CLAM)	L-18 Scienze dell'economia e della gestione aziendale	Primo
laurea	Economia aziendale (CLEA)	17	Secondo e terzo
	Economia e finanza (CLEF)	Scienze dell'economia e della gestione aziendale	
	Economia e management (CLEM)		
	Marketing (CLAM)		
	Economia dello sviluppo e della cooperazione internazionale (CLES)	28 Scienze economiche	

Tabella 7 – I corsi di studio della Facoltà di Economia per l'a.a. 2009/2010 – corsi di laurea magistrale e specialistica

Corso di	Denominazione e curricula	Classe	Anni attivati
laurea magistrale	Amministrazione e Direzione Aziendale (ADA)	LM-77 Scienze economico-aziendali	Primo
	Economia e gestione dello sviluppo (EGES) - curriculum in Sviluppo locale e cooperazione internazionale - curriculum in Ambiente e territorio		
	Economia e International Business (LAMIB)		
	Finanza e Risk Management (FRIM) - curriculum in Gestione dei rischi bancari e finanziari - curriculum in Metodi e modelli per la finanza		
	Trade marketing e strategie commerciali (TRADE) - curriculum in Trade marketing - curriculum in Marketing Intelligence per le Decisioni Aziendali (MIDA)		
laurea specialistica	Amministrazione e Direzione Aziendale (ADA)	84/s Scienze economico-aziendali	Secondo
	Finanza e Risk Management (FRIM) - curriculum in Gestione dei rischi bancari e finanziari - curriculum in Metodi e modelli per la finanza		

	Trade marketing e strategie commerciali (TRADE) <ul style="list-style-type: none"> - curriculum in Trade marketing - curriculum in Marketing Intelligence per le Decisioni Aziendali (MIDA) 		
	Sviluppo locale, cooperazione e mercati internazionali (SVIL) <ul style="list-style-type: none"> - curriculum Internazionale - curriculum Nazionale 	64/s Scienze dell'economia	

Tabella 8 – Corsi di Master e Dottorato, a.a. 2009/2010

Master di I livello	International business (in collaborazione con l'Università di Dundee – Scozia)
	Regolazione dello sviluppo locale Strategia e pianificazione delle organizzazioni, degli eventi e degli impianti sportivi
Dottorato di ricerca	Economia

Forse ti è utile sapere che la classe di laurea L-18 (ex 270/04) è equivalente alla precedente classe 17 (ex 509/99): in entrambi i casi si tratta della classe delle Scienze dell'economia e della gestione aziendale (come puoi vedere anche nella Tabella 6). Analogamente, la classe delle lauree magistrali LM-77 (ex 270/04) è equivalente alla precedente classe 84/s (ex 509/99): in entrambi i casi si tratta della classe delle Scienze economico-aziendali (cfr. Tabella 7).

4.2 Corsi di laurea specialistica delle classi 84/s e 64/s: obiettivi, sbocchi professionali

4.2.1 ADA – classe 84/s

Obiettivi formativi

Il corso di laurea specialistica in Amministrazione e Direzione Aziendale (ADA) persegue la formazione di laureati che possiedano:

- approfondite conoscenze in ambito economico-aziendale e giuridico, con particolare riferimento al diritto delle società e dell'impresa, ottenute attraverso un articolato impianto di insegnamenti e di modalità di apprendimento;
- elevate capacità interdisciplinari che, integrando le competenze distintive aziendali e giuridiche con idonee conoscenze in ambito quantitativo ed economico, permettano di affrontare le problematiche aziendali nell'ottica sistemica propria delle direzioni aziendali e della programmazione e gestione del cambiamento;
- una consolidata attitudine all'impiego delle metodologie, dei saperi e delle abilità necessarie a ricoprire posizioni di responsabilità nell'amministrazione e nel governo delle aziende, nonché a svolgere le libere professioni dell'area economica.

Sbocchi professionali

Il corso di laurea specialistica in Amministrazione e Direzione Aziendale intende formare laureati in Economia, orientati:

- alle funzioni direttive e amministrative d'azienda,
- alle attività libero-professionali attinenti alla consulenza aziendale (dottore commercialista, consulente economico-giuridico, revisore contabile, internal auditor, controller, investor relation manager).

Si tratta, quindi, di una formazione volta alla preparazione di figure professionali in grado di assistere le aziende nella gestione, nell'amministrazione, nella pianificazione e nel controllo. Si propone, pertanto, la formazione di economisti d'azienda con adeguata formazione giuridica, trasferendo approfondite conoscenze di metodo e di contenuto economico-aziendale e giuridico, puntando sull'acquisizione di saperi specialistici e di strumenti metodologici idonei ad affrontare con visione interdisciplinare ed integrata i campi dell'economia d'azienda.

L'ADA si propone anche come base formativa per l'accesso alla libera professione di dottore commercialista e revisore contabile. Pertanto gli Ordini Professionali dei Dottori Commercialisti, le Associazioni delle imprese, delle società di revisione, dei manager e dirigenti d'azienda, degli internal auditors e degli analisti finanziari, sono gli interlocutori privilegiati nel dialogo che accompagna il percorso formativo e che consente la verifica dei contenuti degli insegnamenti.

4.2.2 FRIM – classe 84/s

Obiettivi formativi

Il corso di laurea specialistica in Finanza e Risk Management (FRIM) intende formare laureati esperti nella gestione di prodotti e portafogli finanziari e nell'analisi e gestione dei rischi bancari e finanziari nonché, più in generale, dei rischi economici d'impresa.

Il piano formativo consente di:

- acquisire una solida conoscenza di metodologie quantitative e di discipline aziendali ed economiche, in particolare mediante la comprensione degli strumenti del calcolo matematico applicato all'economia dei prodotti e dei mercati finanziari, della finanza delle assicurazioni e dei modelli aziendali di analisi del rischio degli operatori bancari, finanziari e assicurativi;
- sviluppare la capacità di applicare tali metodologie e strumenti al campo della finanza, in termini di analisi degli scenari internazionali, implementazione di modelli decisionali nei mercati finanziari e nel governo delle aziende, analisi e sviluppo dei processi gestionali tipici delle diverse categorie di intermediari finanziari;
- acquisire conoscenze interdisciplinari, in particolare nei settori giuridico e dell'economia che, congiuntamente alle competenze sviluppate in ambito economico-aziendale e quantitativo, permettono di affrontare le problematiche aziendali in ottica integrata;
- sviluppare un profilo culturale coerente con le abilità richieste per le posizioni di responsabilità nel governo e amministrazione delle aziende.

Sbocchi professionali

Possibili ambiti occupazionali per chi consegue la laurea specialistica in Finanza e Risk Management comprendono:

- società di gestione del risparmio, organi di vigilanza del sistema finanziario e società di valutazione del rating finanziario;
- uffici tecnici e uffici di programmazione delle organizzazioni ed aziende del sistema finanziario;
- attività di libero professionista nell'area finanziaria e assicurativo-previdenziale e di consulente o responsabile della gestione dei rischi aziendali e dei processi assicurativi;
- gestore di portafogli, analista finanziario e specialista altamente qualificato nei mercati finanziari.

Agli operatori di tali ambiti si fa riferimento per la verifica della coerenza tra i contenuti del piano formativo ed i profili professionali richiesti dal mercato.

Curricula

Il percorso della Laurea Specialistica in Finanza e Risk Management prevede, al secondo anno, un'articolazione in due curricula: "Gestione dei rischi bancari e finanziari", a carattere manageriale, e "Metodi e modelli per la finanza", a carattere quantitativo.

La scelta del curriculum deve essere comunicata alla Segreteria Studenti entro il 30 ottobre 2009. Scarica del sito web della Facoltà la modulistica richiesta e segui le indicazioni ivi fornite.

Link utili

All'indirizzo <http://ilblogdelfrimdir.splinder.com/> è attivo il Blog del Frim. Puoi partecipare a discussioni su vari temi della finanza, dell'economia e altri argomenti attinenti agli studi del FRIM.

Tyche, è l'Associazione laureati, amici, docenti di finanza, banche e assicurazioni dell'Università di Parma; organizza seminari e incontri con operatori ed esperti del mercato finanziario e assicurativo. Consulta il Blog del Frim per avere informazioni sui vari eventi e, ovviamente, sull'adesione all'Associazione.

4.2.3 TRADE – classe 84/s

Obiettivi formativi

Negli ultimi anni l'attività di marketing ha assunto sempre più una duplice configurazione: quella di consumer marketing e quella di trade marketing. La prima configurazione si riferisce alle strategie di marketing orientate al mercato della domanda finale (consumatore), mentre la seconda configurazione si riferisce alle strategie di marketing orientate al mercato della domanda intermedia (distribuzione). A

seguito del cambiamento ambientale le strategie di trade marketing hanno assunto un ruolo sempre più rilevante nei processi di marketing orizzontali e verticali. In particolare tale rilevanza è stata favorita da: la modificazione dei modelli di consumo e di acquisto caratterizzati da una crescente domanda di servizi commerciali e da una nuova configurazione dei comportamenti d'acquisto dei consumatori; lo sviluppo di una vera e propria "rivoluzione commerciale" che, oltre a cambiare la struttura dei sistemi distributivi, ha influenzato sempre di più i processi di marketing delle imprese commerciali; la crescita dei livelli di concentrazione commerciale agli acquisti e alle vendite tali da determinare una significativa e radicale evoluzione dei rapporti di forza nelle relazioni di filiera; la modificazione del mix degli investimenti di marketing con un peso crescente delle attività e degli investimenti di "trade marketing" rispetto agli investimenti classici di "consumer marketing". Da questi fenomeni è scaturita una forte domanda di profili professionali in grado di pianificare, gestire e organizzare le politiche commerciali delle imprese operanti nei diversi stadi della filiera distributiva (imprese industriali, imprese commerciali, imprese di logistica, agenzie di comunicazione e promozione, etc.).

Sbocchi professionali

A seguito dei cambiamenti dei processi di marketing descritti in precedenza si è verificata una nuova configurazione delle strutture organizzative delle imprese industriali, commerciali e di servizi. Nell'ambito di questa nuova configurazione organizzativa si è progressivamente affermata una nuova domanda di profili professionali che ha assunto una particolare rilevanza quantitativa, come emerge chiaramente dagli annunci di ricerca di personale pubblicati dai maggiori quotidiani. Si tratta di una domanda espressa con la stessa intensità sia dalle piccole e grandi imprese sia dalle imprese operanti nei diversi stadi della filiera (imprese industriali, imprese commerciali, imprese di logistica, agenzie di promozione e pubblicità, società di consulenza, etc.).

Curricula

Il percorso della Laurea Specialistica in Trade Marketing e Strategie Commerciali prevede, al secondo anno, un'articolazione in due curricula: "Trade Marketing" e "Marketing Intelligence per le Decisioni Aziendali".

La scelta del curriculum deve essere comunicata alla Segreteria Studenti entro il 30 ottobre 2009. Scarica del sito web della Facoltà la modulistica richiesta e segui le indicazioni ivi fornite.

Il curriculum in “Trade Marketing”

Si propone di completare l'approfondimento delle tematiche relative alle strategie commerciali e ai processi di marketing di filiera, anche attraverso la realizzazione di iniziative di collaborazione con il mondo delle imprese. Tali attività si concretizzano in alcune attività specifiche che connotano tale curriculum del corso di laurea specialistica in Trade Marketing e Strategie Commerciali. Il curriculum in Trade Marketing è stato realizzato per rispondere al grande e diffuso fabbisogno di competenze manageriali nell'area delle attività di marketing e delle attività commerciali tanto da aver riscosso un notevole successo in termini di iscrizioni e di sbocchi professionali per i laureati.

Il corso di laurea specialistica con indirizzo in Trade Marketing si propone di formare competenze specifiche per la gestione delle problematiche commerciali e distributive finalizzate a migliorare la qualità delle politiche di vendita aziendali.

Nell'ambito del corso di laurea specialistica in Trade Marketing e Strategie Commerciali, finora non organizzato in curricula, si è consolidato un rapporto molto stretto con il mondo economico ed aziendale, tanto che i docenti coinvolgono abitualmente nell'attività didattica qualificati membri del mondo imprenditoriale, manageriale ed istituzionale. Tra le altre, negli ultimi anni sono state coinvolte realtà aziendali importanti sia nel campo industriale che distributivo come: Auchan, Barilla, Bauli, Candy, Carrefour, Chanel, Coca-Cola, Conad, Coop Italia, Danone, Eurisko, Expert, Ferrero, Fiat, Finiper, IRI Infoscan, Kraft Foods Italia, L'Oréal, Leaf Italia-Sperlari, Loewe, Luxottica, MediaWorld, Merloni – Indesit Company, Moët-Hennessy, Nestlé, Parfums Christian Dior, Parmalat, Philips, Piaggio, Procter & Gamble, SISA, Unieuro-Dixon's, Zucchi e altre ancora.

La collaborazione con il mondo delle imprese si concretizza, inoltre, attraverso la possibilità per gli studenti di partecipare ad alcuni premi di marketing nazionali ed internazionali (Premio SIM, L'Oréal International Marketing Award, etc.). In particolare, nell'ambito del corso di laurea specialistica in Trade Marketing e Strategie Commerciali, gli studenti hanno la possibilità di partecipare al “L'Oréal Target, Sales & Trade Marketing Field Project”, il primo premio universitario di Trade Marketing a livello internazionale. Questo premio rappresenta un progetto “pilota” internazionale realizzato dal Gruppo L'Oréal in esclusiva con il corso di laurea specialistica in Trade Marketing e Strategie Commerciali della Facoltà di Economia di Parma in virtù delle competenze riconosciute anche in ambito aziendale alla “Scuola di Parma” come riferimento per gli studi sul trade marketing e sulla distribuzione. La laurea specialistica con indirizzo in Trade Marketing ha

raggiunto una rilevanza nazionale tanto da avere richieste di immatricolazioni ed iscrizioni di laureati triennali provenienti dalle più importanti università italiane.

Nell'ambito del corso di laurea specialistica in Trade Marketing e Strategie Commerciali è stato attivato il **Trade Marketing Student Club** a cui gli studenti possono aderire su base volontaria. Il Trade Marketing Student Club si propone di:

- coinvolgere gli studenti in cicli di testimonianze aziendali su temi specifici;
- stimolare i migliori studenti a svolgere un'attività di studio e di ricerca su temi di attualità in collaborazione con le imprese partner;
- favorire l'ingresso dei laureati della laurea specialistica nel mondo del lavoro attraverso un servizio di raccolta e di segnalazione dei curricula alle imprese;
- organizzare Career Day di incontro tra laureati/laureandi e imprese;
- proporre la partecipazione a premi di marketing sia universitari che aziendali;
- stimolare la partecipazione a convegni nazionali ed internazionali sui temi del retailing e del trade marketing;
- organizzare in Università colloqui di selezione con importanti aziende per i laureandi tanto che è molto alta la richiesta da parte delle aziende per questo tipo di colloqui;
- promuovere occasioni di incontro periodiche tra gli studenti del corso di laurea specialistica e i laureati dello stesso.

Nell'ambito del Trade Marketing Club, nel corso del 2008, è stata realizzata la 1° Convention del corso di laurea specialistica in Trade Marketing e Strategie Commerciali che ha visto la partecipazione di oltre 200 imprenditori e manager di imprese nazionali ed internazionali e di circa 250 studenti. Nell'ambito della Convention, interamente organizzata dagli studenti, sono stati presentati i risultati di alcune ricerche sulle tematiche di marketing di attualità del mercato. Questi risultati sono stati raccolti in tre pubblicazioni che sono state distribuite ai partecipanti.

I principali sbocchi professionali per chi frequenta il curriculum in Trade Marketing sono: Marketing managers; Direttori di punto vendita; Brand managers; Key account managers; Buyers/responsabili acquisti; Category managers; Merchandising managers; Capi area/capi zona; Product managers; Responsabili della logistica; Sales managers; Trade marketing managers; Channel managers; Loyalty marketing managers; Responsabili pianificazione media. Negli ultimi anni, vista la grande richiesta di profili professionali con competenze in Trade Marketing e

Strategie Commerciali, i laureati hanno trovato uno sbocco molto rapido nel mercato del lavoro.

Per ulteriori informazioni si consiglia di visitare il sito dell'indirizzo Trade Marketing: <http://economia.unipr.it/tm>

Il curriculum in “Marketing Intelligence per le Decisioni Aziendali” (MIDA)

Si tratta di un innovativo percorso che fonde la preparazione in tre aree disciplinari (il marketing e le ricerche di mercato, l'analisi statistica dei dati, l'economia dei settori, dei canali e dei media) per preparare laureati specialistici con competenze nuove e di tipo integrato. L'ambiente economico e sociale nel quale si trovano ad operare le imprese e le istituzioni è infatti caratterizzato da crescente interdipendenza, complessità e velocità, determinate in gran parte da tre macrofenomeni: la saturazione dei bisogni di base nella maggior parte dei mercati e la connessa apparizione di domanda per prodotti e servizi sempre più adattati a specifici bisogni di gruppi distinti di consumatori e acquirenti; l'allargamento geografico dei mercati; la “rivoluzione” delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione. Il mutato ambiente economico offre sfide ed opportunità molteplici. In questo scenario, il marketing strategico ed operativo deve necessariamente essere affiancato dagli sviluppi teorici e pratici più recenti della disciplina: il micromarketing e il web marketing.

Il curriculum in Marketing Intelligence per le Decisioni Aziendali vuole formare esperti nella gestione strategica ed operativa del rapporto tra l'impresa ed il nuovo ambiente economico sopra descritto. A questo scopo svilupperà negli studenti competenze di analisi, di progettazione, di gestione e di controllo di strategie e di attività di marketing integrate tra mercato fisico e mercato virtuale, tra old e new media, tra canali tradizionali ed elettronici, tra approcci di tipo “marketing di massa”, sui quali gli studenti si saranno verosimilmente formati durante il percorso di studi triennale, ed approcci innovativi di tipo “micromarketing”, sempre più richiesti nelle imprese e sviluppati da anni presso la Facoltà di Economia dell'Università di Parma con un'intensa attività di ricerca, che l'ha portata ad essere un punto di riferimento nazionale per gli operatori del settore (ne è un esempio il sito dell'Osservatorio Carte Fedeltà: <http://www.partnership4loyalty.com>).

Il progetto formativo dell'indirizzo in Marketing Intelligence per le Decisioni Aziendali si caratterizza come un progetto fortemente originale e innovativo, che si basa sulle “Due I”:

- Interdisciplinarietà: per “addestrare” gli allievi all'utilizzo degli strumenti quantitativi (statistici e di data mining) supportati dalle

nuove tecnologie, e per sviluppare le competenze richieste nella gestione del rapporto con i clienti nel nuovo contesto di mercato, non solo fisico ma anche virtuale. Si tratta di un percorso universitario innovativo, che non trova eguali nel panorama formativo in Italia, perché costruito espressamente per formare competenze integrate di Marketing Intelligence sulla base di tre aree disciplinari: il marketing e le ricerche di mercato, l'analisi statistica dei dati, l'economia dei settori, dei canali e dei media;

- Interconnessione con il mondo delle imprese: durante il percorso di Marketing Intelligence per le Decisioni Aziendali, la formazione degli allievi sarà supportata in ogni momento da una continuativa collaborazione con aziende di primaria importanza commerciali, industriali e, in particolare, dei servizi avanzati (tecnologie, new media, pubblicità, analisi dati). Le aziende terranno seminari e testimonianze, supporteranno le attività di laboratorio, proporranno progetti di tesi sperimentale e selezioneranno i neolaureati. I docenti impegnati nei corsi di questo indirizzo intrattengono da tempo proficue collaborazioni con il mondo aziendale ed imprenditoriale.

Numerose aziende di grande rilievo nel panorama nazionale ed internazionale hanno già manifestato l'intenzione di collaborare alle attività dell'indirizzo in Marketing Intelligence per le Decisioni Aziendali secondo le modalità sopra indicate. Tra queste, ACNielsen, Barilla, Buongiorno SpA, Carrefour, Catalina Marketing, Cemit Interactive Media (Gruppo Mondadori), Coop Italia, Gruppo Sisa, ICTeam.

Le trasformazioni dell'economia sopra delineate, in particolare quelle operate dalla "rivoluzione" delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione, sono fonte di consistenti prospettive occupazionali per i laureati del corso di laurea specialistica con indirizzo in Marketing Intelligence per le Decisioni Aziendali. Il nuovo ambiente competitivo ha infatti cambiato l'organizzazione interna delle imprese e quella esterna delle relazioni di mercato, e chiede risorse umane in grado di comprendere e governare tali cambiamenti. Tutte le imprese, nuove e consolidate, avvertono una forte necessità di persone con competenze trasversali, preparate nel nuovo marketing, nell'impatto delle tecnologie sull'economia d'impresa, nell'analisi dell'ambiente e del contesto competitivo con strumenti nuovi.

Emergono poi sempre più consistenti opportunità nelle cosiddette "nuove professioni", figure aziendali con competenze integrate, che possono essere ben ricoperte dai laureati magistrali in Trade Marketing e Strategie Commerciali – curriculum in Marketing Intelligence per le

Decisioni Aziendali. Una lista non esaustiva di tali professioni è la seguente:

- project manager, responsabile di gruppi di lavoro nello sviluppo di iniziative di micromarketing, e-commerce e web marketing;
- data miner e data analyst, analista delle informazioni di marketing contenute nei database aziendali e/o prodotte dal sito web;
- loyalty e CRM (customer relationship management) manager, responsabile delle strategie di fidelizzazione della clientela basate sull'impiego delle informazioni di cliente, sulla segmentazione e sulla realizzazione di programmi di marketing mirati a specifici target di clienti;
- channel manager, responsabile del canale elettronico all'interno delle strategie di marketing e commerciali dell'impresa;
- Internet marketing manager, responsabile della strategia di Internet marketing dell'impresa;
- business developer, analista delle potenzialità di sviluppo di nuovi business legati ad Internet ed al commercio elettronico;
- consulente specializzato su tematiche di micromarketing e web marketing, in grado di guidare con successo le imprese nel loro percorso di avvicinamento alle nuove forme di marketing, attraverso l'analisi dei fabbisogni aziendali e la predisposizione di strategie e di strumenti ad hoc.

4.2.4 SVIL – classe 64/s

Obiettivi formativi

La dimensione locale dello sviluppo ha acquistato un'importanza crescente negli ultimi anni sia in riferimento ai drammatici problemi dei Paesi del Sud del mondo sia in riferimento ai problemi delle aree e delle regioni in ritardo dei Paesi avanzati. L'ispirazione di fondo di questo corso è di affrontare le tematiche dello sviluppo locale in un'ottica internazionale e con un approccio comparativo, nella convinzione che il confronto di esperienze realizzate in contesti diversi migliori la capacità di trovare soluzioni efficaci ed originali ai problemi dello sviluppo.

Il corso presenta un carattere spiccatamente interdisciplinare. Esso si configura certamente come la prosecuzione ideale del percorso di uno studente che abbia acquisito i principi di base delle discipline economiche e manifesti un particolare interesse per le problematiche dello sviluppo economico dei Paesi e delle regioni arretrate. Ma può essere altrettanto efficacemente seguito da studenti che, provenendo

da studi di scienze politiche o di cooperazione allo sviluppo, manifestino un particolare interesse per gli aspetti politici, sociali ed umani dei processi di sviluppo.

Il corso offre la possibilità di effettuare un approfondimento dei principi teorici dell'economia dello sviluppo; delle cause economiche, sociali ed istituzionali dell'arretratezza e dei possibili rimedi in termini di politiche di sviluppo. Sul piano delle competenze esso consente di acquisire conoscenze altamente professionalizzanti nel campo della gestione di politiche e di progetti di sviluppo. L'obiettivo finale del corso è infatti di creare una figura professionale che sia in grado di contribuire al progresso sociale, economico e civile dei Paesi e delle regioni in ritardo. Più specificatamente il corso si propone di fornire agli allievi:

- capacità di analisi statistica ed economica di contesti locali nei Paesi in via di sviluppo o in aree arretrate dei Paesi avanzati ma anche con riferimenti ad aree avanzate;
- capacità di effettuare analisi di mercato riferite a specifiche industrie o filiere settoriali;
- capacità di animare i contesti locali mettendo in rete soggetti privati e soggetti istituzionali ai fini della promozione di azioni collettive;
- capacità di valutare il rilievo delle politiche di carattere ambientale e di politiche antidiscriminatorie riferite al genere, ai fini di uno sviluppo sostenibile e socialmente equo;
- capacità di elaborare, gestire e valutare progetti realizzati in contesti di Paesi o di regioni in ritardo;
- capacità di utilizzare i meccanismi del credito per favorire lo spin off di progetti imprenditoriali;
- capacità di interagire con gli organismi internazionali e nazionali che operano nel campo della cooperazione allo sviluppo e delle politiche strutturali europee e di utilizzare le opportunità di finanziamento da esse offerte;
- conoscenza avanzata della lingua inglese scritta e parlata.

Il corso persegue l'obiettivo di integrare conoscenze teoriche e competenze professionalizzanti. Ciascun modulo del corso sarà, per questo, di regola composto da una parte sui principi della materia e da una parte applicativa dove si utilizzeranno metodi di didattica attiva. I moduli del secondo anno, in particolare, sono concepiti per consentire agli studenti la realizzazione di un prodotto specifico sotto forma di una analisi economica, di un rapporto, di un progetto, di una valutazione.

Sbocchi professionali

Una particolarità di questo corso è di offrire due sbocchi professionali alternativi ma fungibili.

Per chi voglia cimentarsi nel campo degli aiuti ai Paesi in via di sviluppo e diventare un "analista dei mercati e manager delle politiche di sviluppo locale nell'ambito della cooperazione internazionale", lo sbocco professionale è costituito da tutti gli organismi, pubblici e privati, governativi e non governativi, nazionali ed internazionali che sono attivi nella elaborazione e nell'attuazione di piani di sviluppo in questi Paesi. E' costituito inoltre da soggetti pubblici impegnati nell'ambito della cooperazione decentrata e dagli organismi privati (imprese, società di consulenza, etc.) operanti nell'ambito delle iniziative di delocalizzazione produttiva, apertura di nuovi mercati di approvvigionamento e ingresso in nuovi mercati di sbocco. Infine dalle istituzioni finanziarie impegnate nel sostegno di progetti di cooperazione economica.

Per chi voglia invece cimentarsi nel campo delle politiche territoriali diventando un "Manager delle politiche di sviluppo locale", lo sbocco professionale è costituito dalle istituzioni periferiche (Regioni, Province, Comuni, Città metropolitane), da altre istituzioni intermedie (Camere di Commercio, Organizzazioni datoriali, Sindacati, Agenzie di sviluppo locale, Consorzi d'impresa), da associazioni della società civile (culturali, ambientali, sociali), dalle società private di servizi specializzate nell'assistenza tecnica, nel monitoraggio e nella valutazione delle politiche pubbliche, dagli organismi internazionali che elaborano e gestiscono politiche di riequilibrio strutturale.

L'elevata fungibilità delle competenze acquisite nel corso consente di passare da una all'altra di queste due alternative professionali in funzione della domanda di lavoro o delle proprie scelte individuali.

Curricula

Il percorso della Laurea Specialistica in Sviluppo Locale, Cooperazione e Mercati Internazionali è articolato in due curricula: "Internazionale" e "Nazionale". Come sai, il curriculum è già stato scelto al primo anno.

Se intendi cambiare la tua scelta, puoi farlo, comunicandolo entro il 30 ottobre 2009. Scarica dal sito web della Facoltà la modulistica richiesta.

4.3 Iscrizioni

Nell'a.a. 2009/2010 per i corsi di laurea specialistica della classe 84/s e 64/s saranno accettate soli iscrizioni ad anni successivi al primo.

Per l'iscrizione al secondo anno e fuori corso, riceverai presso la tua residenza, tramite posta, il modulo di pagamento della prima rata delle

tasse e contributi (€ 492,05) già gravata di € 29,24 di imposta di bollo assoluta in modo virtuale per domanda di iscrizione e d'esame e di € 98,13 per tassa regionale. Informazioni dettagliate e modulistica per esoneri, riduzioni, rimborsi, saranno pubblicate e consultabili su www.unipr.it/arpa/tasse; www.er-go.it.

Potrai effettuare il versamento presso qualunque sportello bancario sul territorio nazionale; non devi consegnare la ricevuta delle tasse alla Segreteria Studenti. Devi invece conservare la ricevuta quale (unico) documento comprovante l'iscrizione. Con il pagamento della prima rata sarai automaticamente iscritto all'a.a. 2009/2010 ed agli esami del corso di laurea prescelto.

I **termini per il versamento / iscrizione** sono i seguenti:

- **secondo anno dal 13 luglio al 16 ottobre 2009;**
- **anni fuori corso dal 13 luglio al 5 novembre 2009.**

Gli studenti sono tenuti a comunicare tempestivamente alla Segreteria Studenti qualsiasi variazione riguardante la residenza/domicilio per il recapito postale.

Puoi ottenere informazioni e assistenza presso la Segreteria Studenti.

Recapito: Via D'Azeglio, 85.

Tel: 0521 032209 / 377 / 378 / 379 / 516.

Fax 0521 032227

E-mail: segrstec@unipr.it

Orario di apertura: dal lunedì al venerdì dalle ore 9 alle ore 12; il giovedì dalle ore 9 alle ore 13.

Trasferimenti: se sei già iscritto ad un corso di laurea specialistica di altra Facoltà o altro Ateneo e intendi trasferirti ad uno dei corsi di laurea specialistica/magistrale descritti in questa guida, puoi fare richiesta alla Segreteria Studenti di Economia dal 13 luglio 2009 al 7 gennaio 2010. Rivolgiti alla Segreteria studenti di provenienza che provvederà all'invio di tutta la documentazione utile. Procurati nel frattempo: 2 foto formato tessera firmate sul retro, fotocopia fronte retro della carta identità e del codice fiscale, modulo ISEE relativo ai redditi 2008 utile per la compilazione dell'autocertificazione per la determinazione della 2a rata. Sarai invitato a presentarti presso l'ufficio della Segreteria Studenti di Economia per completare l'iscrizione.

Attenzione: le domande di trasferimento ai corsi di laurea specialistica descritti in questa guida sono accettate solo per anni successivi al primo.

Per la verifica delle eventuali convalide di esami già sostenuti, contatta la Segreteria Studenti della Facoltà di Economia. In particolare, puoi scrivere a:

Sig.ra Stefania Montanari: stefania.montanari@unipr.it

Sig.ra Simona Ferrari: simona.ferrari@unipr.it

Dall'a.a. 2009/2010 per le domande di trasferimento è attivato un servizio **on line**. Il servizio si chiama **UNIPARMA CLICK** ed è accessibile dal sito <http://www.unipr.it>.

Puoi trovare informazioni anche nella pagina web della Facoltà, nella sezione dedicata all'Offerta Formativa: http://economia.unipr.it/off_f

4.4 Il calendario didattico

Nella Tabella 9, trovi l'indicazione dei periodi di lezione, di esame e di sospensione dell'attività didattica per l'a.a. 2009/2010.

Tabella 9 – Calendario didattico a.a. 2009/2010

Lunedì 14 settembre 2009	Venerdì 18 dicembre 2009	Lezioni del primo semestre (14 settimane)
Lunedì 5 ottobre 2009 [salvo diversa indicazione della Commissione Istruttoria]		Lauree – sessione autunnale (Istruttorie)
Giovedì 8-Venerdì 9 ottobre 2009		Lauree – sessione autunnale (proclamazioni)
Lunedì 14 dicembre 2009 [salvo diversa indicazione della Commissione Istruttoria]		Lauree – sessione invernale (Istruttorie)
Giovedì 17-Venerdì 18 dicembre 2009		Lauree – sessione invernale (proclamazioni)
Lunedì 21 dicembre 2009	Mercoledì 6 gennaio 2010	Vacanze natalizie
Giovedì 7 gennaio 2010	Venerdì 12 febbraio 2010	Esami di profitto e di idoneità – sessione invernale 3 appelli per insegnamenti impartiti nel primo semestre, 2 appelli per gli altri
Lunedì 15 febbraio 2010	Venerdì 28 maggio 2010	Lezioni del secondo semestre (14 settimane)

Lunedì 15 marzo 2010 [salvo diversa indicazione della Commissione Istruttoria]		Lauree – sessione primaverile (Istruttorie)
Giovedì 18-Venerdì 19 marzo 2010		Lauree – sessione primaverile (proclamazioni)
Giovedì 1 aprile 2010	Mercoledì 7 aprile 2010	Vacanze pasquali
Lunedì 31 maggio 2010	Venerdì 9 luglio 2010	Esami di profitto e di idoneità – sessione estiva 3 appelli per insegnamenti impartiti nel secondo semestre, 2 appelli per gli altri
Lunedì 5 luglio 2010 [salvo diversa indicazione della Commissione Istruttoria]		Lauree – sessione estiva (Istruttorie)
Giovedì 8-Venerdì 9 luglio 2010		Lauree – sessione estiva (proclamazioni)
Lunedì 19 luglio 2010	Martedì 31 agosto 2010	Vacanze estive
Mercoledì 1 settembre 2010	Venerdì 10 settembre 2010	Esami di profitto e di idoneità – prolungamento sessione estiva 1 appello

Orario delle lezioni

L'orario delle lezioni sarà disponibile nella pagina web della Facoltà; a inizio settembre, potrai ritirarne una copia cartacea presso l'Ufficio Fotocopie. Per ciascun anno di corso, le lezioni saranno organizzate su tre giornate consecutive, di norma nella fascia oraria 9-18.

Il calendario annuale delle lezioni del secondo anno dei corsi di laurea specialistica, prevede di norma la concentrazione degli insegnamenti del secondo anno nel primo semestre e nel primo periodo del secondo semestre, in modo che tu possa dedicare la parte finale del secondo anno esclusivamente alla preparazione della tesi.

Sessioni d'esame, iscrizione agli esami e verbalizzazione elettronica

Come riportato nella Tabella 9, nell'a.a. 2009/2010 ci saranno tre sessioni d'esame:

- invernale (dal 7 gennaio al 12 febbraio 2010);
- estiva (dal 31 maggio al 9 luglio 2010);
- di recupero (dal 1° al 10 settembre 2010),

per un totale di 6 appelli d'esame.

Per i corsi di laurea specialistica della classe 84/s e 64/s, sarà organizzato un ulteriore appello per gli insegnamenti del primo semestre da 4/5 CFU le cui lezioni terminano a ottobre; l'appello sarà organizzato al termine delle lezioni, dunque orientativamente a fine ottobre/inizio novembre. Analogamente, sempre per i corsi di laurea specialistica della classe 84/s e 64/s, sarà organizzato un ulteriore appello al termine delle lezioni per gli insegnamenti da 4/5 CFU collocati nel secondo semestre, le cui lezioni terminano a marzo; orientativamente, tale appello sarà organizzato a fine marzo / inizio aprile. Maggiori informazioni saranno disponibili quando sarà pubblicato l'orario delle lezioni e il calendario degli esami. Consulta il sito web della Facoltà.

Per poter sostenere un esame, devi iscriverti utilizzando il servizio di Iscrizione agli esami via Internet, raggiungibile da <http://www.unipr.it>. Dall'a.a. 2009/2010 sarà introdotta, in via sperimentale nella sessione invernale e successivamente in modo definitivo, la verbalizzazione elettronica degli esami.

Come sai, finora il voto conseguito in un appello poteva essere verbalizzato entro due sessioni d'esame. Con la verbalizzazione elettronica, questo non sarà più possibile. Il vantaggio, però, è che (grazie alla procedura elettronica) non dovrai essere presente in Facoltà al momento della verbalizzazione.

Ci sarà un periodo transitorio in cui coesisteranno modalità cartacea tradizionale e modalità elettronica di verbalizzazione. Annota con cura le indicazioni che ti forniranno i docenti al momento dell'esame circa le modalità e i termini per la verbalizzazione del voto.

La verbalizzazione elettronica prevede che tu riceva l'esito dell'esame e l'invito ad esprimere il consenso alla registrazione via posta elettronica. L'unica casella email ammessa è quella fornita con il servizio di Ateneo Appost@perte. Gestisci con cura la casella che ti viene assegnata al momento dell'immatricolazione (ad esempio, scarica – in modo definitivo – i messaggi che ricevi, in modo da evitare di superare il limite di spazio che ti è assegnato).

4.5 Opportunità formative all'estero o presso aziende

4.5.1 Programma SOCRATES / ERASMUS

Socrates è il programma di azione dell'Unione Europea per la cooperazione nel settore dell'istruzione. Il programma riguarda i Paesi dell'Unione Europea, nonché l'Islanda, il Liechtenstein, la Norvegia e i PECO. Socrates differisce dalle iniziative comunitarie precedenti poiché comprende tutti i tipi e i livelli d'istruzione nell'ambito di un unico programma di cooperazione europea inteso a promuovere il concetto di apprendimento durante tutto l'arco della vita in una prospettiva di integrazione e di scambio culturale tra le università dei Paesi partecipanti.

Tra gli obiettivi globali del programma Socrates devono essere qui ricordati quelli di:

- sviluppare la dimensione europea dell'istruzione a tutti i livelli in modo da rafforzare lo spirito di cittadinanza europea, valorizzando il patrimonio culturale di ogni Stato membro;
- incoraggiare la mobilità delle studentesse e degli studenti, permettendo loro di compiere parte degli studi in uno Stato membro, al fine di contribuire al consolidamento della dimensione europea dell'istruzione;
- incoraggiare il riconoscimento accademico di diplomi, periodi di studio ed altre qualifiche, allo scopo di facilitare lo sviluppo di un'area europea aperta per la cooperazione in materia di istruzione;
- sviluppare la mobilità dei docenti al fine di promuovere scambi di informazioni ed esperienze affinché il confronto tra sistemi di istruzione negli Stati membri diventi una fonte di arricchimento e di stimolo reciproco.

Con riferimento alla mobilità di studenti, il programma Socrates ha incorporato le caratteristiche del programma ERASMUS (European Community Action Scheme for the Mobility of University Students), le cui prime due fasi si sono svolte nel periodo 1987-94 e che resta come denominazione del tipo di azione indicata.

In questo ambito sono concesse borse di studio a studenti universitari per svolgere in una Università, o Istituzione d'Insegnamento Superiore, di un altro Paese dell'Unione Europea un periodo di studi che costituisca parte riconosciuta del titolo di studio/qualifica rilasciati dall'Università di origine.

Scopo delle borse di studio è quello di contribuire a coprire il differenziale di spese che lo studente dovrà sostenere recandosi all'estero rispetto al suo mantenimento in Italia.

Le borse sono concesse per un trimestre, semestre, o un anno accademico, a studenti dei corsi di laurea di primo e secondo livello, delle Scuole a fini speciali, delle Scuole di specializzazione ed ai dottorandi (Dottorato di ricerca), per seguire o svolgere presso un'Università dei Paesi della Unione Europea:

- uno o più corsi istituzionali;
- tesi di laurea o parte di essa;
- attività proprie del corso di dottorato di ricerca.

La possibilità per l'Ateneo di partecipare al programma e di erogare le borse di studio è condizionata dall'approvazione di un Contratto Istituzionale che viene presentato all'Unione Europea dopo aver concordato con altre Università o Istituzioni di insegnamento superiore estere il numero massimo di studenti e studentesse che potranno usufruire del programma di mobilità su basi di reciprocità. Tale procedura è dovuta al fatto che il programma Socrates/Erasmus prevede che gli studenti comunitari possano frequentare i corsi in sedi universitarie estere sostenendo solo le spese di iscrizione presso la propria Università di origine e ciò nonostante i differenziali di costo tra le varie sedi Universitarie, spesso di entità assai rilevante.

Le borse di studio sono assegnate per **concorso bandito dall'Ateneo**, con affissione nelle bacheche delle varie Facoltà non appena ottenuta l'approvazione del Contratto Istituzionale dalla Unione Europea.

Per l'a.a. 2009/2010 il Bando con le modalità di partecipazione sarà pubblicato presumibilmente nel mese di gennaio 2010 e le domande (orientativamente) avranno scadenza febbraio 2010.

In occasione dell'uscita del Bando gli studenti interessati sono pregati di consultare la bacheca ERASMUS posizionata nell'atrio della Facoltà e la pagina "Avvisi Erasmus" nel sito della Facoltà e di partecipare alle riunioni di orientamento durante le quali saranno fornite maggiori informazioni.

La selezione avverrà sulla base del merito studentesco e della valutazione della conoscenza linguistica del candidato che ne attesti l'idoneità.

Le informazioni rilevanti saranno disponibili sulle pagine web:

- dell'Unione Europea:
<http://europa.eu.int/en/comm/dg22/socrates.html>
- dell'Ateneo (informazioni generali sul programma, gli importi delle Borse, i documenti necessari, le informazioni pratiche, ecc.): <http://www.unipr.it/studenti/iscritti/>
- sulle pagine web dedicate alla Facoltà (informazioni aggiornate relative alle modalità di selezione, alle procedure di convalida degli esami sostenuti all'estero, alle date importanti, ecc.): http://economia.unipr.it/docenti/avvisi_generali.asp

Per ulteriori informazioni, nonché per ritirare i moduli di partecipazione, ti puoi rivolgere al:

Servizio Scambi Culturali - Ufficio Socrates/Erasmus
via Università 12
tel. 0521904289 web: <http://www.unipr.it/studenti/iscritti/>

Per informazioni, ti puoi rivolgere anche al Responsabile e Coordinatore della Facoltà di Economia:

prof. Paolo Fabbri
e-mail: paolo.fabbri@unipr.it

4.5.2 Programma SOCRATES / LEONARDO

Nell'ambito del programma Socrates è previsto un programma d'azione, denominato Leonardo, per l'attuazione di una politica di formazione professionale dell'Unione Europea che ha, tra gli altri, l'obiettivo di favorire lo sviluppo della cooperazione Università-Impresa con particolare riferimento agli aspetti tecnologici. Esso prevede il finanziamento di borse di studio per consentire a studentesse e studenti e neolaureate e neolaureati di compiere un periodo di tirocinio presso imprese situate in altri Stati membri della UE.

Per ottenere l'assegnazione di una borsa Leonardo è indispensabile avere una buona conoscenza della lingua del Paese in cui si intende compiere lo stage (ovvero della lingua inglese).

Per ulteriori informazioni le studentesse e gli studenti sono invitati a rivolgersi presso:

Servizio Scambi Culturali - Ufficio Socrates/Erasmus
via Università 12
tel.:0521904289 web: <http://www.unipr.it/studenti/iscritti/>

Per informazioni, ti puoi rivolgere anche al Responsabile e Coordinatore della Facoltà di Economia:
prof. Paolo Fabbri
email: paolo.fabbri@unipr.it.

4.5.3 Stage presso imprese

L'Ateneo ha reso operativi alcuni servizi che si occupano della gestione e dell'attivazione dei tirocini all'interno di imprese distribuite sull'intero territorio nazionale. In relazione all'attività di stage, possono esserti riconosciuti crediti didattici (consulta anche le ulteriori informazioni riportate più avanti).

Lo studente o il laureato che abbia già individuato l'Azienda o l'Ente presso cui effettuare lo stage dovrà attenersi alle informazioni ed alle modalità indicate sul sito Internet della Facoltà

<http://economia.unipr.it/stage>, oppure può rivolgersi ai seguenti uffici:

Servizio TIROCINI FORMATIVI, per i tirocini curriculari, riservati a studenti, per i quali è previsto un riconoscimento in termini di CFU - Tel. 0521 034023 fax 0521 034021 -

Web: <http://www.unipr.it/arpa/orienta2/serviziotirociniformativi.html>

Servizio TIROCINI DI ORIENTAMENTO E FORMAZIONE, per tirocini non curriculari, riservati a studenti laureandi e laureati (entro 18 mesi dalla laurea) finalizzati al placement nel mondo del lavoro - Tel. 0521 034018 fax 0521 034021 – Web

<http://www.unipr.it/arpa/orienta2/serviziotirociniorientamentoformazione.html>

Gli uffici si occupano anche della promozione presso le imprese dei curricula dei candidati, tenuto conto delle aspirazioni, attitudini, caratteristiche e capacità personali.

5 I contenuti dei corsi di laurea ex 509/99 in dettaglio

5.1 Il piano degli studi dell'ADA – classe 84/s

Nella Tabella 10 è riportato il piano di studi degli studenti che si sono immatricolati nell'a.a. 2008/2009 (e dunque che nell'a.a. 2009/2010 saranno iscritti al secondo anno). Se nell'a.a. 2009/2010 sarai iscritto fuori corso (e dunque se ti sei immatricolato prima dell'a.a. 2008/2009) e non ricordi qual è il tuo piano di studi, consulta le Guide dello studente degli anni passati (scaricabili anche dal sito web della Facoltà).

Tabella 10 – Piano di studio ADA – classe 84/s; studenti immatricolati a.a. 2008/2009 (iscritti al secondo anno nell'a.a. 2009/2010)

Primo anno (a.a. 2008/2009)		
INSEGNAMENTO	SSD	CFU
BILANCIO CONSOLIDATO	SECS-P/07	5
BILANCIO DEGLI ENTI PUBBLICI	SECS-P/07	5
COSTI PER LE DECISIONI AZIENDALI	SECS-P/07	4
DIRITTO DELLE PROCEDURE CONCORSUALI	IUS/04	5
DIRITTO TRIBUTARIO ED ELEMENTI DI PIANIFICAZIONE FISCALE INTERNAZIONALE	IUS/12	8
ECONOMIA DEI GRUPPI, DELLE CONCENTRAZIONI E COOPERAZIONI AZIENDALI	SECS-P/07	4
ISTITUZIONI E DOTTRINE ECONOMICO-AZIENDALI COMPARATE – Ragioneria internazionale	SECS-P/07	4
SISTEMI DI GOVERNANCE E REVISIONE AZIENDALE parte 1	SECS-P/07	5
SISTEMI DI GOVERNANCE E REVISIONE AZIENDALE parte 2	SECS-P/07	4
SISTEMI DIREZIONALI DI PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO	SECS-P/07	4
STATISTICA AZIENDALE E ANALISI DEI DATI + seminario	SECS-S/01	4
	SECS-S/02	2
STORIA DELLE IMPRESE + seminario	SECS-P/12	7
Secondo anno (a.a. 2009/2010)		
INSEGNAMENTO	SSD	CFU
DIRITTO DELLA PROPRIETA' INTELLETTUALE	IUS/05	5
ELEMENTI DI ECONOMIA TRIBUTARIA	SECS-P/01	5

ECONOMIA DELLE OPERAZIONI DI GESTIONE STRAORDINARIA	SECS-P/07	4
ECONOMIA INDUSTRIALE 2	SECS-P/06	5
PROFILI GIURIDICI DELLE GOVERNANCE E DELLE OPERAZIONI STRAORDINARIE	IUS/05	5
TEMI SPECIALI DI BILANCIO	SECS-P/07	5
ABILITA' DIVERSE		2
A SCELTA STUDENTE		9
PROVA FINALE		19
TOTALE		120

La Tabella 11 riporta la corrispondenza tra insegnamenti del nuovo corso di laurea magistrale ADA e gli insegnamenti del piano degli studi in Tabella 10. Per avere ulteriori informazioni, rispetto a quelle riportate nella tabella, sulla corrispondenza tra insegnamenti della vecchia e della nuova Offerta Formativa, consulta le comunicazioni che saranno pubblicate sul sito della Facoltà (anche nelle pagine dei docenti titolari dei vari insegnamenti). Per gli insegnamenti per cui non è specificata una corrispondenza, controlla anche la possibile corrispondenza con gli insegnamenti liberi (guarda la parte finale di questa Guida).

Tabella 11 – Corrispondenza tra piano degli studi per studenti immatricolati all'ADA nell'a.a. 2008/2009 e nuovo corso di laurea magistrale ADA

Immatricolati ADA a.a. 2008/2009		Nuovo ADA (immatricolati a.a. 2009/2010)	
INSEGNAMENTO	CFU	INSEGNAMENTO	CFU
BILANCIO DEGLI ENTI PUBBLICI	5	Programmazione, controllo e bilancio nelle aziende pubbliche	10
DIRITTO DELLE PROCEDURE CONCORSUALI	5	Diritto commerciale (corso progredito)	10
PROFILI GIURIDICI DELLE GOVERNANCE E DELLE OPERAZIONI STRAORDINARIE	5		
DIRITTO TRIBUTARIO ED ELEMENTI DI PIANIFICAZIONE FISCALE INTERNAZIONALE	8	Diritto Tributario ed elementi di pianificazione fiscale internazionale	10

BILANCIO CONSOLIDATO	5		
ISTITUZIONI E DOTTRINE ECONOMICO-AZIENDALI COMPARATE – Ragioneria internazionale	4	Ragioneria internazionale	10
SISTEMI DI GOVERNANCE E REVISIONE AZIENDALE parte 1	5	Sistemi di governance e revisione aziendale	10
SISTEMI DI GOVERNANCE E REVISIONE AZIENDALE parte 2	4		
STATISTICA AZIENDALE E ANALISI DEI DATI + seminario	6	Statistica aziendale e analisi dei dati	6
STORIA DELLE IMPRESE + seminario	7	Profili evolutivi d'impresa e di pratica tributaria	9
ELEMENTI DI ECONOMIA TRIBUTARIA	5		
ECONOMIA INDUSTRIALE 2	5	Economia applicata	5
TEMI SPECIALI DI BILANCIO	5	Temi speciali di bilancio	5
SISTEMI DIREZIONALI DI PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO	4	Sistemi di programmazione e controllo di gestione	5
ECONOMIA DEI GRUPPI, DELLE CONCENTRAZIONI E COOPERAZIONI AZIENDALI	4		
COSTI PER LE DECISIONI AZIENDALI	4		
DIRITTO DELLA PROPRIETA' INTELLETTUALE	5		
ECONOMIA DELLE OPERAZIONI DI GESTIONE STRAORDINARIA	4		

5.2 Il piano degli studi del FRIM – classe 84/s

Nella Tabella 12 è riportato il piano di studi degli studenti che si sono immatricolati nell'a.a. 2008/2009 (e dunque che nell'a.a. 2009/2010 saranno iscritti al secondo anno). Se nell'a.a. 2009/2010 sarai iscritto fuori corso (e dunque se ti sei immatricolato prima dell'a.a. 2008/2009) e non ricordi qual è il tuo piano di studi, consulta le Guide dello studente degli anni passati (scaricabili anche dal sito web della Facoltà).

Tabella 12 – Piano di studio FRIM – classe 84/s; studenti immatricolati
a.a. 2008/2009 (iscritti al secondo anno nell'a.a.
2009/2010)

Primo anno (a.a. 2008/2009)		
INSEGNAMENTO	SSD	CFU
ANALISI FINANZIARIA	SECS-P/11	5
CREDIT RISK MANAGEMENT	SECS-P/11	5
DIRITTO DEI MERCATI FINANZIARI	IUS/01	3
	IUS/04	3
	IUS/05	4
DIRITTO TRIBUTARIO PER LE DECISIONI FINANZIARIE	IUS/05	5
ECONOMIA DEI MERCATI FINANZIARI	SECS-P/01	5
GESTIONE DEL RISCHIO	SECS-S/06	5
METODI E MODELLI PER GLI STRUMENTI FINANZIARI	SECS-S/06	5
PREVISIONI FINANZIARIE	SECS-P/05	5
RISCHI OPERATIVI AZIENDALI	SECS-P/11	5
STORIA DEI MERCATI FINANZIARI	SECS-P/12	5
Secondo anno (a.a. 2009/2010)		
CURRICULUM “GESTIONE DEI RISCHI BANCARI E FINANZIARI”		
INSEGNAMENTO	SSD	CFU
GESTIONE DEI RISCHI FINANZIARI DELLE IMPRESE	SECS-P/11	5
CONTROLLO STRATEGICO DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI	SECS-P/11	5
FINANZA APPLICATA	SECS-P/11	5
GESTIONE DEL CAPITALE E CREAZIONE DI VALORE NELLE BANCHE	SECS-P/11	5
GESTIONE DELLE IMPRESE DI ASSICURAZIONE	SECS-P/11	5
FINANZA IMMOBILIARE	SECS-P/11	5
TECNICA DELLE ASSICURAZIONI	SECS-S/06	5
Secondo anno (a.a. 2009/2010)		
CURRICULUM “METODI E MODELLI PER LA FINANZA”		
INSEGNAMENTO	SSD	CFU
GESTIONE DEI RISCHI FINANZIARI DELLE IMPRESE	SECS-P/11	5
FINANZA DELLE ASSICURAZIONI E DELLA PREVIDENZA	SECS-S/06	5
GESTIONE DEL RISCHIO – corso progredito	SECS-S/06	5
MATEMATICA PER LA FINANZA	SECS-S/06	10
STATISTICA DEI MERCATI FINANZIARI – corso progredito	SECS-S/03	5
TECNICA DELLE ASSICURAZIONI	SECS-S/06	5

IDONEITA' LINGUISTICA		5
A SCELTA STUDENTE		6
PROVA FINALE		19
	TOTALE	120

La Tabella 13 riporta la corrispondenza tra insegnamenti del nuovo corso di laurea magistrale FRIM e gli insegnamenti del piano degli studi in Tabella 12. Per avere ulteriori informazioni, rispetto a quelle riportate nella tabella, sulla corrispondenza tra insegnamenti della vecchia e della nuova Offerta Formativa, consulta le comunicazioni che saranno pubblicate sul sito della Facoltà (anche nelle pagine dei docenti titolari dei vari insegnamenti). Per gli insegnamenti per cui non è specificata una corrispondenza, controlla anche la possibile corrispondenza con gli insegnamenti liberi (guarda la parte finale di questa Guida).

Tabella 13 – Corrispondenza tra piano degli studi per studenti immatricolati al FRIM nell'a.a. 2008/2009 e nuovo corso di laurea magistrale FRIM

Immatricolati FRIM a.a. 2008/2009		Nuovo FRIM (immatricolati a.a. 2009/2010)	
INSEGNAMENTO	CFU	INSEGNAMENTO	CFU
ANALISI FINANZIARIA	5	Governance e gestione del rischio	10
GESTIONE DEI RISCHI FINANZIARI DELLE IMPRESE	5		
DIRITTO DEI MERCATI FINANZIARI	10	Diritto dei mercati finanziari	10
METODI E MODELLI PER GLI STRUMENTI FINANZIARI	5	Strumenti di gestione del rischio	10
GESTIONE DEL RISCHIO	5		
PREVISIONI FINANZIARIE	5	Analisi e previsioni nei mercati finanziari	10
ECONOMIA DEI MERCATI FINANZIARI	5		
CREDIT RISK MANAGEMENT	5	Gestione dei rischi e delle assicurazioni	10
RISCHI OPERATIVI AZIENDALI	5		

TECNICA DELLE ASSICURAZIONI	5	Tecnica delle assicurazioni e delle forme pensionistiche	10
FINANZA DELLE ASSICURAZIONI E DELLA PREVIDENZA	5		
STORIA DEI MERCATI FINANZIARI	5	Storia dei mercati finanziari	5
CONTROLLO STRATEGICO DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI	5	Risk management e creazione del valore nelle banche	10
GESTIONE DEL CAPITALE E CREAZIONE DI VALORE NELLE BANCHE	5		
GESTIONE DELLE IMPRESE DI ASSICURAZIONE	5	Investment banking and real estate finance	10
FINANZA IMMOBILIARE	5	Finanza quantitativa	10
GESTIONE DEL RISCHIO – corso progredito	5		
MATEMATICA PER LA FINANZA – modulo 1	10		
MATEMATICA PER LA FINANZA – modulo 2		Metodi computazionali e statistici per la finanza	10
STATISTICA DEI MERCATI FINANZIARI – corso progredito	5		
FINANZA APPLICATA	5		
DIRITTO TRIBUTARIO PER LE DECISIONI FINANZIARIE	5		

5.3 Il piano degli studi del TRADE – classe 84/s

Nella Tabella 14 è riportato il piano di studi degli studenti che si sono immatricolati nell'a.a. 2008/2009 (e dunque che nell'a.a. 2009/2010 saranno iscritti al secondo anno). Se nell'a.a. 2009/2010 sarai iscritto fuori corso (e dunque se ti sei immatricolato prima dell'a.a. 2008/2009) e non ricordi qual è il tuo piano di studi, consulta le Guide dello studente degli anni passati (scaricabili anche dal sito web della Facoltà).

Tabella 14 – Piano di studio TRADE – classe 84/s; studenti immatricolati a.a. 2008/2009 (iscritti al secondo anno nell'a.a. 2009/2010)

Primo anno (a.a. 2008/2009)		
INSEGNAMENTO	SSD	CFU
CATEGORY MANAGEMENT	SECS-P/08	5
CONTRATTI DI VENDITA E DISTRIBUZIONE NEL COMMERCIO INTERNAZIONALE	IUS/05	5
DIRITTO DELLA NEGOZIAZIONE	IUS/04	6
ECONOMIA DELLA DISTRIBUZIONE SPECIALIZZATA	SECS-P/08	5
due insegnamenti a scelta tra: ECONOMIA APPLICATA ECONOMIA DELL'INFORMAZIONE E DELLA PUBBLICITA' INDICATORI E SCENARI ECONOMICI PER IL MANAGEMENT	SECS-P/06	5+5
IN STORE MARKETING	SECS-P/08	3
MODELLI DI CONSUMO E DI ACQUISTO	SECS-P/08	5
POLITICHE DI VENDITA INDUSTRIALI	SECS-P/08	5
SVILUPPO DEI SISTEMI DISTRIBUTIVI	SECS-P/12	5
VERTICAL BRANDING	SECS-P/08	5
Secondo anno (a.a. 2009/2010)		
CURRICULUM "TRADE MARKETING"		
INSEGNAMENTO	SSD	CFU
ANALISI STATISTICHE PER IL MARKETING	SECS-S/02	5
FASHION E DESIGN MARKETING	SECS-P/08	5
INNOVAZIONE NEL RETAIL	SECS-P/08	4
MODELLI NEGOZIALI	SECS-P/08	4
POLITICHE DI PREZZO	SECS-P/08	4
SISTEMI DI PIANIFICAZIONE E CONTROLLO DELLE VENDITE	SECS-P/07	5
STRATEGIE DI COMUNICAZIONE E PROMOZIONE DELLE IMPRESE COMMERCIALI	SECS-P/08	4
VALUTAZIONE DEI RISCHI PER IL MARKETING	SECS-S/06	5
Secondo anno (a.a. 2009/2010)		
CURRICULUM "MARKETING INTELLIGENCE PER LE DECISIONI AZIENDALI" (MIDA)		
INSEGNAMENTO	SSD	CFU
ANALISI MULTIDIMENSIONALI	SECS-S/01	5
ECONOMIA DEL MICROMARKETING	SECS-P/08	4
INFORMATICA E STATISTICA PER LE DECISIONI AZIENDALI	SECS-S/01	9
MARKET RESEARCH	SECS-P/08	4

MODELLI STATISTICI	SECS-S/02	5
SISTEMI INFORMATIVI DI MARKETING	SECS-P/08	4
WEB MARKETING	SECS-P/08	5
ABILITA' DIVERSE		2
A SCELTA STUDENTE		9
PROVA FINALE		19
TOTALE		120

La Tabella 15 riporta la corrispondenza tra insegnamenti del nuovo corso di laurea magistrale TRADE e gli insegnamenti del piano degli studi in Tabella 14. Per avere ulteriori informazioni, rispetto a quelle riportate nella tabella, sulla corrispondenza tra insegnamenti della vecchia e della nuova Offerta Formativa, consulta le comunicazioni che saranno pubblicate sul sito della Facoltà (anche nelle pagine dei docenti titolari dei vari insegnamenti). Per gli insegnamenti per cui non è specificata una corrispondenza, controlla anche la possibile corrispondenza con gli insegnamenti liberi (guarda la parte finale di questa Guida).

Tabella 15 – Corrispondenza tra piano degli studi per studenti immatricolati al TRADE nell'a.a. 2008/2009 e nuovo corso di laurea magistrale TRADE

Immatricolati TRADE a.a. 2008/2009		Nuovo TRADE (immatricolati a.a. 2009/2010)	
INSEGNAMENTO	CFU	INSEGNAMENTO	CFU
CONTRATTI DI VENDITA E DISTRIBUZIONE NEL COMMERCIO INTERNAZIONALE	5	Diritto per il marketing	10
DIRITTO DELLA NEGOZIAZIONE	6		
ECONOMIA DELLA DISTRIBUZIONE SPECIALIZZATA	5	Economia della distribuzione specializzata	5
INDICATORI E SCENARI ECONOMICI PER IL MANAGEMENT	5	Indicatori, politiche e scenari economici per il management	10
ECONOMIA APPLICATA	5		
ECONOMIA DELL'INFORMAZIONE E DELLA PUBBLICITA'	5	Economia dell'informazione e della pubblicità	5

CATEGORY MANAGEMENT	5	Politiche di Merchandising	10
IN STORE MARKETING	3		
MODELLI DI CONSUMO E DI ACQUISTO	5	Consumer & Sales Marketing	10
POLITICHE DI VENDITA INDUSTRIALI	5		
SVILUPPO DEI SISTEMI DISTRIBUTIVI	5	Sviluppo dei sistemi distributivi	5
ANALISI STATISTICHE PER IL MARKETING	5	Metodi quantitativi per il trade marketing	10
VALUTAZIONE DEI RISCHI PER IL MARKETING	5		
INNOVAZIONE NEL RETAIL	4	Marketing integrato	10
MODELLI NEGOZIALI	4		
VERTICAL BRANDING	5	Retail pricing and branding	10
POLITICHE DI PREZZO	4		
SISTEMI DI PIANIFICAZIONE E CONTROLLO DELLE VENDITE	5	Amministrazione e finanza dei processi commerciali	10
STRATEGIE DI COMUNICAZIONE E PROMOZIONE DELLE IMPRESE COMMERCIALI	4	Produzione e gestione delle informazioni di marketing	10
MARKET RESEARCH	4		
ANALISI MULTIDIMENSIONALI	5	Data mining	10
MODELLI STATISTICI	5		
ECONOMIA DEL MICROMARKETING	4	Direct, database e Internet Marketing	10
WEB MARKETING	5		
INFORMATICA E STATISTICA PER LE DECISIONI AZIENDALI	9	Informatica e statistica per le decisioni aziendali	10
FASHION E DESIGN MARKETING	5		
SISTEMI INFORMATIVI DI MARKETING	4		

5.4 Il piano degli studi dello SVIL – classe 64/s

Nella Tabella 16 è riportato il piano di studi degli studenti che si sono immatricolati nell'a.a. 2008/2009 (e dunque che nell'a.a. 2009/2010 saranno iscritti al secondo anno). Se nell'a.a. 2009/2010 sarai iscritto fuori corso (e dunque se ti sei immatricolato prima dell'a.a. 2008/2009) e non ricordi qual è il tuo piano di studi, consulta le Guide dello studente degli anni passati (scaricabili anche dal sito web della Facoltà).

Tabella 16 – Piano di studi SVIL – classe 64/s; studenti immatricolati a.a. 2008/2009 (iscritti al secondo anno nell'a.a. 2009/2010)

Primo anno (a.a. 2008/2009)			
CURRICULUM "INTERNAZIONALE"			
INSEGNAMENTO	SSD	CFU	
ANALISI DELLA FILIERA SETTORIALE	SECS-P/08	10	
ECONOMIA DELL'AMBIENTE	SECS-P/02	5	
ECONOMIA DELL'AZIONE COLLETTIVA	SECS-P/06	10	
ECONOMIA DELLO SVILUPPO LOCALE	SECS-P/06	5	
TEORIE DI SVILUPPO LOCALE	SECS-P/06	5	
POLITICHE DI GENERE	SPS/07	5	
POLITICHE INDUSTRIALI PER LO SVILUPPO	SECS-P/06	5	
STORIA DELLO SVILUPPO LOCALE	SECS-P/12	5	
STATISTICA APPLICATA	SECS-S/05	2	5
	SECS-S/03	3	
Primo anno (a.a. 2008/2009)			
CURRICULUM "NAZIONALE"			
INSEGNAMENTO	SSD	CFU	
ANALISI DELLA FILIERA SETTORIALE	SECS-P/08	10	
DIRITTO E POLITICHE DELLE ISTITUZIONI LOCALI	IUS/09	5	
ECONOMIA DELL'AMBIENTE	SECS-P/02	5	
ECONOMIA DELL'AZIONE COLLETTIVA	SECS-P/06	10	
ECONOMIA DELLO SVILUPPO LOCALE	SECS-P/06	5	
TEORIE DI SVILUPPO LOCALE	SECS-P/06	5	
POLITICHE DI GENERE	SPS/07	5	
STORIA DELLO SVILUPPO LOCALE	SECS-P/12	5	
STATISTICA APPLICATA	SECS-S/05	2	5
	SECS-S/03	3	
Secondo anno (a.a. 2009/2010)			
CURRICULUM "INTERNAZIONALE"			
INSEGNAMENTO	SSD	CFU	
APPLICAZIONI DI MICROCREDITO	SECS-P/11	5	
DIRITTO COMMERCIALE – Contratti internazionali	IUS/04	5	
ECONOMIA DEL FAIR TRADE	SECS-P/02	5	
ECONOMIA E POLITICA DELLO SVILUPPO (SVIL)	SECS-P/06	5	
ECONOMIA INTERNAZIONALE REALE	SECS-P/02	5	
ANTROPOLOGIA	SPS/07	5	
VALUTAZIONE PROGETTI E POLITICHE PUBBLICHE	SECS-P/02	5	

Secondo anno (a.a. 2009/2010) CURRICULUM "NAZIONALE"		
INSEGNAMENTO	SSD	CFU
LE POLITICHE EUROPEE DEI TRASPORTI	SECS-P/06	5
ANALISI DELLE POLITICHE PUBBLICHE	SECS-P/02	5
LE POLITICHE DI COESIONE DELL'UNIONE EUROPEA	SECS-P/01	5
ECONOMIA E POLITICHE URBANE	M-GGR/02	5
MARKETING DEL TERRITORIO	SECS-P/08	5
TURISMO E MARKETING DEI BENI CULTURALI	SECS-P/08	5
VALUTAZIONE PROGETTI E POLITICHE PUBBLICHE	SECS-P/02	5
IDONEITA' LINGUISTICA		5
A SCELTA STUDENTE		6
PROVA FINALE		19
	TOTALE	120

La Tabella 17 riporta la corrispondenza tra insegnamenti del nuovo corso di laurea magistrale ADA e gli insegnamenti del piano degli studi in Tabella 16. Per avere ulteriori informazioni, rispetto a quelle riportate nella tabella, sulla corrispondenza tra insegnamenti della vecchia e della nuova Offerta Formativa, consulta le comunicazioni che saranno pubblicate sul sito della Facoltà (anche nelle pagine dei docenti titolari dei vari insegnamenti). Per gli insegnamenti per cui non è specificata una corrispondenza, controlla anche la possibile corrispondenza con gli insegnamenti liberi (guarda la parte finale di questa Guida).

Tabella 17 – Corrispondenza tra piano degli studi per studenti immatricolati allo SVIL nell'a.a. 2008/2009 e nuovo corso di laurea magistrale EGES

Immatricolati SVIL a.a. 2008/2009		EGES (immatricolati a.a. 2009/2010)	
INSEGNAMENTO	CFU	INSEGNAMENTO	CFU
MARKETING DEL TERRITORIO	5	Finanza e marketing per lo sviluppo	14
APPLICAZIONI DI MICROCREDITO	5		
ANALISI DELLA FILIERA SETTORIALE	10	Organizzazione industriale	10
ECONOMIA DELL'AZIONE COLLETTIVA	10	Teorie e politiche dello sviluppo	13

ECONOMIA DELLO SVILUPPO LOCALE	5	Economia dello sviluppo globale e locale	9
ECONOMIA E POLITICA DELLO SVILUPPO (SVIL)	5		
TEORIE DI SVILUPPO LOCALE	5	Teorie e politiche dello sviluppo locale	9
LE POLITICHE DI COESIONE DELL'UNIONE EUROPEA	5	Politiche e progetti per il territorio	14
ECONOMIA DELL'AMBIENTE	5		
STORIA DELLO SVILUPPO LOCALE	5	Storia dello sviluppo locale	5
STATISTICA APPLICATA	5	Statistica economica del territorio	6
DIRITTO E POLITICHE DELLE ISTITUZIONI LOCALI	5	Diritto del lavoro e dell'economia	6
LE POLITICHE EUROPEE DEI TRASPORTI	5	Sistemi di trasporto e compatibilità ambientale	9
ECONOMIA E POLITICHE URBANE	5	Organizzazione e sviluppo dei sistemi territoriali	9
ANALISI DELLE POLITICHE PUBBLICHE	5		
ANTROPOLOGIA	5		
DIRITTO COMMERCIALE – Contratti internazionali	5		
ECONOMIA DEL FAIR TRADE	5		
ECONOMIA INTERNAZIONALE REALE	5		
POLITICHE DI GENERE	5		
POLITICHE INDUSTRIALI PER LO SVILUPPO	5		
TURISMO E MARKETING DEI BENI CULTURALI	5		
VALUTAZIONE PROGETTI E POLITICHE PUBBLICHE	5		

5.5 Attività a scelta

I crediti dell'attività a scelta (9 CFU per ADA e TRADE, 6 CFU per FRIM e SVIL) devono essere acquisiti con il sostenimento di esami non già compresi nel piano formativo del proprio corso di studio ed eventualmente con attività extra-curricolari (ad es. stage).

All'**attività extra-curricolare** (cioè: attività diversa dal sostenimento di un esame relativo ad un insegnamento), che deve essere autorizzata caso per caso, possono essere riconosciuti al massimo 7 CFU. Di norma, i 7 CFU sono acquisiti svolgendo un'unica attività (ad esempio di stage). Tuttavia, i 7 CFU possono anche essere acquisiti svolgendo più attività (ad esempio, stage breve + business game), ciascuna autorizzata.

Attenzione: in nessun caso all'attività extra-curricolare saranno riconosciuti in totale più di 7 CFU.

Tra le attività extra-curricolari ammesse dall'ADA rientrano:

- gli stage e i tirocini svolti presso aziende, enti o professionisti;
- attività lavorative svolte o in corso di svolgimento, riconoscibili attraverso la presentazione di idonea documentazione;
- attività formative diverse riconoscibili attraverso la presentazione di idonea documentazione.

Tra le attività extra-curricolari ammesse dal FRIM rientrano:

- stage e tirocini presso istituzioni finanziarie, uffici finanziari e uffici risk management di aziende o società di consulenza;
- attività lavorative svolte o in corso di svolgimento nel settore finanziario e del risk management, riconoscibili tramite la presentazione di idonea documentazione.

Tra le attività extra-curricolari ammesse dal TRADE rientrano:

- gli stage e i tirocini svolti presso aziende, enti o professionisti;
- attività lavorative svolte o in corso di svolgimento, riconoscibili attraverso la presentazione di idonea documentazione;
- attività formative diverse riconoscibili attraverso la presentazione di idonea documentazione.

Tra le attività extra-curricolari ammesse dallo SVIL rientrano tutte le attività coerenti con le finalità del corso di studio.

In tutti i casi, se hai dubbi chiedi informazioni al referente del corso di studio. Inoltre, consulta il regolamento disponibile sul sito web della Facoltà all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/stage.asp>.

Per ADA e TRADE, i 7 CFU di attività extra-curricolare sono assegnati per 5 CFU all'Attività a scelta e per 2 CFU alle Abilità diverse.

Se sei iscritto all'ADA o al TRADE e decidi di svolgere attività extra-curricolare, devi completare l'acquisizione dei CFU relativi all'Attività a scelta sostenendo un esame da (almeno) 4 CFU.

In ogni caso, se con l'attività extra-curricolare non esaurisci i CFU richiesti per l'Attività a scelta, dovrai sostenere esami (a scelta) a cui sia

assegnato un numero di CFU sufficiente a farti svolgere Attività a scelta nella misura stabilita.

Se sei iscritto all'**ADA**, puoi ottenere il riconoscimento di 11 CFU (9 CFU per Attività a scelta e 2 CFU per Abilità diverse) per l'attività di **tirocinio** svolta presso un **Dottore Commercialista**, con iscrizione al Registro dei Praticanti.

Per il riconoscimento dei CFU, segui la procedura descritta all'indirizzo web <http://economia.unipr.it/stage.asp>.

Relativamente agli **insegnamenti liberamente scelti**, valgono le seguenti norme generali:

- puoi sostenere, in qualunque anno, un insegnamento di un altro corso di laurea magistrale / specialistica (purché non abbia contenuti equivalenti a quelli di insegnamenti previsti nel tuo piano di studi o di un altro insegnamento che hai già sostenuto come Attività a scelta), nonché gli insegnamenti "liberi" (cioè non inseriti nei piani di studio dei corsi di laurea magistrale / specialistica); per avere l'elenco degli insegnamenti, consulta la parte finale di questa Guida (in cui sono brevemente descritti i contenuti degli insegnamenti – obbligatori e liberi – attivati per i corsi di laurea specialistica ex 509/99), nonché la Guida dello Studente relativo al primo anno dei nuovi corsi di laurea magistrale (ex 270/04);
- puoi anche sostenere un esame presso un'altra Facoltà; poni attenzione, tuttavia, alle propedeuticità richieste per quell'insegnamento (se il tuo piano di studi non le rispetta, potresti non essere ammesso a sostenere quell'esame);
- se scegli un insegnamento attivato in Facoltà, non devi chiedere un'approvazione preventiva: il riconoscimento dell'attività sarà effettuato d'ufficio dalla Segreteria Studenti (ovviamente dopo regolare verbalizzazione dell'esame);
- se invece scegli un insegnamento attivato da un'altra Facoltà, devi preventivamente chiederne l'autorizzazione al Consiglio Unificato dei Corsi di Studio; devi presentare la richiesta entro il 30 novembre 2009. Segui le indicazioni fornite sul sito della Facoltà – sezione Offerta Formativa. La scelta è vincolante per l'a.a. in corso. Se nel corso dell'anno cambierai idea, potrai comunicarlo presentando una nuova richiesta entro il 30 novembre dell'anno successivo.

5.6 Abilità diverse

Se sei iscritto all'ADA o al TRADE, il tuo piano degli studi prevede l'acquisizione di 2 CFU per Abilità diverse.

I 2 CFU previsti per le abilità diverse possono essere acquisiti scegliendo tra le seguenti alternative:

- a) stesura, sotto la guida di un docente, di un caso di studio;
- b) partecipazione ad un premio aziendale o universitario che preveda un output strutturato individuale e/o di gruppo;
- c) acquisizione di idoneità specifiche connesse a corsi eventualmente attivati dalla Facoltà; in particolare, per l'a.a. 2009/2010 è stato attivato il corso "Le modalità e gli strumenti per un inserimento consapevole nel mondo del lavoro";
- d) partecipazione ad attività seminariali coordinate annualmente dalla Facoltà e dalle diverse lauree specialistiche; in particolare per l'a.a. 2009/2010 è stato attivato un ciclo di seminari di studio e approfondimento "I sistemi di controllo di gestione nelle aziende";
- e) presentazione di documentazione atta a dimostrare idonee abilità linguistiche o informatiche che non abbiano generato il riconoscimento di crediti nei corsi di laurea di primo livello.

Il riconoscimento dei 2 CFU avviene secondo modalità differenti in relazione all'opzione scelta. Rivolgiti al referente del corso di laurea specialistica per avere maggiori informazioni sulle alternative a) - d). Devi comunque rivolgerti al referente del corso di laurea specialistica, presentando la necessaria documentazione, per l'attività descritta al punto e).

Nel caso dell'ADA, puoi ottenere il riconoscimento dei 2 CFU anche in relazione all'attività di tirocinio presso un Dottore Commercialista, come già descritto alla voce "Attività a scelta".

Inoltre, come detto alla voce "Attività a scelta", puoi ottenere il riconoscimento dei 2 CFU se svolgi attività extra-curricolare.

5.7 Idoneità linguistiche

Se sei iscritto al FRIM o allo SVIL, il tuo piano degli studi prevede l'acquisizione di 5 CFU per Idoneità in lingua inglese ad un livello progredito.

E' richiesta una conoscenza di Business English ad un livello B2, secondo la certificazione internazionale BEC 2 di Cambridge ESOL.

Responsabile dell'accertamento dell'Idoneità di Inglese è il SAL (Settore Abilità Linguistiche) dell'Ateneo. Per la preparazione all'accertamento dell'idoneità, il SAL organizza corsi da 30 ore, nel primo e nel secondo semestre.

Se hai una certificazione attestante la tua conoscenza della lingua inglese a livello B2, puoi ottenere il riconoscimento dal SAL. Consulta il sito web della Facoltà per avere informazioni su come presentare la richiesta di riconoscimento.

Per maggiori informazioni, puoi rivolgerti alla Dott.ssa McCarthy o consultare la sua pagina web sul sito del Settore Abilità Linguistiche (ex Centro Linguistico d'Ateneo):
<http://www.cla.unipr.it/cla/docentiPage.asp?ID=41>
per avere informazioni più dettagliate sui contenuti e le modalità di accertamento.

5.8 Tesi e iscrizione all'esame di laurea

Per la tesi di laurea specialistica è richiesto un lavoro di approfondimento e di studio delle tematiche oggetto degli insegnamenti del corso di studio, sia dal punto di vista teorico/concettuale, sia attraverso verifiche di natura empirica.

Dovrai produrre una relazione scritta sul lavoro svolto. La tesi sarà poi discussa di fronte ad una Commissione, di norma costituita da docenti di aree disciplinari diverse.

Adempimenti

- **Deposito del titolo della tesi** presso la Segreteria Studenti tramite consegna del relativo modulo quattro mesi prima della discussione.
- **Consegna di tutta la documentazione** alla Segreteria Studenti per l'esame di laurea (3 marche da bollo da € 14,62, domanda al Rettore, libretto universitario, ricevuta del versamento effettuato in Banca di € 100,00 per la pergamena, modulo di autorizzazione del relatore, Alma Laurea) un mese prima della data di inizio indicata per la sessione di laurea.
- **Superamento e registrazione dell'ultimo esame di profitto** o di idoneità almeno 15 giorni prima della data di inizio indicata per la sessione di Laurea.
- **Consegna della tesi** alla Segreteria Studenti della Facoltà perentoriamente 10 giorni prima della data di inizio indicata per la sessione di Laurea e contestuale ritiro delle norme comportamentali per la cerimonia di proclamazione.
- La relazione, in tre copie, dovrà essere firmata dal laureando nell'ultima pagina del testo prima della Bibliografia, quella per la Segreteria rilegata in cartoncino e scritta fronte/retro.
- Il laureando, d'accordo con il relatore, può produrre il lavoro di tesi in formato digitale anziché cartaceo, ferma restando l'obbligo di depositare una copia cartacea (stampata fronte e retro) presso la Segreteria Studenti.

Per altre informazioni, scadenze per l'a.a. 2009/2010 e modalità di conferimento, consulta anche il sito web della Facoltà, alla sezione Esami di laurea.

5.9 Voto di laurea

Il voto di laurea è così calcolato:

- voto medio negli esami di profitto, espresso su base 110
- + premio per velocità nel completamento del percorso di studi
- + premio per merito, valutato in termini di numero di lodi
- + votazione conseguita nella tesi
- + fino a 1 punto (punti/110), a discrezione della Commissione di Proclamazione

Calcolo del voto medio conseguito negli esami di profitto

- **Voto medio su base 30:** media ponderata (con pesi i CFU degli insegnamenti); i voti peggiori, fino al raggiungimento di 5 CFU, sono esclusi dal calcolo della media. Sono ovviamente esclusi dal calcolo della media anche i CFU acquisiti con giudizio di idoneità (cioè: Idoneità linguistiche, Abilità diverse, eventuali stage o altra attività extra-curricolare). Dal calcolo della media sono anche escluse le valutazioni relative agli esami sostenuti come debiti formativi assegnati all'atto dell'immatricolazione al corso di laurea specialistica.
- **Voto medio su base 110:** il voto medio su base 30, calcolato come descritto sopra, deve essere moltiplicato per 110 e diviso per 30.

Premio per velocità nel completamento degli studi: come indicato nella Tabella 18.

Tabella 18 – Premio per velocità (punti/110)

Sessione	Studente in corso	Studente fuori corso
Estiva e Autunnale	2.5	0
Invernale e Primavera	1.5	0

Premio per merito: come indicato nella Tabella 19.

Tabella 19 – Premio per numero di lodi (punti/110)

Numero di lodi	Premio
0 o 1	0
2	0.5
3 o 4	1
5 o più	1.5

Voto della tesi: fino a 6 punti (punti/110).

Come puoi notare, hai la possibilità di ottenere fino a 11 punti di rialzo rispetto al voto medio che hai conseguito negli esami di profitto. Cerca di tenerne conto nell'organizzazione della tua attività di studio. E' ovvio che ti invitiamo a porre il massimo impegno nella preparazione di ciascun esame.

6 I contenuti degli insegnamenti del secondo anno

Nelle pagine che seguono, troverai una descrizione sintetica dei contenuti degli insegnamenti del secondo anno. Informazioni dettagliate sono disponibili nelle sezioni didattiche delle pagine dei docenti titolari dei vari insegnamenti.

Troverai anche una descrizione sintetica dei contenuti degli insegnamenti liberi rivolti a studenti dei corsi di laurea magistrale / specialistica. Se vuoi avere informazioni sugli insegnamenti del primo anno dei nuovi corsi di laurea magistrale, consulta la Guida dello Studente – primo anno dei corsi di laurea magistrale.

La Tabella 20 elenca, nell'ordine in cui sono presentati, gli insegnamenti descritti nelle pagine seguenti.

Tabella 20 – Elenco degli insegnamenti del secondo anno dei corsi di laurea specialistica

Insegnamento	Docente	Pag.
Analisi delle politiche pubbliche	Prof. Francesco Musco	72
Analisi multidimensionali	Prof. Sergio Zani	74
Analisi statistiche per il marketing	Prof. Fabrizio Laurini	75
Antropologia	Prof. Nicoletta Del Franco	76
Applicazioni di microcredito	Docente da definire	77
Controllo strategico degli intermediari finanziari	Prof. Luciano Munari	78
Costi per le decisioni aziendali	Prof. Pier Luigi Marchini	79
Diritto commerciale – contratti internazionali	Prof. Stefano Poli	79
Diritto della proprietà intellettuale	Prof. Luigi Mansani	81
Economia del fair trade	Prof. Alessandro Arrighetti	82
Economia del micromarketing	Prof. Cristina Ziliani	83
Economia delle aziende non profit	Prof. Antonello Zangrandi	85
Economia delle operazioni di gestione straordinaria	Prof. Fabio Sandrini	86
Economia delle supply chain sostenibili	Prof. Michele Donati	88
Economia e gestione dell'impresa cooperativa	Prof. Alberto Guenzi	89

Economia e politica dello sviluppo (SVIL)	Prof. Vincenzo Dall'Aglio	90
Economia e politiche urbane	Prof. Franca Miani	91
Economia industriale 2	Prof. Augusto Schianchi	92
Economia internazionale reale	Prof. Mario Biagioli	93
Elementi di economia tributaria	Prof. Marco Ziliotti	94
Fashion e design marketing	Prof. Edoardo Sabbadin	95
Finanza applicata	Prof. Giulio Tagliavini	96
Finanza delle assicurazioni e della previdenza	Prof. Annamaria Olivieri	97
Finanza immobiliare	Prof. Claudio Cacciamani	99
Gestione dei rischi finanziari delle imprese	Prof. Gino Gandolfi	100
Gestione del capitale e creazione di valore nelle banche	Prof. Paola Schwizer	101
Gestione del rischio – corso progredito	Prof. Gino Favero	102
Gestione delle imprese di assicurazione	Prof. Claudio Cacciamani	103
Informatica e statistica per le decisioni aziendali	Prof. Marco Riani	104
Innovazione nel retail	Prof. Sebastiano Grandi	105
Le modalità e gli strumenti per un inserimento consapevole nel mondo del lavoro – ADA	Prof. Concetta Capacchione	106
Le modalità e gli strumenti per un inserimento consapevole nel mondo del lavoro – TRADE	Prof. Concetta Capacchione	107
Le politiche di coesione dell'Unione Europea	Prof. Guglielmo Wolleb	108
Le politiche europee dei trasporti	Prof. Carla Canali	110
Market research	Prof. Beatrice Luceri	111
Marketing del territorio	Prof. Sabrina Latusi	112
Matematica per la finanza	Prof. Simona Sanfelici	113
Modelli negoziali	Prof. Daniele Fornari	115
Modelli statistici	Prof. Andrea Cerioli	116
Politica economica – corso progredito	Prof. Franco Mosconi	117
Politiche di prezzo	Prof. Davide Pellegrini	119

Profili giuridici della governance e delle operazioni straordinarie	Prof. Lorenzo Benatti	120
Sistemi di pianificazione e controllo delle vendite	Prof. Marco Ferretti	121
Sistemi informativi di marketing	Prof. Beatrice Luceri	122
Sociologia dei consumi	Docente da definire	123
Statistica dei mercati finanziari – corso progredito	Prof. Giorgio Gozzi	125
Strategie di comunicazione e promozione delle imprese commerciali	Prof. Sabrina Latusi	126
Tecnica delle assicurazioni	Prof. Annamaria Olivieri	127
Temi speciali di bilancio	Prof. Giuseppe Galassi	128
Turismo e marketing dei beni culturali	Prof. Edoardo Sabbadin	129
Valutazione dei rischi per il marketing	Prof. Annamaria Olivieri	130
Valutazione progetti e politiche pubbliche	Prof. Luciano Messori	131
Web marketing	Prof. Silvia Bellini	132

ANALISI DELLE POLITICHE PUBBLICHE

Docente: prof. Francesco MUSCO

SSD: SECS-P/02; CFU: 5

Corsi di studio: SVIL – curriculum Nazionale (obbligatorio); a scelta per: ADA, EGES, LAMIB, FRIM, TRADE, SVIL – curriculum Internazionale

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso si pone la finalità di sviluppare conoscenze disciplinari complementari orientate all'analisi e alla valutazione e ai principali settori di riferimento delle amministrazioni pubbliche con particolare riferimento a quelle orientate agli interventi di sviluppo locale: i piani, i programmi, i progetti, le politiche urbane e territoriali e tra queste l'uso del suolo, la conservazione e la riqualificazione urbana e territoriale, l'ambiente, il governo della mobilità, l'erogazione e la gestione di servizi pubblici locali.

La prima parte del corso verterà sulla fase di costruzione di una politica pubblica e sulla formazione dell'agenda dei *policy makers*, con riferimento al carattere fortemente pluralistico dei processi decisionali.

La seconda parte si concentrerà sulla fase di attuazione delle politiche pubbliche e sulle tecniche di analisi utilizzate nella ricerca empirica, con specifico riferimento a *case studies*.

La terza parte si concentrerà sul tema della valutazione, con specifico riferimento alla valutazione delle politiche di sviluppo locale applicate a contesti territoriali e alla costruzione di un esercizio di lettura e di una politica per lo sviluppo locale.

Testi di riferimento

Giannelli N. (2008), L'analisi delle politiche pubbliche, Carrocci, Roma
Donolo C. (a cura di) (2006), Il futuro delle politiche pubbliche, Bruno Mondadori, Milano
Capano G., Guliani M. (2005), Dizionario di politiche pubbliche, Carrocci Editore, Roma
Bobbio L. (2004), A più voci. Amministrazioni Pubbliche, associazioni e cittadini nei processi decisionali inclusivi, Edizioni Scientifiche Italiane, Presidenza del Consiglio dei Ministri Roma

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/musco>

ANALISI MULTIDIMENSIONALI

Docente: prof. Sergio Zani

SSD: SECS-S/01; CFU: 5

Corsi di studio: TRADE – curriculum MIDA (obbligatorio); a scelta per: ADA, EGES, LAMIB, FRIM, SVIL

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso illustra l'analisi dei dati multidimensionali, con particolare riguardo al trattamento delle grandi basi di dati, sia disponibili all'interno dell'azienda (*datawarehouse*) sia di fonte esterna (banche dati e ricerche di mercato). Con il termine "*data mining*" si indica il processo atto a scoprire relazioni e tendenze nuove e significative esaminando grandi quantità di dati, con l'impiego di adeguati metodi statistici e di strumenti informatici. Lo scopo è quello di fornire un supporto informativo razionale per le decisioni aziendali e per le strategie di marketing. Il corso rappresenta la naturale prosecuzione dell'insegnamento di "Analisi dei dati per il marketing" della laurea triennale, considerando le estensioni ai data set di grandi dimensioni ed il trattamento anche dei dati qualitativi.

Testo di riferimento

S. ZANI – A. CERIOLO, Analisi dei dati e Data Mining per le decisioni aziendali, Giuffrè Editore, Milano, 2007, capitoli 3, 4, 7, 8, 9, 11.

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento consultare la pagina attivata all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/zani>.

ANALISI STATISTICHE PER IL MARKETING

Docente: prof. Fabrizio LAURINI

SSD: SECS-S/02; CFU: 5

Corsi di studio: TRADE – curriculum Trade Marketing (obbligatorio); a scelta per: ADA, EGES, FRIM, SVIL

Contenuti del corso e obiettivi formativi

La disponibilità di banche dati, derivanti sia da indagini di mercato che da database aziendali, è di grande aiuto per sviluppare decisioni razionali in svariate applicazioni di *marketing*. L'obiettivo di questo corso è quello di introdurre le tecniche multivariate più diffuse per l'analisi di fenomeni sia qualitativi che quantitativi. Particolare attenzione verrà data ai modelli di regressione per lo studio di relazioni causa-effetto e alle tecniche statistiche di segmentazione di mercato.

Testi di riferimento

Riani, M. e Laurini, F. (2008) Modelli statistici per l'economia con applicazioni aziendali, seconda edizione, Pitagora, Bologna e materiale integrativo fornito dal docente.

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/laurini>

ANTROPOLOGIA

Docente: prof. Nicoletta DEL FRANCO

SSD: SPS/07; CFU: 5

Corsi di studio: SVIL – curriculum Internazionale (obbligatorio); a scelta per: ADA, EGES, LAMIB, FRIM, SVIL – curriculum Nazionale

Contenuti del corso e obiettivi formativi

I fondamenti dell' antropologia; lo sviluppo storico dell'antropologia culturale e sociale e i principali autori.

Evoluzione della metodologia di indagine antropologica. Differenza fra approccio positivista e interpretativo. L'evoluzione del concetto di cultura. Cultura e identità'. L'antropologia dello sviluppo. Principali autori. L'antropologia femminista.

Capacità' di distinguere i diversi approcci metodologici allo studio delle società' e delle culture. Capacità' di distinguere fra metodi quantitativi e qualitativi. Capacità' di analizzare criticamente i processi e gli interventi di sviluppo attraverso una lettura antropologica dei contesti sociali. Capacità' di auto-riflessione sul proprio ruolo come operatore di sviluppo in relazione all'altro'.

Testi di riferimento

Dispensa preparata dal docente

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/delfranco>

APPLICAZIONI DI MICROCREDITO

Docente da definire

SSD: SECS-P/11; CFU 5

Corsi di studio: SVIL – curriculum Internazionale; a scelta per: ADA, LAMIB, TRADE

Per tutte le informazioni sul corso (obiettivi formativi, contenuti, programma dettagliato, modalità didattiche, modalità d'esame, ecc.), consultare la pagina del corso attivata nel sito web della Facoltà.

CONTROLLO STRATEGICO DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI

Docente: prof. Luciano MUNARI

SSD: SECS-P/11; CFU: 5

Corsi di studio: FRIM – curriculum Gestione dei rischi bancari e finanziari (obbligatorio); a scelta per: ADA, EGES, LAMIB, FRIM – curriculum Metodi e modelli per la finanza, TRADE

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso si propone di fornire le conoscenze necessarie per comprendere le modalità attraverso le quali le banche possono creare valore per i loro azionisti attraverso la creazione di valore per i loro clienti. Dopo avere illustrato le caratteristiche essenziali dell'ambiente competitivo in cui operano le banche italiane e le scelte strategiche adottate per affrontarlo, si affronteranno i temi del marketing bancario e del controllo strategico fornendo i riferimenti concettuali e le metodologie operative adottabili per avere successo nei rapporti con la clientela. I temi del corso verranno presentati sia dal punto di vista teorico-concettuale sia dal punto di vista pratico-operativo, attraverso le testimonianze di esperti del settore. I temi del corso verranno affrontati anche discutendo i risultati di un *banking game*, cui parteciperanno gli studenti frequentanti.

Testi di riferimento

Dispense a cura del docente per gli studenti frequentanti

Per gli studenti non frequentanti: Di Antonio M., *Creazione di valore e controllo strategico nella banca*, Bancaria Editrice, 2002.

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/munari>

COSTI PER LE DECISIONI AZIENDALI

Docente: prof. Pier Luigi MARCHINI

SSD: SECS-P/07; CFU: 5

Corsi di studio: libero; a scelta per tutti i corsi di laurea magistrale/specialistica (in particolare, consigliato agli studenti ADA – classe LM-77)

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso intende approfondire le caratteristiche e l'articolazione dei processi decisionali, la rilevanza dei costi per le decisioni in azienda, la contabilità generale e la contabilità analitica in termini di caratteristiche e finalità. Dopo avere richiamato alcuni concetti fondamentali utili a definire i sistemi contabili di rilevazione dei costi, quali direct costing, full costing o activity based costing, vengono approfonditi l'analisi di break-even, i sistemi contabili "ibridi", l'analisi degli scostamenti, nonché, più nel dettaglio, gli strumenti avanzati di cost management, quali Activity based management (ABM), gestione aziendale in ambienti snelli (lean accounting) e target costing. Obiettivo del corso è quello di fornire gli strumenti avanzati per risolvere problemi di rilevazione, classificazione, aggregazione ed analisi dei costi con riferimento alle differenti problematiche gestionali.

Testi di riferimento

MIOLO VITALI P. (a cura di), *Strumenti per l'analisi dei costi – Approfondimenti di Cost Accounting*, Vol. II, seconda edizione riveduta ed ampliata, Torino, Giappichelli, 2004.

MIOLO VITALI P. (a cura di), *Strumenti per l'analisi dei costi – Percorsi di Cost Management*, Vol. III, seconda edizione riveduta ed ampliata, Torino, Giappichelli, 2004.

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/marchini>

DIRITTO COMMERCIALE – CONTRATTI INTERNAZIONALI

Docente: prof. Stefano POLI

SSD: IUS/04; CFU: 5

Corsi di studio: SVIL – curriculum Internazionale (obbligatorio); a scelta per: ADA, EGES, FRIM, TRADE, SVIL – curriculum Nazionale

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il modulo si comporrà di due parti: la prima avente ad oggetto le basi giuridiche generali della contrattualistica internazionale (nozione di contratto internazionale, fonti, legge applicabile, modalità di risoluzione delle controversie); la seconda dedicata all'analisi di alcune delle principali tipologie di contratto utilizzate nel commercio internazionale (compravendita, contratti di distribuzione, accordi di licenza e joint ventures).

L'insegnamento si pone la finalità di fornire agli studenti, oltre che le premesse teoriche in tema di contrattualistica internazionale, gli strumenti pratici per la gestione della negoziazione ed il monitoraggio dell'esecuzione dei principali contratti usati dalle imprese che operano a livello sovranazionale.

Testi di riferimento

BORTOLOTTI, Diritto dei contratti internazionali, volume I, Padova 2009 (le parti da approfondire verranno indicate nel corso delle lezioni)

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/poli>

DIRITTO DELLA PROPRIETA' INTELLETTUALE

Docente: prof. Luigi MANSANI

SSD: IUS/05; CFU: 5

Corsi di studio: ADA (obbligatorio); a scelta per: EGES, LAMIB, FRIM, TRADE, SVIL

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso si propone di fornire le informazioni basilari del diritto delle proprietà intellettuale (in particolare diritto dei marchi, diritto dei brevetti e copyright), avendo riguardo alle regole comuni in ambito internazionale. Gli studenti che seguono il corso acquisiranno la capacità critica di risolvere problemi concreti secondo le metodologie corrette.

Testi di riferimento

Vanzetti - Di Cataldo, Manuale di diritto industriale, VI edizione, Giuffrè, Milano, 2009, Parte seconda (I segni distintivi) e Parte terza (Le invenzioni. I modelli).

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/mansani>

ECONOMIA DEL FAIR TRADE

Docente: prof. Alessandro ARRIGHETTI

SSD: SECS-P/02; CFU: 5

Corsi di studio: SVIL – curriculum Internazionale (obbligatorio); a scelta per: ADA, EGES, LAMIB, FRIM, TRADE, SVIL – curriculum Nazionale

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso si pone l'obiettivo di discutere la giustificazione economica dell'esistenza del Fair Trade e di analizzare le forme organizzative assunte nel tempo sia in ambito produttivo che in quello distributivo. L'insegnamento pone particolare attenzione allo studio del Fair Trade come strumento per il superamento dei fallimenti del mercato, alla sua evoluzione nel corso del tempo e ai modelli di coordinamento delle relazioni di filiera. L'esame approfondito di alcuni casi di studio consentirà allo studente di integrare le conoscenze teoriche apprese nella prima metà del corso con quelle più strettamente empirico gestionali approfondite nella seconda metà.

Testi di riferimento

Lecture messe a disposizione dal docente e scaricabili dalla sua pagina Web.

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/arrighetti>

ECONOMIA DEL MICROMARKETING

Docente: prof. Cristina ZILIANI

SSD: SECS-P/08; CFU: 4

Corsi di studio: TRADE – curriculum MIDA (obbligatorio); a scelta per: ADA, EGES, LAMIB, FRIM, TRADE – curriculum Trade Marketing, SVIL

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il Corso ha come obiettivo quello di introdurre gli allievi:
a) al tema dell'evoluzione del Marketing da approcci di massa verso orientamenti sempre più mirati e segmentati, resi economicamente praticabili dall'avanzamento delle nuove tecnologie dell'informazione, dei nuovi media, delle tecniche di analisi e segmentazione della clientela;

b) allo sviluppo operativo di attività di promozione e comunicazione diretta e mirata che in misura crescente le imprese industriali e commerciali in diversi settori stanno introducendo, affianco o in sostituzione delle azioni più tradizionali sui mass media o di marketing indifferenziato, in un'ottica di relazione con il singolo cliente (Customer Relationship Management).

Nel corso si discutono le logiche che stanno alla base della segmentazione della clientela, e che guidano la scelta dei segmenti target, in base agli obiettivi perseguiti dalle imprese. Si approfondiranno anche i temi della realizzazione di azioni di promozione e comunicazione mirata attraverso la scelta di diversi mezzi di comunicazione diretti, tra cui il direct mail, l'e-mail, l'SMS, il Web ed altri.

Testi di riferimento

A. De Luca, Il direct marketing interattivo, IPSOA, 2007
C. Ziliani, Loyalty Marketing, EGEA, 2008
N. Gorni e M. Maglio, E-mail Marketing, HOEPLI, 2009
G. Lugli e C. Ziliani, Micromarketing, UTET, 2004

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/ziliani>

ECONOMIA DELLE AZIENDE NON PROFIT

Docente: prof. Antonello ZANGRANDI

SSD: SECS-P/07; CFU: 5

Corsi di studio: libero; a scelta per tutti i corsi di laurea magistrale/specialistica (in particolare, consigliato agli studenti ADA)

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il settore che raccoglie le Aziende Non Profit nel nostro Paese è in evoluzione. La consapevolezza del ruolo delle Aziende Non Profit nell'economia locale e nazionale è ormai unanimemente riconosciuta e, anzi, considerata fattore di sviluppo sociale ed economico. Il funzionamento delle Aziende Non Profit è regolato da modalità normative che spesso non considerano le reali esigenze delle stesse. Il corso vuole approfondire le caratteristiche specifiche del funzionamento delle Aziende Non Profit ed in particolare: gli aspetti di governance, le misurazioni economiche, la gestione del personale, i criteri decisionali per gli investimenti di medio e lungo periodo. Il corso è anche un'occasione per incontrare il management di queste istituzioni e per comprenderne la varietà e la ricchezza sociale oltre che di soluzioni organizzative e motivazionali che in esse si riscontrano.

Testi di riferimento

Bandini F., 2009, Economia e management delle aziende non profit e delle imprese sociali, Padova, Cedam

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/zangrandi>

ECONOMIA DELLE OPERAZIONI DI GESTIONE STRAORDINARIA

Docente: prof. Fabio SANDRINI

SSD: SECS-P/07; CFU: 4

Corsi di studio: ADA (obbligatorio); a scelta per: EGES, LAMIB, FRIM, TRADE, SVIL

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso completa ed approfondisce le molteplici tematiche relative alle operazioni straordinarie d'impresa (fusione, scissione conferimento, ecc.). In particolare, dopo averne ripreso gli elementi strutturali, si esaminano, in profondità, gli aspetti contabili e fiscali delle stesse. Successivamente, nell'ambito del calcolo economico sotteso alle decisioni di adire a processi di riassetto strutturale (economico, giuridico e organizzativo), sono trattati e posti in evidenza gli aspetti interdisciplinari di tali operazioni. Si completa il corso con lo studio delle relazioni esistenti fra i diversi caratteri strutturali delle gestioni straordinarie e le condizioni di sviluppo ovvero di crisi delle imprese.

Contenuti in dettaglio:

- Profili generali: il bilanci straordinari.
- Le principali operazioni straordinarie ed i connessi bilanci
- La fiscalità delle principali operazioni straordinarie
- Crescita d'impresa e operazioni straordinarie
- Crisi d'impresa e operazioni straordinarie.

Testi di riferimento

SAVIOLI G., Le operazioni di gestione straordinaria, 3^a edizione Giuffré Editore, Milano, 2008

Lecture consigliate

TAMBURINO A. (a cura di) Le operazioni straordinarie, Giuffré Editore, Milano, 2004

PEROTTA R., GAREGNANI G., Le operazioni di gestione straordinaria, Giuffré Editore, Milano, 1999

CONFALONIERI M., Trasformazione, fusione, conferimento, scissione e liquidazione delle società, IlSole24Ore, Milano, 2005

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/sandrini>

ECONOMIA DELLE SUPPLY CHAIN SOSTENIBILI

Docente: prof. Michele DONATI

SSD: AGR/01; CFU: 5

Corsi di studio: libero; a scelta per tutti i corsi di laurea magistrale/specialistica

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso affronterà la problematica della gestione della *supply chain* di impresa in chiave di sviluppo sostenibile. Saranno percorse le linee evolutive del concetto di *supply chain* mettendone in evidenza le differenze e le complementarità con i concetti di filiera e logistica integrata. Attraverso la discussione degli strumenti di politica ambientale (approcci di mercato, tasse ambientali, diritti ad inquinare, certificazioni ambientali) saranno proposti alcuni percorsi di attuazione della *supply chain* sostenibile.

Il corso fornirà competenze sull'uso sostenibile delle risorse all'interno delle *supply chain*. Sarà offerta allo studente una serie di strumenti di carattere quantitativo e normativo per affrontare e gestire lo sviluppo di una *supply chain*. Il corso si propone di discutere del rapporto tra attività economica di impresa e ambiente in modo da infondere nei futuri manager una prospettiva di impresa più ampia riguardo un uso consapevole e responsabile delle risorse naturali.

Testi di riferimento

Lecture scelte del corso.

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/donati>

ECONOMIA E GESTIONE DELL'IMPRESA COOPERATIVA

Docente: prof. Alberto GUENZI

SSD: SECS-P/12; CFU: 8

Corsi di studio: libero; a scelta per tutti i corsi di laurea magistrale/specialistica

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso intende fornire conoscenze multidisciplinari inerenti alla natura e al funzionamento dell'impresa cooperativa con riferimento ad aspetti aziendali quali: finanza dell'impresa cooperativa, banche e assicurazioni cooperative; accounting e bilancio sociale dell'impresa cooperativa; marketing dell'impresa cooperativa nella distribuzione commerciale. L'obiettivo è quello di sviluppare capacità di operare in un tipo di impresa che presenta aspetti economici e gestionali particolari. La interdisciplinarietà del corso da un lato (garantita dagli interventi di docenti di aree disciplinari differenti, nonché di testimoni provenienti da diverse realtà cooperative), le modalità di insegnamento dall'altro (lezioni e testimonianze concentrate nella mattinata e nel pomeriggio di una sola giornata alla settimana) svilupperanno nello studente la capacità di fruire di una formazione intensiva.

Testi di riferimento

Il corso è organizzato in moduli. Per ciascun modulo il docente fornirà il materiale che gli studenti potranno reperire presso l'ufficio fotocopie della Facoltà. Il calendario e i contenuti di ciascun modulo sono indicati nel sito del docente.

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/guenzi>

ECONOMIA E POLITICA DELLO SVILUPPO (SVIL)

Mutuato da **ECONOMIA DELLO SVILUPPO GLOBALE E LOCALE – Modulo 1**

Docente: prof. Vincenzo DALL'AGLIO

SSD: SECS-P/06; CFU: 5

Corsi di studio: SVIL – curriculum Internazionale (obbligatorio); a scelta per: ADA, EGES – curriculum Ambiente e territorio, LAMIB, FRIM, TRADE, SVIL – curriculum Nazionale

Contenuti del corso e obiettivi formativi

L'insegnamento si propone di analizzare criticamente le principali spiegazioni teoriche in grado di interpretare le evidenze empiriche relative allo sviluppo economico. In particolare, si studieranno i modelli economici che descrivono il decollo di un paese, la crescita economica a tasso costante, i rendimenti crescenti e la crescita cumulativa, e la teoria della crescita endogena, con l'obiettivo di comprendere i processi relativi a ritardo, rincorsa e convergenza fra le nazioni. Si propone di valutare i diversi quadri teorici di riferimento in base alla loro capacità di fornire un'analisi convincente dei fatti, discutendo, per ciascuno, le ipotesi iniziali assunte, le tesi che da esse derivano, e le conseguenti prescrizioni di politica economica, mediante l'utilizzo di adeguati strumenti analitici e culturali.

Testi di riferimento

L. Boggio e G. Seravalli, *Lo sviluppo economico: fatti, teorie, politiche*, Il Mulino, 2003. Capp. 3, 5, 6, 7 (parti). Il programma dettagliato è consultabile nella pagina web del docente.

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/dallaglio>

ECONOMIA E POLITICHE URBANE

Mutuato da **ORGANIZZAZIONE E SVILUPPO DEI SISTEMI TERRITORIALI – Mod. 2**

Docente: prof. Franca MIANI

SSD: M-GGR/02; CFU: 5

Corsi di studio: SVIL – curriculum Nazionale (obbligatorio); a scelta per: ADA, EGES – curriculum Sviluppo locale e cooperazione internazionale, LAMIB, FRIM, TRADE, SVIL – curriculum Internazionale

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Le più recenti trasformazioni urbane hanno complessificato i problemi che il governo della città è chiamato ad affrontare. Si presentano nuove necessità di intervento all'operatore pubblico: dal sostegno allo sviluppo locale alla promozione ed integrazione sociale; dalla rigenerazione delle zone urbane degradate alle politiche abitative. L'attore pubblico lavora con il settore privato per rispondere alla sfida globale, utilizzando gli strumenti offerti dalle nuove politiche urbane per rendere competitive le città.

Il corso si propone di offrire un percorso degli approcci teorici e dei modelli d'azione pubblica per la costruzione di politiche urbane, con particolare attenzione alla struttura ed alle trasformazioni della città contemporanea, agli elementi ed ai meccanismi politici e gestionali che sono più pregnanti ai fini delle identificazioni dei problemi, della definizione degli obiettivi e della scelta delle forme d'intervento, nonché dei processi d'interazione tra gli attori che producono effetti di composizione, integrazione o conflitto e stabiliscono condizioni all'efficacia delle politiche.

Testi di riferimento

I testi verranno definiti all'inizio del corso. Sono previsti altri materiali di studio forniti dal docente durante lo svolgimento del corso.

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/miani>

ECONOMIA INDUSTRIALE 2

Mutuato da **ECONOMIA APPLICATA – Modulo 1**

Docente: prof. Augusto SCHIANCHI

SSD: SECS-P/06; CFU: 5

Corsi di studio: ADA (obbligatorio); a scelta per: EGES, FRIM, SVIL

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Questo insegnamento si propone di offrire agli studenti una visione di base e completa della moderna organizzazione industriale basata sull'analisi dei comportamenti delle imprese e dei consumatori, anche attraverso i modelli con interazione strategica della teoria dei giochi. Verranno forniti anche gli strumenti per l'analisi delle politiche industriali e i principi per l'analisi dell'attività di tutela della concorrenza.

Testi

Pepall, Richards e Norman, Organizzazione Industriale, 2009 McGraw-Hill Editore

Lecture suggerite durante il corso e lucidi distribuiti dal Docente.

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/schianchi>

ECONOMIA INTERNAZIONALE REALE

Docente: prof. Mario BIAGIOLI

SSD: SECS-P/02; CFU: 5

Corsi di studio: SVIL – curr. Internazionale (obbligatorio); a scelta per: ADA, EGES, LAMIB, FRIM, TRADE, SVIL – curriculum Nazionale

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso si propone di approfondire le conoscenze di economia internazionale acquisite nell'ambito del corso di laurea triennale, in particolare sul terreno dell'economia reale: Ci si propone di orientare lo studio non soltanto alla comprensione dei modelli teorici, ma anche alla comprensione e all'approfondimento delle questioni più rilevanti dell'attuale fase storico-economica, nonché all'esame delle caratteristiche istituzionali e delle proposte di modifica della istituzioni e delle regole preposte alla gestione del sistema economico internazionale.

Modalità di Accertamento: Prova scritta, eventualmente seguita da un colloquio orale.

Testi di riferimento

P. R. Krugman – M. Obstfeld: Economia Internazionale 1 (4a edizione; Pearson Addison Wesley e Bruno Paravia Mondadori editori, Milano, 2007): capp. 1-8 (appendici escluse) e capitolo 11.

Altro materiale ed eventuali dispense che saranno distribuiti in aula.

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/biagioli>

ELEMENTI DI ECONOMIA TRIBUTARIA

Docente: prof. Marco ZILIOTTI

SSD: SECS-P/01; CFU: 5

Corsi di studio: ADA (obbligatorio); a scelta per: EGES, LAMIB, FRIM, TRADE, SVIL

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso si propone di offrire un quadro del sistema fiscale italiano. L'approccio, di tipo economico, dopo aver passato in rapida rassegna i principali elementi che caratterizzano la struttura di un sistema fiscale, si sofferma sulle singole imposte presenti nel sistema italiano, con un approfondimento di quelle sul reddito di impresa.

Testi di riferimento

- Materiale didattico online
- P. Bosi, M. C. Guerra – “I Tributi nell'Economia Italiana” - Il Mulino (ULTIMA EDIZIONE)

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/ziliotti>

FASHION E DESIGN MARKETING

Docente: prof. Edoardo SABBADIN

SSD: SECS/P-08; CFU: 5

Corsi di studio: TRADE - Curriculum Trade Marketing (obbligatorio); a scelta per: ADA, EGES, LAMIB, FRIM, TRADE – curriculum MIDA, SVIL

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso consentirà di acquisire una buona comprensione dei meccanismi economici che governano la filiera del sistema moda e design. Le competenze sviluppate con la didattica sono di carattere interdisciplinare.

Il corso, inoltre, si propone di fornire conoscenze che consentono di comprendere, analizzare e gestire le politiche di marketing delle imprese appartenenti al sistema moda e design.

Testi di riferimento

Dispensa a cura del docente

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/sabbadin>

FINANZA APPLICATA

Docente: prof. Giulio TAGLIAVINI

SSD: SECS-P/11; CFU: 5

Corsi di studio: FRIM – curriculum Gestione dei rischi bancari e finanziari (obbligatorio); a scelta per: ADA, EGES, LAMIB, FRIM – curriculum Metodi e modelli per la finanza, TRADE, SVIL

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il foglio elettronico è il principale strumento di lavoro di coloro che si occupano di finanza d'impresa e, più in generale, di scelte finanziarie. Il corso si prefigge lo scopo di rendere lo studente in grado di sviluppare propri modelli simulativi nel campo delle decisioni finanziarie. Questo risultato viene perseguito perfezionando la necessaria familiarità con il foglio elettronico e, parallelamente, con lo sviluppo di nuove realizzazioni operative. Nella fase iniziale del corso ci si concentra infatti sull'analisi di modelli decisionali già sviluppati; nella parte successiva ci si concentra invece sullo sviluppo di modelli nuovi. Ciò viene realizzato sulla base dell'analisi del problema prescelto e con la conseguente messa a punto di una corretta strategia per sfruttare a pieno la potenzialità della tecnologia.

Testi di riferimento

Guida ad Excel per la finanza aziendale - L'utilizzo del foglio di calcolo nei principali problemi di analisi finanziaria, a cura di Giulio Tagliavini, Milano, Alphatest, 2005

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/tagliavini>

FINANZA DELLE ASSICURAZIONI E DELLA PREVIDENZA
Mutuato da **TECNICA DELLE ASSICURAZIONI E DELLE FORME**
PENSIONISTICHE – Modulo 2

Docente: prof. Annamaria OLIVIERI

SSD: SECS-S/06; CFU: 5

Corsi di studio: FRIM – curriculum Metodi e modelli per la finanza (obbligatorio); a scelta per: ADA, EGES, LAMIB, FRIM – curriculum Gestione dei rischi bancari e finanziari (per immatricolati prima dell'a.a. 2009/2010), TRADE, SVIL

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Scopo del corso, che è un naturale proseguimento di “Tecnica delle assicurazioni”, è la presentazione di alcuni aspetti inerenti alla gestione finanziaria dei prodotti assicurativi sulla durata di vita e, più in generale, delle coperture pensionistiche private. Il corso è organizzato in tre parti: la prima fornisce un'introduzione alla possibile strutturazione tecnica degli schemi pensionistici privati. Nella seconda parte si esaminano le caratteristiche finanziarie di alcuni tra i prodotti previdenziali offerti da compagnie di assicurazione o da fondi pensione. Nella terza parte ci si occupa di alcuni rischi presenti nella gestione dei portafogli di coperture previdenziali.

Lo studente può maturare una significativa conoscenza degli elementi di risk management correntemente richiesti per valutare e gestire i rischi inerenti ad un portafoglio di posizioni pensionistiche private.

Testi di riferimento

Olivieri A., Pitacco E., Insurance: technique and finance, forthcoming.

Sostituibile con:

Pitacco E., Elementi di matematica delle assicurazioni, Lint Editoriale, Trieste, 2002

integrato con materiale reperibile sul sito del corso e presso l'Ufficio Fotocopie.

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive,

eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo:
<http://economia.unipr.it/docenti/olivieri>

FINANZA IMMOBILIARE

Docente: prof. Claudio CACCIAMANI

SSD: SECS-P/11; CFU: 5

Corsi di studio: FRIM – curriculum Gestione dei rischi bancari e finanziari (obbligatorio); a scelta per: ADA, EGES, LAMIB, FRIM – curriculum Metodi e modelli per la finanza, TRADE, SVIL

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso intende fornire le conoscenze e le tecniche di analisi e gestione per l'investimento e il finanziamento in campo immobiliare. Infatti, la progressiva finanziarizzazione del settore ha portato sia alla nascita di nuovi strumenti di investimento sia alla diffusione di forme innovative di intermediazione e finanziamento. Dopo l'inquadramento iniziale dell'economia del mercato immobiliare, si esaminano le problematiche di valutazione del rendimento/rischio degli investimenti e del costo effettivo dei finanziamenti immobiliari. Di seguito, si entra nel merito delle tipologie e della gestione dei fondi comuni di investimento immobiliare e delle SIIQ. Si conclude con l'illustrazione delle modalità di gestione dinamica di ampi patrimoni immobiliari da parte di investitori istituzionali e gruppi imprenditoriali, quali gli spin off e le cartolarizzazioni e i project finance immobiliari.

Testi di riferimento

Cacciamani C. (a cura di), Real Estate. Manuale di economia e finanza immobiliare, Egea, Milano, 2008.

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/cacciamani>

GESTIONE DEI RISCHI FINANZIARI DELLE IMPRESE

Mutuato da **GOVERNANCE E GESTIONE DEL RISCHIO – Modulo CORPORATE FINANCIAL RISK MANAGEMENT**

Docente: prof. Gino GANDOLFI

SSD: SECS-P/11; CFU: 5

Corsi di studio: FRIM (obbligatorio); a scelta per: EGES, LAMIB, TRADE, SVIL

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso si propone di esaminare, sia i principali fattori di rischio, sia le tecniche necessarie per una corretta gestione dei rischi finanziari nelle imprese non finanziarie. In particolare, l'analisi viene sviluppata con riferimento ai rischi connessi ai tassi di interesse, ai tassi di cambio e alla variazione dei prezzi delle principali materie prime, sia dal punto di vista teorico, sia mediante lo studio di casi aziendali che verranno discussi in aula. Al termine del corso, gli studenti acquisiranno le competenze necessarie per poter svolgere la professione di risk manager.

Testi di riferimento

C. Conti, Introduzione al Corporate Financial Risk Management, Pearson Education, Milano, 2006.

J.C. Hull, Opzioni, Futures e altri derivati (capitoli dal 1° al 9° compresi), Pearson Prentice Hall, Milano, 2009.

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/gandofi>

GESTIONE DEL CAPITALE E CREAZIONE DI VALORE NELLE BANCHE

Docente: prof. Paola SCHWIZER

SSD: SECS/P-11; CFU: 5

Corsi di studio: FRIM – curriculum Gestione dei rischi bancari e finanziari (obbligatorio); a scelta per: ADA, EGES, LAMIB, FRIM – curriculum Metodi e modelli per la finanza, TRADE, SVIL

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso affronta il tema dell'allocazione del capitale di rischio nelle banche, secondo un obiettivo di ottimizzazione della combinazione rendimento/rischio e dell'impostazione della gestione in chiave di value base management. Il corso presenta quindi un taglio trasversale, che consente allo studente di sviluppare le proprie competenze in materia di:

- analisi dei rischi finanziari delle banche e dei relativi modelli di gestione, con particolare riferimento alle tematiche dell'asset and liability management;
- analisi dei modelli di misurazione dei rischi con le metodologie VAR e i principi alla base delle scelte di allocazione del capitale di rischio;
- analisi, condotta mediante lo studio di casi aziendali, dei modelli organizzativi funzionali all'allocazione ottimale delle risorse in chiave di valore;
- valutazione delle implicazioni sulla corporate governance e sull'assetto delle funzioni di corporate center.

Testi di riferimento

A. Sironi, A. Resti, Rischio e valore nelle banche. EGEA, Milano, seconda edizione, 2008.

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/schwizer>

GESTIONE DEL RISCHIO – corso progredito

Docente: prof. Gino FAVERO

SSD: SECS-S/06; CFU 5

Corsi di studio: FRIM – curriculum Metodi e modelli per la finanza (obbligatorio); a scelta per: ADA, EGES, LAMIB, FRIM – curriculum Gestione dei rischi bancari e finanziari, TRADE, SVIL

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso si propone di fornire una serie di competenze e di strumenti per la valutazione del rischio finanziario, presupponendo la conoscenza dei contenuti del corso “Gestione del rischio”. La prima parte del corso sarà dedicata all’esposizione di un semplice modello di mercato finanziario “perfetto”, naturale ambientazione dei principali problemi che saranno trattati. Nella seconda parte si esamineranno le principali “misure di rischio” utilizzate dalle istituzioni finanziarie e si formalizzerà il concetto di “misura coerente”. Infine, si accennerà a come estendere tutto quanto trattato in precedenza a mercati con “attriti”.

Al termine del corso, gli studenti dovranno essere in grado di riconoscere l’efficienza di un dato modello di mercato, di individuare il miglior portafogli di (super)replicazione di una data posizione e di valutare la coerenza di una data misura di rischio.

Testi di riferimento

John C. Hull, *Opzioni, futures e altri derivati*, 7° edizione, Prentice-Hall, 2009

Materiale integrativo curato dal docente, distribuito tramite il sito web o disponibile presso il Centro fotocopie della Facoltà.

Per informazioni dettagliate sull’insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d’esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all’indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/favero>

GESTIONE DELLE IMPRESE DI ASSICURAZIONE

Docente: prof. Claudio CACCIAMANI

SSD: SECS-P/11; CFU: 5

Corsi di studio: FRIM – curriculum Gestione dei rischi bancari e finanziari (obbligatorio); a scelta per: ADA, EGES, LAMIB, FRIM – curriculum Metodi e modelli per la finanza, TRADE, SVIL

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso si propone di affrontare i temi delle assicurazioni e dell'intermediazione assicurativa, considerando sia i prodotti sia la gestione delle compagnie di assicurazione.

L'ottica di indagine è essenzialmente economico-finanziaria, tale da fornire le competenze necessarie per potere affrontare correttamente le problematiche di copertura dei rischi, aziendali e personali, dal punto di vista non solo del potenziale cliente, ma anche della compagnia erogatrice del servizio. Pari attenzione è dedicata alle forme di intermediazione sia tradizionali, agenti e broker, sia innovative, quali quelle relative alle banche, ai gruppi industriali e commerciali. Il corso prevede una didattica attiva, basata non solo sull'insegnamento delle nozioni tecniche e teoriche della materia, ma anche su casi e testimonianze di esponenti di spicco di compagnie di assicurazioni, della distribuzione assicurativa e del comparto della bancassurance.

Testi di riferimento

Cacciamani C., Valletta M., (a cura di), Economia e gestione delle imprese di assicurazione, Egea, (in corso di pubblicazione).

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/cacciamani>

INFORMATICA E STATISTICA PER LE DECISIONI AZIENDALI

Docente: prof. Marco RIANI

SSD: SECS/S-01; CFU: 9

Corsi di studio: TRADE – curriculum MIDA (obbligatorio); a scelta per: ADA, EGES, LAMIB, FRIM, TRADE – curriculum Trade Marketing, SVIL

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso intende analizzare le principali tecniche e gli strumenti statistici di supporto alle attività di pianificazione, gestione e controllo delle vendite. Una particolare attenzione sarà rivolta alle seguenti tecniche statistiche: modelli di regressione lineare multipla, analisi moderna delle serie storiche e destagionalizzazione.

Lo stile della didattica partirà dai problemi per arrivare al metodo. Ogni lezione, o gruppo di lezioni, inizierà con la presentazione di un caso reale, dei dati disponibili e delle domande che può essere interessante porsi. L'introduzione dei vari strumenti è collegata all'analisi del problema. Gli esempi sono scelti in differenti contesti applicativi. Per ogni metodo statistico illustrato si farà riferimento ad un opportuno software. Nell'ambito del corso saranno analizzati casi aziendali e promossi incontri con professionisti del settore.

Testi di riferimento

Riani M., Laurini F. (2008), *Modelli statistici per l'economia con applicazioni aziendali*, Pitagora Editrice, Bologna.

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/riani> oppure <http://www.riani.it>

INNOVAZIONE NEL RETAIL

Docente: prof. Sebastiano GRANDI

SSD: SECS-P/08; CFU: 4

Corsi di studio: TRADE - curriculum Trade Marketing (obbligatorio); a scelta per: ADA, EGES, LAMIB, FRIM, TRADE – curriculum MIDA, SVIL

Contenuti del corso e obiettivi formativi

L'obiettivo del corso è quello di fornire agli studenti gli strumenti di analisi per valutare i fattori di sviluppo e le modalità di innovazione dei prodotti delle imprese commerciali. In un contesto in cui le strategie di sviluppo delle imprese possono essere sempre di più interpretate alla luce dei fenomeni di natura concorrenziale, l'innovazione di prodotto rappresenta una leva importante di competizione e di differenziazione. Il corso si propone dunque di analizzare i vincoli allo sviluppo dei prodotti commerciali, i contenuti dei processi innovativi e di valorizzare il ruolo della evoluzione delle forme distributive nella creazione di valore per le imprese commerciali sia nei confronti del consumatore finale che del mercato intermedio. Il corso si propone, inoltre, di verificare i legami tra la prassi aziendale ed i contenuti di natura teorica e concettuale attraverso lo studio di diverse case histories di innovazione di prodotto sia nazionali che internazionali.

Testi di riferimento

GRANDI S., *Retailing competition*, EGEA, Milano, 2008

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/grandis>

LE MODALITA' E GLI STRUMENTI PER UN INSERIMENTO CONSAPEVOLE NEL MONDO DEL LAVORO - ADA

Docente: prof. Concetta CAPACCHIONE

SSD: SPS/07; CFU: 2

Corsi di studio: ADA (Abilità diverse)

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso intende mettere gli studenti nelle condizioni di proporsi nel mondo del lavoro con un minimo di alfabetizzazione alle realtà che incontreranno per poter, in modo consapevole, prima identificare gli strumenti e gli stili diversi da utilizzare e poi conoscere le modalità e gli strumenti più idonei per un inserimento proficuo ed efficace nel mondo del lavoro. Questo sia come risposta che come proposta al mercato.

Dopo la parte di analisi delle aspirazioni personali e delle opportunità che il mercato offre, si passerà alla parte di metodologie e strumenti: dalla stesura del proprio curriculum alla conduzione delle diverse fasi della selezione, dalla comunicazione personale e interpersonale alla cultura del progetto, come opportunità di ottimizzazione del lavoro sia individuale che in team. Una breve panoramica dell'organizzazione d'impresa concluderà il percorso che metterà gli studenti nella condizione di vivere la ricerca e l'inserimento nel lavoro come la fase iniziale di un percorso di crescita professionale e non solamente come un dovere sociale.

Testi di riferimento

Dispense con bibliografia consigliata

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo <http://economia.unipr.it/docenti/capacchione>

LE MODALITA' E GLI STRUMENTI PER UN INSERIMENTO CONSAPEVOLE NEL MONDO DEL LAVORO - TRADE

Docente: prof. Concetta CAPACCHIONE

SSD: SPS/07; CFU: 2

Corsi di studio: TRADE (Abilità diverse)

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso intende mettere gli studenti nelle condizioni di proporsi nel mondo del lavoro con un minimo di alfabetizzazione alle realtà che incontreranno per poter, in modo consapevole, prima identificare gli strumenti e gli stili diversi da utilizzare e poi conoscere le modalità e gli strumenti più idonei per un inserimento proficuo ed efficace nel mondo del lavoro. Questo sia come risposta che come proposta al mercato.

Dopo la parte di analisi delle aspirazioni personali e delle opportunità che il mercato offre, si passerà alla parte di metodologie e strumenti: dalla stesura del proprio curriculum alla conduzione delle diverse fasi della selezione, dalla comunicazione personale e interpersonale alla cultura del progetto, come opportunità di ottimizzazione del lavoro sia individuale che in team. Una breve panoramica dell'organizzazione d'impresa concluderà il percorso che metterà gli studenti nella condizione di vivere la ricerca e l'inserimento nel lavoro come la fase iniziale di un percorso di crescita professionale e non solamente come un dovere sociale.

Testi di riferimento

Dispense con bibliografia consigliata

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo <http://economia.unipr.it/docenti/capacchione>

LE POLITICHE DI COESIONE DELL'UNIONE EUROPEA

Docente: prof. Guglielmo WOLLEB

SSD: SECS-P/01; CFU: 5

Corsi di studio: SVIL – curriculum Nazionale (obbligatorio); a scelta per: ADA, FRIM, TRADE

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso si propone di illustrare le politiche di coesione economica e sociale effettuate dall'Unione Europea al fine di ridurre le disparità regionali e favorire lo sviluppo delle aree arretrate. Nell'ambito di questa analisi verranno affrontati i seguenti temi:

- la strategia di Lisbona che contiene le scelte più importanti dell'Unione Europea in materia di crescita e sviluppo economico; i principi ispiratori e gli obiettivi finali della politica di coesione; la distribuzione dei compiti istituzionali fra U. E. Stati nazionali, livelli substatali di governo, organizzazioni della società civile nella realizzazione e valutazione delle politiche; i Fondi strutturali che costituiscono la principale fonte finanziaria con cui viene alimentata la spesa; i programmi ed i progetti che costituiscono il cuore della politica. Gli studenti acquisiranno le competenze di base per poter essere successivamente coinvolti nell'elaborazione, realizzazione e attuazione di queste politiche.

Testi di riferimento

Per i frequentanti:

- materiale didattico distribuito dal docente durante il corso e materiale elaborato in specifici seminari dagli stessi studenti.

Per i non frequentanti:

Viesti G., Prota F., Le nuove politiche regionali dell'Unione Europea, Il Mulino, 2008

Attinà, F., Natalicchi, G., L'Unione Europea- Governo, istituzioni, politiche, Il Mulino, 2007, I primi quattro capitoli

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive,

eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo:
<http://economia.unipr.it/docenti/wolleb>

LE POLITICHE EUROPEE DEI TRASPORTI

Mutuato da **SISTEMI DI TRASPORTO E COMPATIBILITA' AMBIENTALE – Modulo 1**

Docente: prof. Carla CANALI

SSD: SECS-P/06; CFU 5

Corsi di studio: SVIL – curriculum Nazionale (obbligatorio); a scelta per: ADA, EGES – curriculum Sviluppo locale e cooperazione internazionale, LAMIB, FRIM, TRADE, SVIL – curriculum Internazionale

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso si propone di chiarire ed approfondire l'interazione esistente tra i sistemi di trasporto e l'ambiente, evidenziando, inoltre, attraverso l'analisi dei diversi modi di trasporto e delle loro caratteristiche, il contributo che le relative politiche possono offrire alla limitazione dei cosiddetti "danni ambientali".

Obiettivi formativi: fornire la capacità di valutazione degli elementi più importanti (nel settore dei trasporti) per realizzare ambienti più ecocompatibili al fine di apprestare una metodologia per il monitoraggio della sostenibilità del sistema dei trasporti.

Testi di riferimento

Canali C., Puglisi M.A., *Tante reti per una rete di trasporto europea*, Azzali Ed., Parma 2008

Querini G., *La tutela dell'ambiente nell'Unione Europea: un'analisi critica*, Franco Angeli, Milano, 2007

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/canali>

MARKET RESEARCH

Docente: prof. Beatrice LUCERI

SSD: SECS-P/08; CFU: 4

Corsi di studio: TRADE – curriculum MIDA (obbligatorio); a scelta per: ADA, EGES, LAMIB, FRIM, TRADE – curriculum Trade Marketing, SVIL

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso illustra la progettazione e l'organizzazione delle ricerche di marketing con l'obiettivo di supportare efficacemente processo decisionale aziendale. L'analisi si focalizza sull'intero ciclo operativo: disegno del progetto di ricerca, modalità di acquisizione dei dati, strumenti di misurazione, tecniche di analisi e presentazione dei risultati.

Agli studenti si intende trasferire le conoscenze necessarie per individuare la tipologia di ricerca ottimale rispetto alle esigenze conoscitive e i vincoli di budget dell'impresa.

Testi di riferimento

I testi e i materiali di studio saranno indicati successivamente sul sito del docente.

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/luceri>

MARKETING DEL TERRITORIO

Mutuato da **FINANZA E MARKETING PER LO SVILUPPO – Modulo MARKETING TERRITORIALE (prima parte)**

Docente: prof. Sabrina LATUSI

SSD: SECS-P/08; CFU: 5

Corsi di studio: SVIL - curriculum Nazionale (obbligatorio); a scelta per: ADA, LAMIB, FRIM, TRADE

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso si propone di illustrare i modelli di riferimento e gli strumenti operativi per l'implementazione di iniziative di marketing territoriale aventi come destinatari gli investitori e come obiettivo la promozione di un'area geografica al fine della localizzazione di attività logistico-produttive. In questa prospettiva, si intende fornire una visione integrata del processo di governo strategico delle condizioni insediative e dell'offerta del territorio, sia sotto il profilo delle misure volte a favorire la crescita e la competitività della struttura produttiva locale, che delle iniziative destinate a potenziare la capacità attrattiva dell'area verso potenziali investitori esterni. I temi del corso sono sviluppati in modo da fornire le competenze necessarie a traslare al contesto territoriale i modelli classici del marketing management.

Testi di riferimento

Latusi S. (2002), Marketing territoriale per gli investimenti, Milano, Egea (escluso capitolo 8).

Selezione di articoli tratti da riviste nazionali e internazionali, indicata dal docente all'inizio del corso e resa disponibile su Internet.

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/latusi>

MATEMATICA PER LA FINANZA

Docente: prof. Simona SANFELICI

SSD: SECS/S-06; CFU: 10

Corsi di studio: FRIM – curriculum Metodi e modelli per la finanza (obbligatorio); a scelta per: ADA, EGES, LAMIB, FRIM – curriculum Gestione dei rischi bancari e finanziari, TRADE

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il Corso intende fornire le conoscenze e gli strumenti Matematici più utili per l'Economia e la Finanza. In particolare, esso è rivolto a chi voglia approfondire gli aspetti matematico-quantitativi della Finanza e dell'Economia ed acquisire gli strumenti utili per intraprendere una carriera operativa nell'ambito della gestione finanziaria e dell'analisi dei mercati. Il Corso si pone come principali obiettivi l'analisi di sistemi dinamici discreti e continui in Economia e Finanza e lo studio teorico e numerico delle equazioni differenziali ordinarie e stocastiche. In particolare, verranno analizzati i principali modelli differenziali per la valutazione di titoli finanziari derivati. Il Corso prevede alcune ore di laboratorio informatico, durante le quali lo studente potrà sperimentare i principali concetti teorici presentati, radicandone la comprensione e l'uso attraverso l'elaborazione di programmi applicativi che utilizzano il software Matlab.

Testi di riferimento

S. Salsa, A. Squellati, *Modelli dinamici e controllo ottimo*, EGEA Edizioni, Milano, 2006.

Per la parte sulle equazioni differenziali alle derivate parziali e stocastiche saranno disponibili dispense del Docente. Ulteriori riferimenti relativi al calcolo numerico e alla teoria della probabilità sono: G. Monegato, *Fondamenti di calcolo numerico*, Levrotto & Bella, Torino, 1990.

P. Baldi, *Calcolo delle probabilità e statistica*, McGraw-Hill, Milano, 1998.

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/sanfelici>

MODELLI NEGOZIALI

Docente: prof. Daniele FORNARI

SSD: SECS-P/08; CFU: 4

Corsi di studio: TRADE - curriculum Trade Marketing (obbligatorio); a scelta per: ADA, EGES, FRIM, TRADE – curriculum MIDA

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso si prefigge di mettere a fuoco le dimensioni teoriche ed applicative che qualificano le relazioni negoziali tra Industria e Distribuzione nei processi di marketing di filiera, fornendo le metodologie di analisi per valutare i fattori critici di successo dei diversi modelli di business utilizzati dai differenti gruppi strategici industriali e commerciali. In particolare si focalizzerà l'attenzione sui temi riguardanti le leve negoziali, i piani di marketing integrati e la configurazione delle strutture organizzative. Nell'ambito del corso sono altresì previste alcune testimonianze manageriali finalizzate ad approfondire i rapporti esistenti tra teoria e prassi aziendale.

Testi di riferimento

FORNARI D., *Trade Marketing. Relazioni di filiera e strategie commerciali*, Milano, EGEA, 2009. (solo capitoli 1, 5, 8).

Per gli studenti frequentanti esiste la possibilità di sostituire alcune parti del testo indicato con il materiale discusso e presentato durante il corso.

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/fornari>

MODELLI STATISTICI

Docente: prof. Andrea CERIOLI

SSD: SECS-S/02; CFU: 5

Corsi di studio: TRADE – curriculum MIDA (obbligatorio); a scelta per: ADA, EGES, LAMIB, FRIM, TRADE – curriculum Trade Marketing, SVIL

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso si propone di illustrare i principali modelli statistici utilizzati ai fini della previsione del comportamento del consumatore. Esso costituisce il naturale complemento dei corsi di “Informatica e statistica per le decisioni aziendali” e di “Data mining”, che dovrebbero essere pertanto sostenuti precedentemente a questo.

Durante il corso l'attenzione sarà focalizzata su un insieme di tecniche ridotto, ma di largo impiego nella pratica aziendale. In particolare, si considereranno alcune importanti generalizzazioni del modello di regressione che sono comunemente utilizzate per la segmentazione della clientela. Tra queste, la regressione logistica, l'analisi discriminante e gli alberi decisionali. Ciascuna tecnica sarà introdotta facendo riferimento ai problemi aziendali che essa può contribuire a risolvere e sarà applicata in concreto attraverso il software SPSS.

Testi di riferimento

S. ZANI – A. CERIOLI, *Analisi dei dati e Data Mining per le decisioni aziendali*, Giuffrè Editore, Milano, 2007, capitolo XI.

A. AZZALINI – B. SCARPA, *Analisi dei dati e data mining*. Springer, Milano, 2004, capitolo 2 e capitolo 5.

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/cerioli>

POLITICA ECONOMICA – corso progredito

Docente: prof. Franco MOSCONI

SSD: SECS-P/06; CFU: 8

Corsi di studio: libero; a scelta per tutti i corsi di laurea magistrale/specialistica

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso si propone di gettare luce su quella parte della scienza economica – per citare le celebri *Lezioni* di Federico Caffè - «che utilizza le conoscenze dell'analisi teorica come guida all'azione pratica». L'obiettivo ultimo è dunque quello di offrire allo studente, che già conosce dagli studi di Economia politica i concetti di base per comprendere e spiegare determinati fenomeni («ciò che è»), gli strumenti per fare uso della conoscenza come guida all'azione («ciò che dovrebbe essere»).

Dati gli obiettivi del corso, a un primo inquadramento generale farà seguito un approfondimento sulle politiche antitrust, che sono venute assumendo un rilievo assai importante nell'ambito della politica economica.

Parte generale:

Il significato del mercato nella realtà oligopolistica contemporanea; le dimensioni e le caratteristiche del settore pubblico dell'economia in Italia, negli altri grandi Paesi dell'UE e negli USA; le relazioni economiche e finanziarie internazionali.

Parte monografica (le politiche antitrust):

La moderna teoria dell'oligopolio; la definizione del mercato rilevante; il potere di mercato; accordi e fusioni orizzontali; restrizioni e fusioni verticali; alcuni «casi antitrust» (ad es., Commissione europea vs Microsoft).

Testi di riferimento

MOTTA M., POLO M., *Antitrust – Economia e politica della concorrenza*, Bologna, Il Mulino 2005;

Una raccolta di letture e di materiali didattici a supporto della Parte generale sarà resa disponibile all'inizio delle lezioni sulla homepage del

docente presso le Facoltà di Economia
(<http://economia.unipr.it/docenti/mosconi>) e di Scienze Politiche, e sul
sito della Cattedra Jean Monnet in Economia industriale europea
(<http://www.cattedramonnet-mosconi.org/>)

POLITICHE DI PREZZO

Docente: prof. Davide PELLEGRINI

SSD: SECS-P/08; CFU: 4

Corsi di studio: TRADE – curriculum Trade Marketing (obbligatorio); a scelta per: ADA, EGES, LAMIB, FRIM, TRADE – curriculum MIDA, SVIL

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso analizza il tema del pricing dal punto di vista manageriale. L'analisi si sviluppa sull'area della domanda, dei costi e della concorrenza. Per ognuna di queste aree sono previste simulazioni e applicazioni volte a mostrare la rilevanza strategica del pricing. La dimensione operativa di questa leva di marketing viene riportata a diversi contesti settoriali, mettendo in luce le differenze esistenti tra il pricing industriale e commerciale. Infine viene approfondita la dimensione strategica connessa alla definizione e al controllo del prezzo nei rapporti di filiera.

Testi di riferimento

Dispense a cura del Docente.

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/pellegrini>

PROFILI GIURIDICI DELLA GOVERNANCE E DELLE OPERAZIONI STRAORDINARIE

Docente: prof. Lorenzo BENATTI

SSD: IUS/05; CFU: 5

Corsi di studio: ADA (obbligatorio); a scelta per: EGES, LAMIB, FRIM, TRADE, SVIL

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Conoscenze: parte 1: la governance delle società di capitali, confronto tra soluzioni alternative; funzioni, obblighi e responsabilità degli amministratori, dei sindaci e del revisore contabile; la governance, i gruppi di società ed i patti di sindacato; parte 2: le principali operazioni straordinarie mettendo in luce le opportunità, i vincoli ed i problemi derivanti dalla disciplina attuale, la trasformazione, la fusione, la scissione, la cessazione d'azienda, aumento e riduzione del capitale, i conferimenti, il diritto di recesso.

Competenze/capacità: saper leggere, interpretare e redigere statuti sociali e atti relativi ad operazioni straordinarie, saper leggere ed interpretare decisioni giurisprudenziali.

Testi di riferimento

1. le norme oggetto del corso a cominciare dalle norme del codice civile relative alla governance delle società di capitali e alle operazioni straordinarie;
2. i materiali didattici ed i casi giurisprudenziali messi a disposizione fra i materiali didattici nella pagina web del docente;
3. i testi che saranno indicati nel corso delle lezioni e nella pagina web del docente.

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/benatti>

SISTEMI DI PIANIFICAZIONE E CONTROLLO DELLE VENDITE
Mutuato da **AMMINISTRAZIONE E FINANZA DEI PROCESSI COMMERCIALI – Modulo SISTEMI DI PIANIFICAZIONE E CONTROLLO DELLE VENDITE**

Docente: prof. Marco FERRETTI

SSD: SECS-P/07; CFU: 5

Corsi di studio: TRADE - curriculum Trade Marketing (obbligatorio); a scelta per: EGES, LAMIB, FRIM, TRADE, SVIL

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso intende fornire, tenendo conto del diverso rilievo assunto nelle imprese dall'attività di distribuzione e commercializzazione a seconda delle dimensioni aziendali e del settore di appartenenza, gli elementi per la formulazione di piani e programmi di vendita e gli strumenti di loro sistematico controllo, con particolare riferimento agli scenari di breve periodo.

Partendo da una disamina del concetto di costo e di contabilità analitica, il corso individua la valenza organizzativa e gestionale dei meccanismi di controllo di gestione, visualizzando le specificità e le sottolineature che di questo possono essere riscontrate con particolare riferimento alla funzione vendite.

Testi di riferimento

Il testo di riferimento per l'esame è GARRISON R. e NOREEN E., Programmazione e controllo (managerial accounting per le decisioni aziendali), McGraw- Hill, Milano, 2007. Materiale didattico a cura del docente.

Lectture aggiuntive consigliate

MIO C., Il controllo di gestione della funzione vendita, ETAS Libri, 1990, Milano.

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali lectture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/ferretti>

SISTEMI INFORMATIVI DI MARKETING

Docente: prof. Beatrice LUCERI

SSD: SECS-P/08; CFU: 4

Corsi di studio: TRADE – curriculum MIDA (obbligatorio); a scelta per: EGES, LAMIB, FRIM, TRADE – curriculum Trade Marketing, SVIL

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il marketing strategico ed operativo si fonda sulla conoscenza del mercato, ovvero sulla capacità di raccogliere le informazioni che interessano estrapolandole dall'enorme quantità di dati acquisibili o disponibili.

Il corso intende trasferire agli studenti gli strumenti per la gestione del sistema informativo di marketing (MIS), unitamente a quelli per la raccolta e l'analisi dei dati interni ed esterni.

Dopo aver delineato il sistema informativo di marketing sotto il profilo teorico, l'analisi si focalizza sui management tools a supporto delle decisioni di marketing (lancio di nuovi prodotti, performance di mercato, definizione e controllo del prezzo dei prodotti, gestione del portafoglio clienti, controllo della comunicazione).

Testi di riferimento

Mauri C. (2007), Il sistema informativo per il marketing, Giappichelli G. Editore, Torino (cap. I, II, III, V)

Molteni L., Troilo G. (2007), Ricerche di marketing, McGraw-Hill, milano (cap. 10, 11, 12, 13, 14, 15)

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/luceri>

SOCIOLOGIA DEI CONSUMI

Docente da definire

SSD: SPS/07; CFU: 8

Corsi di studio: libero; a scelta per tutti i corsi di laurea magistrale/specialistica (in particolare, consigliato agli studenti TRADE)

Contenuti del corso e obiettivi formativi

- Fornire gli strumenti per comprendere i processi di consumo che caratterizzano le società complesse. Attraverso concetti, teorie ed autori che hanno contribuito allo sviluppo della disciplina, saranno affrontate le dinamiche che sottendono i comportamenti di consumo degli individui e gli universi di significato in cui questi si muovono.
- Focalizzare l'attenzione in particolare sui comportamenti di consumo alimentare, per fornire gli strumenti di interpretazione delle tendenze in atto.
- Proporre elementi di conoscenza delle nuove attività di ricerca avviate nell'ambito della neuro economia e del neuro marketing, per mettere in evidenza come le neuroscienze possono introdurre nuovi elementi di comprensione delle decisioni economiche e di consumo.

Il programma si articola in due moduli

Modulo 1. Analisi, tendenze e comportamenti di consumo

Il modulo 1 presenterà innanzitutto le teorie sociologiche sul consumo e il loro utilizzo per interpretare le caratteristiche del consumo contemporaneo focalizzando l'attenzione in particolare sui seguenti punti: dimensione sociale e relazionale, estetizzazione, dimensione comunicativa del consumo e valenza nella costruzione dell'identità. Inoltre verrà posta una specifica attenzione sulle tendenze in atto nei comportamenti di consumo, alimentare e sui significati del cibo nella società attuale, nell'intento di offrirne una interpretazione unitaria.

Modulo 2. Elementi di neuro marketing

Il modulo 2 analizzerà le decisioni di consumo alla luce delle neuroscienze. Questa parte del corso è tesa a collocare le tematiche delle decisioni di consumo all'interno delle ricerche di neuro economia e

neuro marketing. Insieme alle informazioni di base per comprendere il funzionamento cerebrale, verranno presentate ricerche specifiche, analizzandone le implicazioni per il marketing.

Benché le lezioni dell'insegnamento siano organizzate in due moduli, l'accertamento della preparazione è effettuato con un'unica prova di esame.

Testi di riferimento

Franchi M., *Raccontare il consumo*, Franco Angeli, 2008

Franchi M., *Il cibo flessibile. I nuovi comportamenti di consumo*, Carocci, 2009

Franchi M., Schianchi A., *Razionali o relazionali. Una neuroscienza delle decisioni*, Carocci, in corso di stampa

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina del docente attivata all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/>

STATISTICA DEI MERCATI FINANZIARI – CORSO PROGREDITO

Docente: prof. Giorgio GOZZI

SSD: SECS-S/03; CFU: 5

Corsi di studio: FRIM – curriculum Metodi e modelli per la finanza (obbligatorio); a scelta per: ADA, EGES, LAMIB, FRIM – curriculum Gestione dei rischi bancari e finanziari, TRADE, SVIL

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso si propone di approfondire gli argomenti del corso di base di statistica dei mercati monetari e finanziari. Partendo dalle caratteristiche empiriche delle serie storiche finanziarie si analizzeranno i modelli statistici lineari e non lineari proposti in letteratura per la descrizione e la previsione della dinamica futura di tali serie.

Testi di riferimento

GALLO G.M. e PACINI B. , Metodi quantitativi per i mercati finanziari, Carrocci Editore, Firenze, 2002.

Oltre al libro gli studenti possono utilizzare la dispensa su tutti gli argomenti del corso (disponibile presso l'ufficio fotocopie della Facoltà) e materiale didattico integrativo reso disponibile durante il corso.

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/gozzi>

STRATEGIE DI COMUNICAZIONE E PROMOZIONE DELLE IMPRESE COMMERCIALI

Docente: prof. Sabrina LATUSI

SSD: SECS-P/08; CFU: 4

Corsi di studio: TRADE – curriculum Trade Marketing (obbligatorio); a scelta per: ADA, EGES, LAMIB, FRIM, SVIL

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso si propone di approfondire il ruolo ricoperto dalla comunicazione nell'affermazione dell'identità delle insegne commerciali e nello sviluppo dell'immagine di convenienza.

In tale prospettiva, si intende fornire un quadro complessivo delle componenti fondamentali in cui si articola la comunicazione in e out of store delle imprese commerciali.

I temi del corso sono sviluppati in modo da fornire le competenze necessarie a valutare i punti di forza e di debolezza dei diversi strumenti e media a disposizione dei retailer e a sviluppare un approccio integrato alla comunicazione aziendale.

Testi di riferimento

Selezione di articoli tratti da riviste nazionali e internazionali, indicata dal docente all'inizio del corso e resa disponibile su Internet.

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/latusi>

TECNICA DELLE ASSICURAZIONI

Mutuato da **TECNICA DELLE ASSICURAZIONI E DELLE FORME PENSIONISTICHE – Modulo 1**

Docente: prof. Annamaria OLIVIERI

SSD: SECS-S/06; CFU: 5

Corsi di studio: FRIM (obbligatorio); a scelta per: ADA, EGES, LAMIB, TRADE, SVIL

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Scopo del corso è la presentazione dei fondamenti tecnici dell'attività assicurativa. I principali concetti saranno analizzati con metodologie quantitative, ma saranno anche interpretati in chiave economico-finanziaria.

Il corso consente di acquisire alcuni concetti tecnici di base della gestione assicurativa. Lo studente può sviluppare competenze richieste a chi lavora all'interno di un'impresa d'assicurazione o di un fondo pensioni. D'altro canto, la conoscenza del funzionamento tecnico dei processi interni a tali organizzazioni fornisce alcune chiavi di lettura dei prodotti e servizi da esse offerti utili per valutarne, dall'esterno, la convenienza e l'efficacia.

L'approfondimento di alcuni temi trattati nel corso è oggetto dell'insegnamento "Finanza delle assicurazioni e della previdenza".

Testi di riferimento

Olivieri A., Pitacco E., Insurance: technique and finance, forthcoming.

Sostituibile con:

Pitacco E., Elementi di matematica delle assicurazioni, Lint Editoriale, Trieste, 2002

integrato con materiale reperibile sul sito del corso e in Sala Fotocopie.

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/olivieri>

TEMI SPECIALI DI BILANCIO

Docente: prof. Giuseppe GALASSI

SSD: SECS-P/07; CFU: 5

Corsi di studio: ADA (obbligatorio); a scelta per: EGES, LAMIB, FRIM, TRADE, SVIL

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso intende approfondire e completare i temi di valutazione delle aziende. In particolare, dopo aver richiamato i principi basilari, l'unità e la sistematicità del processo valutativo, pur nella molteplicità delle tecniche e delle metodologie, il corso presenta temi speciali propri della determinazione del capitale economico (economicità dei settori produttivi, valore dell'opzione, valutazione dei pacchetti azionari, valutazione di rami d'azienda e così via).

Successivamente il riferimento è alla valutazione di aziende dei molteplici settori produttivi, commerciali, industriali e di servizi, del credito e finanziari, assicurativi e ad aziende in regime di concessione amministrativa.

Testi di riferimento

ZANDA G., LACCHINI M., ONESTI T., *La valutazione delle aziende*, V edizione, Giappichelli, Torino, 2005, capp. 19, 20; 23, 24; 27 a 29.

Materiale didattico distribuito dal docente.

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/galassi>

TURISMO E MARKETING DEI BENI CULTURALI

Docente: prof. Edoardo SABBADIN

SSD: SECS/P-08; CFU: 5

Corsi di studio: SVIL – curriculum Nazionale (obbligatorio); a scelta per: ADA, LAMIB, FRIM, TRADE

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso si propone di chiarire come le organizzazioni turistiche e culturali del nostro Paese possono rispondere alla nuova pressione competitiva internazionale ed utilizzare le variabili di marketing per ottenere l'attenzione dei consumatori e attirare risorse.

In particolare il corso svilupperà i seguenti temi:

La segmentazione del mercato del turismo e della cultura.

Il posizionamento competitivo dell'offerta di prodotti culturali.

Le ricerche di mercato per il marketing del turismo e dei beni culturali.

Il marketing mix e le principali attività di marketing delle organizzazioni culturali.

La sponsorizzazione.

Testi di riferimento

F. Colbert, S. Bilodeau, J. Brunet, J. Nantel, J. D. Rich a cura di P. Ravanas, Y. St. James introduzione di A. Bollo, *Marketing delle arti e della cultura*, Seconda edizione italiana, Milano, ETAS, 2009.

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/sabbadin>

VALUTAZIONE DEI RISCHI PER IL MARKETING

Docente: prof. Annamaria OLIVIERI

SSD: SECS-S/06; CFU: 5

Corsi di studio: TRADE – curriculum Trade Marketing (obbligatorio); a scelta per: ADA, EGES, FRIM, TRADE – curriculum MIDA, SVIL

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il ruolo principale del marketing può essere individuato nell'attribuzione di valore alle attività produttive e commerciali. Tale funzione è affetta però da numerosi rischi che necessitano di un'adeguata valutazione. Alcune scelte, in particolare, devono essere adottate nel contesto di scenari incerti. Oggetto del corso è l'analisi di modelli per la rappresentazione e valutazione dei rischi, nonché di alcuni elementari modelli decisionali adottabili in condizioni di incertezza. Di ogni modello saranno esaminate la struttura concettuale e la possibile applicazione nell'ambito dei processi di marketing.

I contenuti del corso trovano giustificazione nella crescente necessità di applicare modelli stocastici di valutazione e decisione anche nell'ambito dei processi di marketing. Lo studente sarà messo in grado di comprendere gli elementi essenziali di tali modelli e di applicarli almeno in situazioni non complesse.

Testi di riferimento

Materiale curato dalla docente, reperibile sul sito del corso e in Sala Fotocopie.

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/olivieri>

VALUTAZIONE PROGETTI E POLITICHE PUBBLICHE

Docente: prof. Luciano MESSORI

SSD: SECS-P/02; CFU: 5

Corsi di studio: SVIL (obbligatorio); a scelta per: ADA, EGES, LAMIB, FRIM, TRADE

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso è incentrato sull'analisi costi-benefici e sull'analisi input-output. Al termine del corso lo studente sarà in grado di valutare semplici progetti utilizzando queste tecniche.

Testi di riferimento

Campbell H.F e Brown R.P.C., *Benefit-Cost Analysis*. Financial and economic appraisal using Spreadsheets,. Cambridge University Press, 2003

Materiale fornito dal docente

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/messori>

WEB MARKETING

Docente: prof. Silvia BELLINI

SSD: SECS-P/08; CFU: 5

Corsi di studio: TRADE - curriculum MIDA (obbligatorio); a scelta per: ADA, EGES, LAMIB, FRIM, TRADE – curriculum Trade Marketing, SVIL

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso si pone l'obiettivo di approfondire l'evoluzione delle politiche e delle strategie di marketing nell'ambito dell'economia digitale. In particolare, l'attenzione verrà dedicata alle opportunità derivanti dall'integrazione tra le leve di marketing on line e off line, sia sul piano dei canali distributivi - attraverso le applicazioni di e-commerce -, sia sul piano dei canali di comunicazione e gestione della relazione con il cliente - attraverso l'esplorazione dei nuovi media digitali e degli strumenti del web 2.0.

Al termine del corso, gli studenti acquisiranno una conoscenza approfondita delle modalità attraverso cui la rete si inserisce nelle attività di marketing di un'impresa moderna e saranno in grado di sviluppare un piano di marketing utilizzando la varietà di strumenti che la rete mette a disposizione.

Testi di riferimento

- Boaretto A., Noci G., Maria Pini F., (2007), Marketing reloaded. Leve e strumenti per la co-creazione di esperienze multicanale, Il Sole 24ORE
- Cova B., Giordano A., Pallera M. (2008), Marketing non-convenzionale. Viral, guerrilla, tribal e i 10 principi fondamentali del marketing postmoderno, Il Sole 24ORE
- Prandelli E. e Verona G., (2006), Marketing in Rete. Oltre Internet, verso il nuovo Marketing, McGraw-Hill
- Vescovi T. (2007), Il Marketing e la Rete. La gestione integrata del Web nel business, Il Sole 24ORE

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/bellini>