

INDICE

1. Alcune cose preliminari che devi sapere sulla “nuova Università”	
2. LA FACOLTA' DI ECONOMIA	
2.1 Dov'è	12
2.2 Come ci si iscrive	14
2.3 Come è organizzata	17
2.4 Cosa offre	19
2.4.1 La nuova offerta formativa	22
2.4.2 L'offerta formativa in progressiva disattivazione	25
2.4.3 Metti a fuoco il tuo percorso formativo	27
2.4.4 Opportunità formative collaterali	38
2.4.5 Come ti aiutiamo a laurearti	45
2.5 Indicazioni per l'uso	
2.5.1 Alcuni consigli	49
2.5.2 Opportunità e servizi	53
3. I PERCORSI FORMATIVI	
3.1 I corsi di laurea triennali	59
3.1.1 Il CLEA 3	61
3.1.2 Il CLEF 3	64
3.1.3 Il CLAM 3	67
3.1.4 Il PECOS	70
3.2 I corsi di laurea quadriennali	73
3.2.1 Il CLEC 4	74
3.2.2 Il CLEA 4	76
3.2.3 Il CLEF 4	77
3.2.4 Il CLAM 4	78

3.3	<i>Alcune regole che devi conoscere</i>	79
3.4	<i>Le corrispondenze tra corsi con denominazioni diverse</i>	88
3.5	<i>Il calendario delle lezioni</i>	90
3.6	<i>I Master Universitari di I° livello</i>	
3.6.1	<i>Commercializzazione e logistica dei prodotti agroalimentari</i>	91
3.6.2	<i>Sviluppo locale</i>	94
3.6.3	<i>Politiche del lavoro e delle risorse umane</i>	98
3.6.4	<i>Marketing management delle risorse Territoriali</i>	101
3.6.5	<i>Marketing dell'informazione</i>	104
3.6.6	<i>Corporate banking</i>	107
3.6.7	<i>Amministrazione aziendale per la libera professione</i>	110
3.6.8	<i>Gestione del risparmio e-Mgierre</i>	113
3.6.9	<i>Marketing management</i>	116
4.	L'ORGANICO DELLA FACOLTÀ	
4.1	<i>I professori ed i ricercatori</i>	120
4.2	<i>Il personale amministrativo, tecnico, ausiliario ed i collaboratori ed esperti linguistici</i>	123
5.	I PROGRAMMI DEI CORSI	

Analisi dei dati per il marketing	126
Analisi dei dati per le ricerche economiche	128
Analisi del comportamento del consumatore	130
Analisi e contabilità dei costi (corso base)	132
Analisi e contabilità dei costi (corso progredito)	134
Applicazioni di matematica per l'economia	136
Assicurazione e gestione dei rischi aziendali	137
Ciclo del progetto di cooperazione allo sviluppo	140
Commercio internazionale dei prodotti agro-alimentari CLAM	142
Contabilità e bilancio	144
Contabilità e bilancio 1	146
Contabilità e bilancio negli enti pubblici	148

Cooperazione allo sviluppo (mod. 1- 2 –3)	150
Corporate & investment banking	152
Cultura della globalizzazione	154
Diritto commerciale (A-K)	155
Diritto commerciale (L-Z)	157
Diritto del lavoro	159
Diritto del mercato finanziario	162
Diritto di famiglia comparato	164
Diritto fallimentare	166
Diritto internazionale dell'economia	168
Diritto pubblico	169
Diritto tributario	171
Econometria monetaria avanzata	172
Economia agraria	174
Economia agro-alimentare (Sistema e mercati)	176
Economia agro-alimentare (Le imprese)	178
Economia aziendale	180
Economia aziendale I (CLES)	182
Economia degli intermediari finanziari	184
Economia dei gruppi, delle concentrazioni e delle cooperazioni aziendali	186
Economia dei prodotti agro-alimentari tipici e tradizionali	188
Economia del Lavoro	191
Economia del mercato mobiliare (Scelte di investimento mobiliare)	193
Economia del mercato mobiliare (Scelte di portafoglio)	195
Economia del sistema finanziario	197
Economia dell'azione collettiva	199
Economia dell'informazione	201
Economia delle aziende di credito	202
Economia delle aziende di credito II (Rating interni e credit risk management)	204
Economia delle aziende cooperative e non profit	206
Economia delle aziende pubbliche	208
Economia delle imprese di servizi pubblici	210
Economia delle operazioni di gestione straordinaria	213
Economia e amministrazione aziendale	215
Economia e gestione delle imprese	217
Economia e gestione delle risorse territoriali	220
Economia e marketing dei servizi pubblici	222
Economia e marketing del turismo	223
Economia e politica dello sviluppo (introduzione)	224
Economia e politica dello sviluppo (approfondimento)	225
Economia e politica montana e forestale	226
Economia e sviluppo del territorio rurale	228

Economia e tecnica della pubblicità	230
Economia industriale	231
Economia industriale II	233
Economia internazionale	235
Economia internazionale – monetaria	237
Economia monetaria (istituzioni)	239
Economia monetaria (mercati)	242
Economia politica I	245
Economia politica II	247
Economia pubblica	249
Finanza aziendale	251
Geografia dei paesi in via di sviluppo	253
Informatica di base	254
Informatica per internet	256
Istituzioni di diritto privato	258
Istituzioni di economia	261
Istituzioni e dottrine Economiche aziendali comparate (Ragioneria internaz.)	265
Lingua Francese	267
Lingua Inglese - Progetto Telelingua	267
Lingua Spagnola	267
Lingua Tedesca	267
Marketing dei prodotti agro-alimentari	276
Marketing (Direct, Database e Internet marketing)	279
Marketing distributivo	282
Marketing dei beni artistici e culturali	284
Marketing internazionale	286
Marketing operativo	288
Marketing strategico	290
Marketing strategico (Strategie di sviluppo dei nuovi prodotti)	293
Marketing territoriale degli insediamenti produttivi	296
Matematica finanziaria I	300
Matematica generale	302
Matematica per l'economia	304
Metodi e modelli matematici per i mercati finanziari	305
Metodi e modelli per la logistica	307
Metodi e modelli per le scelte economiche	309
Metodologia delle scienze sociali (Argomentazione e scrittura)	311
Metodologie e determinazioni quantitative di azienda	314
Organizzazione aziendale	316
Organizzazione e pianificazione del territorio	318
Origine e sviluppo della comunicazione per i mercati	320
Pianificazione finanziaria	321

Politica economica	322
Programmazione e controllo (corso base)	323
Programmazione e controllo (corso progredito)	325
Rapporti verticali di filiera	327
Relazioni industriali	329
Revisione aziendale (corso base)	330
Revisione aziendale (corso progredito)	332
Scienza delle finanze – Settore pubblico e mercati	334
Scienza delle finanze - Effetti economici delle politiche pubbliche	336
Sociologia dei paesi in via di sviluppo	338
Sociologia del lavoro e delle risorse umane	339
Sociologia dell'organizzazione (Istituzioni di sociologia dell'organizzazione)	341
Sociologia dell'organizzazione (Lavoro e politiche del lavoro)	343
Statistica – Analisi dei dati	345
Statistica dei mercati monetari e finanziari (Modelli e previsioni)	348
Statistica dei mercati monetari e finanziari (Serie storiche)	350
Statistica economica	352
Statistica I	353
Storia dell'impresa	356
Storia della moneta e della banca	358
Storia dello sviluppo locale	359
Storia econ. Paese in via di sviluppo (modulo 1 – parte istituzionale)	360
Storia econ. Paese in via di sviluppo (modulo 2 – parte monografica)	360
Storia economica	362
Strategie di impresa	
Strumenti di programmazione nel sistema agro-alimentare (CLEA)	364
Strumenti finanziari	367
Tecnologia dei cicli produttivi	369
Temi speciali di bilancio	371
Teoria matematica del portafoglio finanziario	373

1. ALCUNE COSE CHE DEVI SAPERE SULLA “NUOVA UNIVERSITA’ ”

L’Università italiana sta attuando una riforma della propria struttura per renderla più “europea”. L’obiettivo è rendere omogenei i percorsi formativi dei diversi paesi proponendo titoli che consentano la libera circolazione delle professionalità all’interno dell’Unione Europea.

A questo scopo, vengono offerti percorsi di studio più brevi (3 anni per la laurea) e sistemi di controllo dei carichi di lavoro che consentano agli studenti ed alle studentesse di arrivare sul mercato del lavoro a 22 anni anziché a 28 come accade ora mediamente.

Come potrai verificare, la Facoltà di Economia dell’Università di Parma ha riorganizzato la propria offerta con l’obiettivo di formare, in tempi più brevi, professionalità mirate su specifiche esigenze del mondo del lavoro e si è strutturata con sistemi che consentono agli studenti ed alle studentesse di gestire con maggiore efficienza e produttività il loro tempo di studio.

Prima di leggere la “guida alla Facoltà”, è opportuno che tu conosca alcuni concetti-chiave della riforma universitaria.

Le classi di laurea. La laurea si consegue in tre anni attraverso percorsi formativi, in parte, pre-fissati a livello nazionale ed, in parte, stabiliti discrezionalmente dalla Facoltà. A livello nazionale sono stabilite 42 classi di laurea che identificano i saperi minimi e comuni delle lauree rilasciate dalle università italiane. All’interno delle classi, sono previsti ambiti di scelta definiti che consentono alle Facoltà di caratterizzare le lauree proposte focalizzandole su specifiche professionalità. La laurea triennale permette di lavorare già a 22 anni avendo acquisito un’adeguata padronanza di metodi e di contenuti. Come potrai verificare, la nostra Facoltà propone agli studenti cui si rivolge la presente guida tre corsi di laurea differenziati all’interno della classe 17 ed un corso di laurea all’interno della classe 35 (oltre ai corsi di laurea quadriennali in progressiva disattivazione).

Le lauree specialistiche. Dopo la laurea, se lo vorrai, potrai accedere alla laurea specialistica che dura due anni e ti consentirà di approfondire le conoscenze maturate con la laurea. Anche in questo caso, sono previste a livello nazionale numerose classi di laurea (sono 142) finalizzate alla preparazione per specifiche professioni. Se vorrai impegnarti per altri due anni, avrai tutto il tempo per conoscere quali opportunità ti offrirà la nostra Facoltà a partire dal prossimo anno accademico.

I Master di primo livello. Sempre dopo la laurea (eventualmente anche dopo diversi anni quando già avrai un lavoro), potrai accedere ad un percorso più breve rispetto alla laurea specialistica (1 solo anno) ad elevato contenuto professionalizzante. La Facoltà ha istituito nove Master di primo livello che saranno in gran parte attivi già nel corrente anno accademico. E' quasi sempre previsto che gli studi effettuati nel Master possano esserti accreditati per conseguire, successivamente, in un solo anno, la laurea specialistica.

I Dottorati di ricerca. Dopo la laurea specialistica, se vorrai approfondire le tue attitudini alla ricerca scientifica ed acquisire elevate competenze da spendere in centri di ricerca, in Università o nelle imprese, potrai accedere (mediante concorso) ai corsi di dottorato.

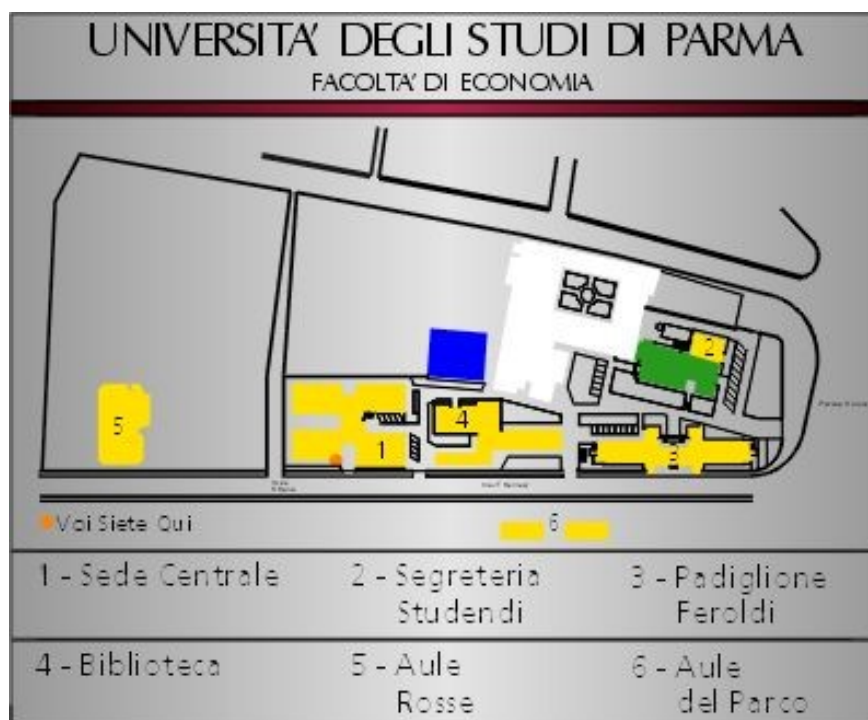
I crediti formativi universitari (CFU). La riforma prevede che i carichi di lavoro degli studenti e delle studentesse devono essere preventivamente definiti; e prevede, anche, che le conoscenze già maturate possano essere valorizzate nella sequenza dei percorsi formativi. Lo strumento per raggiungere questi risultati è costituito dal sistema dei crediti formativi. E' stato calcolato che uno studente, ogni anno, può dedicare 1.500 ore del proprio tempo allo studio (studio individuale, lezioni, laboratori, stages, preparazione delle prove finali). Queste 1.500 ore vengono convenzionalmente tradotte in un'unità di misura comune (1 credito), corrispondente a 25 ore di lavoro. I CFU consentono di misurare l'impegno richiesto per raggiungere un traguardo formativo ed impongono alle Facoltà di distribuire tale impegno complessivo sui diversi corsi che gli studenti dovranno seguire (ad esami più impegnativi corrispondono crediti più

elevati). La laurea si consegue con 180 crediti. La laurea specialistica prevede 300 crediti che si riducono a 120 se lo studente ottiene il riconoscimento dei 180 già maturati (dipende dagli studi che ha compiuto e da quelli che intende fare nel biennio specialistico). I Master consentono di maturare 60 crediti.

I crediti misurano quindi, preventivamente, il carico di lavoro da sostenere e, a traguardo raggiunto attraverso il superamento delle prove d'esame, attestano le conoscenze acquisite in un determinato settore disciplinare. Altra cosa è il profitto con il quale i crediti maturano. Il profitto è misurato dai voti che, nei singoli esami, si esprimono in trentesimi (da 18 a 30) e, nella prova finale, si esprimono in centodecimi (da 60 a 110).

2. LA FACOLTA' DI ECONOMIA

2.1 DOV'E'



La Facoltà di Economia ha sede in Via Kennedy 6 ove è localizzata in sei edifici: la sede centrale; la palazzina intitolata al “Prof. Franco Feroldi,”; la nuova sede della Biblioteca in corso di ristrutturazione; la Segreteria Studenti; a breve distanza sono inoltre collocate i plessi didattici delle “aule rosse” e delle “aule del parco”. I docenti della Facoltà sono organizzati in due Dipartimenti (Dipartimento di Economia e Dipartimento di Studi Economici e Quantitativi).

Nella sede centrale sono localizzati la Presidenza, la Direzione

e gli uffici del Dipartimento di Economia, il Laboratorio di Informatica Didattica, sei aule di diversa capienza per lezioni frontali, un'aula multimediale, il bar e alcuni locali a disposizione degli studenti e delle studentesse.

Nella Palazzina "Feroldi" sono situati la direzione e gli uffici del Dipartimento di Studi Economici e Quantitativi ed alcune piccole aule, di cui due destinate all'attività del Laboratorio Linguistico.

Nel periodo delle iscrizioni, alcuni docenti della Facoltà prestano un **servizio di accoglienza e di informazione** presso la Segreteria Studenti.

Presso il Dipartimento di Economia è attivato un **servizio di "Front Office"** (tel. 0521032510 – 0521032436) che fornisce agli studenti ogni informazione utile per quanto riguarda l'attività didattica dei docenti che afferiscono al Dipartimento stesso (orari di ricevimento, materiale didattico, programmi dei corsi e testi, ecc.).

Informazioni analitiche sulla Facoltà di Economia sono reperibili nel sito web dell'Università degli Studi di Parma all'indirizzo: **www.unipr.it/facolta/economia**

In alcuni degli edifici sono attivati servizi di portineria che rispondono ai seguenti numeri:

Portineria della sede centrale	Tel.0521032412
Portineria della palazzina "Feroldi"	Tel.0521032405
Portineria delle "aule rosse"	Tel.0521285186
Portineria delle "aule del parco"	Tel.0521982712

Nell'atrio della sede principale è in funzione un monitor che indica le attività didattiche di ogni giornata (lezioni, appelli di esame, ecc.).

2.2 COME CI SI ISCRIVE

LA SEGRETERIA STUDENTI È IN VIA D'AZEGLIO, 85

TEL. 0521 032377/378/379/209/214/516

FAX 0521 032227

E-MAIL: SEGRSTEC@UNIPR.IT

Gli uffici della Segreteria Studenti sono aperti al pubblico nei seguenti orari:

Lunedì - Mercoledì - Venerdì	9.00 - 12.00
Martedì	9.00 - 12.00 / 15.00 - 16.00
Giovedì	9.00 - 17.00

Iscrizione agli ANNI SUCCESSIVI AL PRIMO

Per l'iscrizione agli anni 2°, 3°, 4° e fuori corso, gli studenti e le studentesse riceveranno presso la propria residenza, tramite posta, il modulo di pagamento della prima rata delle tasse e contributi (€428,66) già gravata di € 20,66 di imposta di bollo assolta in modo virtuale per domanda di iscrizione e d'esame.

Il versamento si potrà effettuare presso qualsiasi azienda di credito sul territorio nazionale e la ricevuta delle tasse non dovrà essere più consegnata in Segreteria Studenti, ma conservata dalla studentessa e dallo studente in quanto sarà l'unico documento comprovante l'iscrizione. Con il pagamento della prima rata lo studente o la studentessa sono automaticamente iscritti all'anno accademico 2002/2003 ed agli esami del Corso di laurea prescelto.

I termini per il versamento/iscrizione sono i seguenti:

- iscrizione al 2°, 3° e 4° anno: dal 1 agosto al 30 settembre 2002;
- iscrizione al fuori corso: dal 1 agosto al 5 novembre 2002.

Lo studente e la studentessa sono tenuti a comunicare tempestivamente alla Segreteria Studenti qualsiasi variazione riguardante la residenza, il domicilio per recapito postale o la condizione di lavoratore.

Tasse universitarie ed esoneri

Gli studenti e le studentesse che non intendono assoggettarsi alla maggiorazione delle tasse di € 206,58 sulla seconda rata, devono presentare, su apposito modulo scaricabile dal sito www.unipr.it o da ritirare presso la Segreteria studenti, l'autocertificazione della condizione economica, entro il 30.11.2002. Le studentesse e gli studenti verranno informati direttamente presso il recapito comunicato, dell'importo della seconda rata delle tasse universitarie. Tale importo dovrà essere versato presso qualsiasi sportello bancario sul territorio nazionale, entro il 30.04.2003. L'Amministrazione Universitaria non risponde di eventuali disguidi postali.

Chi intende presentare domanda per fruire di borsa di studio, esonero dalle tasse ed altri benefici, dovrà attenersi alle modalità del relativo bando a disposizione presso lo Spazio Ricevimento Domande – ADSU – Vicolo Grossardi, 4 – PARMA - Tel. 05212139
La modulistica è disponibile all'indirizzo Internet:
www.unipr.it/servstud.html

Passaggi di Corso di Laurea e trasferimenti da/ad altre Università

Dal 1 agosto al 31 dicembre 2002 è possibile richiedere:

- a) il passaggio da un'altra Facoltà dell'Università di Parma ad un Corso di Laurea della Facoltà di Economia;
- b) il passaggio da Corso di Laurea quadriennale della Facoltà di Economia ad altro Corso quadriennale della stessa Facoltà;
- c) il trasferimento alla Facoltà di Economia da altri Atenei. La richiesta di trasferimento deve essere inoltrata alla sede universitaria di provenienza in tempo utile.

Dal 1 agosto al 29 novembre 2002 è possibile esercitare l'opzione di scorrimento (a costo zero) dai Corsi di Laurea quadriennali ai Corsi di Laurea triennali. Specifiche norme disciplinano il riaccredito delle carriere degli studenti e delle studentesse che intendono passare dai precedenti corsi di laurea quadriennale e corsi di diploma triennale ai nuovi corsi di laurea triennali istituiti secondo la riforma. Nel sito web della Facoltà è disponibile un software che consente di verificare i crediti maturati e gli eventuali debiti formativi.

Chi desidera trasferirsi dall'Università di Parma ad altro Ateneo deve opportunamente informarsi presso la Sede prescelta circa le differenti scadenze e modalità.

2.3 COME E' ORGANIZZATA

Le attività della Facoltà sono dirette da un Consiglio di Facoltà, presieduto dal Preside che è coadiuvato da un Consiglio di Presidenza. Le specifiche attività dei Corsi di Laurea sono coordinate dai rispettivi Consigli di Corso di Laurea.

Gli studenti e le studentesse della Facoltà eleggono i propri rappresentanti all'interno dei diversi organi collegiali.

Preside di Facoltà - Prof. Alberto Guenzi

Preside Vicario – Prof. Luciano Munari

Presidente eletto del Consiglio dei Corsi di Laurea della Classe 17 – Prof. Giampiero Lugli

Presidente eletto del Consiglio del Corso di Laurea della Classe 35 – Prof. Gilberto Seravalli

Presidente eletto del Consiglio di Corso di Laurea in Economia e Commercio – Prof. Sergio Zani

Referente del Corso di Laurea in Economia aziendale - Prof. Antonello Zangrandi

Referente del Corso di Laurea in Economia e finanza - Prof. Luciano Munari

Referente del Corso di Laurea in Marketing - Prof. Daniele Fornari

Referente del Corso di Laurea in Economia dello Sviluppo e della Cooperazione internazionale - Prof. Gilberto Seravalli.

Il personale dell'Ufficio di Presidenza è costituito da:

Segretario di Presidenza: Sig.a Milena Gherri - tel.0521032453

Segreteria di Presidenza: tel. 0521032455 - fax 0521032400 - E-mail: presecon@unipr.it

Sig.a Tiziana Incerti Valli - Sig.a Barbara Violi - Sig.a Giuseppina Troiano - Sig.a Rosa Varricchio – Sig.a Federica Bottazzi.

Le elezioni universitarie studentesche del marzo 2001 hanno determinato la seguente composizione della rappresentanza degli studenti e delle studentesse nel Consiglio di Facoltà di Economia:

Lista Azione Universitaria (ora in Unicentro)
Tiziano Pasqualin – tel. 348.7455824 – pasqualin@tin.it

Lista progetto studenti (Universitari Progressisti)
Daniele Mandurino – tel. 0521.508886 – mandurino@yahoo.it

Lista Student Office
Elisabetta Cantarelli – tel. 333.4798349
Sara Corradi – tel. 339.2654692 – saraciacia@libero.it
Alessandra Paloschi – tel. 338.3619743 – ale.palo@libero.it

Gli studenti e le studentesse sono invitati a mettersi in contatto con i loro rappresentanti per chiedere informazioni sulle attività svolte e sulle deliberazioni dei Consigli di Facoltà e di Corso di Laurea, nonché per dare suggerimenti in merito ai vari problemi percepiti.

2.4 COSA OFFRE

LA NOSTRA MISSIONE

La nostra missione è quella di fornire strumenti per la comprensione del sistema economico e metodologie per intervenire da protagonisti nella gestione delle aziende.

COME REALIZZARLA

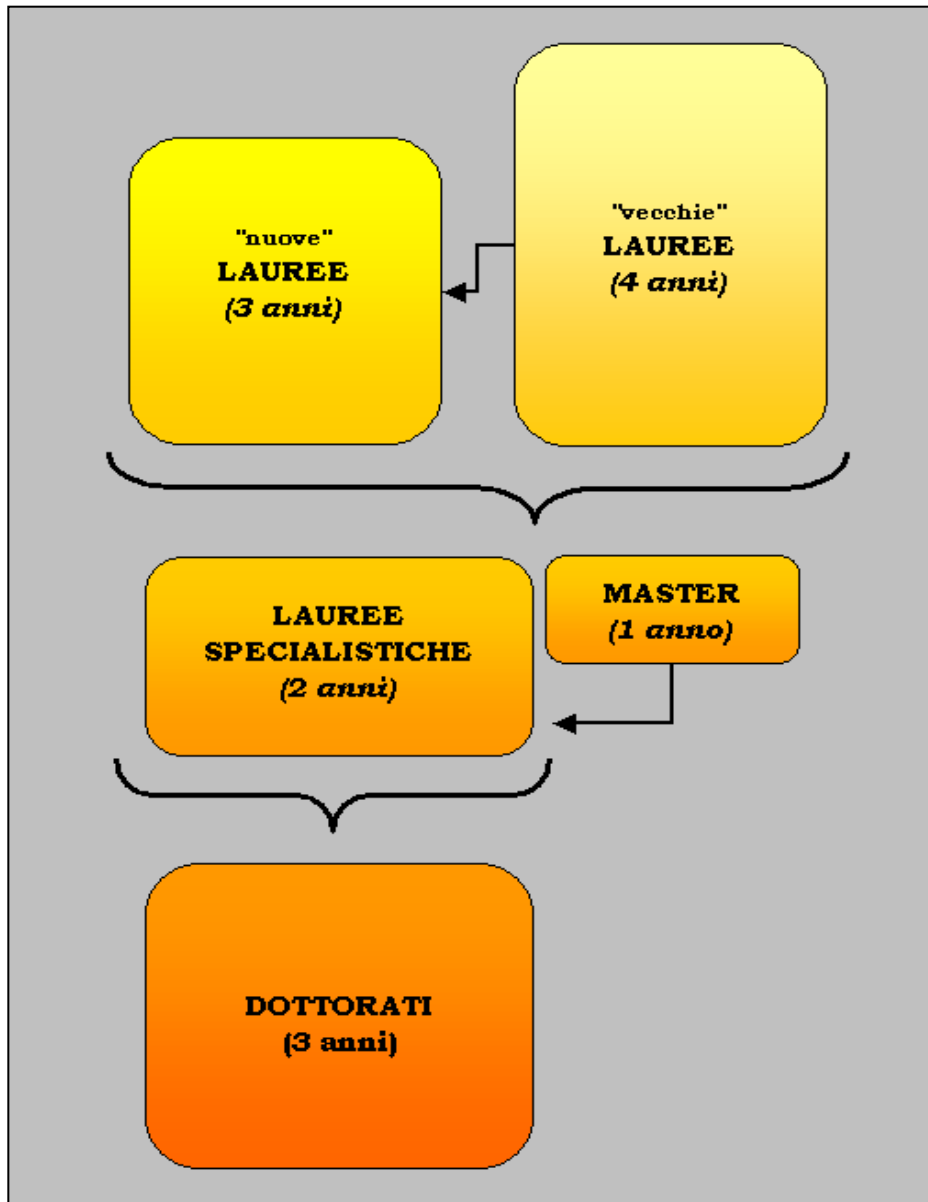
Per ottenere questo risultato occorre impadronirsi dei linguaggi che interpretano e spiegano l'economia e la gestione aziendale. Questi linguaggi appartengono a quattro ambiti disciplinari (materie economiche, economico-aziendali, giuridiche e quantitative).

Il processo di formazione deve avvenire nei tempi stabiliti dalla durata del percorso di studi poiché solo in questo modo si avrà la possibilità di intraprendere ulteriori percorsi formativi (oppure entrare nel mondo del lavoro) senza perdita di tempo.

Per questo la Facoltà ha riorganizzato la propria attività in funzione delle esigenze degli studenti. In particolare si adotta un modello che incentiva la frequenza alle lezioni, moltiplica le opportunità di verificare la propria preparazione, commisura i carichi di lavoro alla necessità di superare gli esami secondo le scadenze previste e allo stesso tempo di acquisire una preparazione rigorosa e solida. Le soluzioni proposte hanno radicalmente mutato le modalità di insegnamento e conseguentemente le modalità di apprendimento. In particolare si richiede una particolare attenzione nell'organizzare e dividere il tempo in funzione di una gamma di esperienze di apprendimento (la frequenza delle lezioni, la ripresa dei contenuti, la verifica in itinere della preparazione, la preparazione all'esame, l'uso dei laboratori, l'accesso alle risorse di saperi attraverso la biblioteca e l'aula multimediale). Ognuna di queste attività presenta poi una

struttura organizzativa definita che ne regola il corretto funzionamento.

**L'OFFERTA FORMATIVA DELLA FACOLTA' DI
ECONOMIA**



Insomma la comunità dei docenti ha saputo riprogettare le proprie attività per offrire agli studenti non solo contenuti aggiornati e innovativi ma anche modalità di trasmissione degli stessi coerenti con gli obiettivi della Riforma in corso di attuazione.

2.4.1 LA NUOVA OFFERTA FORMATIVA

Le aree nelle quali un laureato di economia può esercitare la sua professione sono l'amministrazione e controllo di gestione delle aziende, il marketing, la finanza, la libera professione, la ricerca economica e la partecipazione agli organismi di governo e privati per lo sviluppo della società.

Per consentirti di sviluppare competenze e capacità di lavoro in queste aree ti proponiamo quattro **lauree triennali**:

- **Economia Aziendale (CLEA)**
- **Economia e Finanza (CLEF)**
- **Marketing (CLAM)**
- **Economia dello Sviluppo e della Cooperazione Internazionale (CLES)** (per chi si iscrive al primo anno) o l'equivalente **Politica ed Economia per la Cooperazione allo Sviluppo (PECOS)** (per chi si iscrive al secondo anno).

A conclusione di ciascuno di questi percorsi formativi dovresti aver acquisito i modelli concettuali per interpretare i fenomeni economici e aziendali e le capacità di soluzione di problemi nell'area professionale che avrai scelto.

Per completare la tua formazione, al termine del triennio, potrai scegliere se proseguire con la frequenza di un Master, della durata di un anno, o di una laurea specialistica, della durata di due anni, tenendo presente che le materie studiate durante il Master ti verranno interamente riconosciute per il conseguimento di una laurea specialistica, attraverso il meccanismo dei crediti formativi

I **Master** che attualmente la Facoltà propone sono i seguenti:

- **Master in Marketing Management** (in collaborazione con “il Sole 24 Ore”)
- **Master in Marketing Management delle Risorse Territoriali;**
- **Master in Marketing dell’Informazione;**
- **Master in Commercializzazione e Logistica dei Prodotti Agroalimentari;**
- **Master in Politiche del Lavoro e Risorse Umane;**
- **Master in Sviluppo Locale;**
- **Master on line in Gestione del Risparmio (e-Mgierre);**
- **Master in Corporate Banking;**
- **Master in Amministrazione Aziendale per la Libera Professione**

Al termine di ogni Master dovresti avere acquisito la capacità di operare con alta professionalità nel settore di attività prescelto.

Le **lauree specialistiche** attualmente istituite dalla Facoltà, con attivazione programmata a partire dall’anno accademico 2003/2004, sono:

- **Amministrazione e direzione aziendale**
- **Economia e gestione delle imprese agroalimentari**
- **Economia e marketing dell’informazione**
- **Finanza e corporate banking**
- **Marketing territoriale e sviluppo locale**

Si sottolinea che gli studenti e studentesse che abbiano conseguito una delle lauree triennali o quadriennali della Facoltà avranno la possibilità, a partire dall’anno accademico 2003/2004, di iscriversi, a propria scelta, ad una delle suddette lauree specialistiche. Alcune sequenze di laurea e laurea specialistica si pongono in successione naturale (per omogeneità di temi) e non comporteranno carenze di crediti formativi al momento dell’ingresso nella laurea specialistica. Altre sequenze invece, potranno comportare deficit

formativi che dovranno essere coperti nel periodo di studio della laurea specialistica; tali deficit saranno in ogni caso molto contenuti: indicativamente, si può fin d'ora considerare che saranno inferiori ai 18 crediti.

In attesa dell'attivazione, gli studenti interessati a conseguire una laurea specialistica, possono fin dal corrente anno accademico iscriversi ad un Master corrispondente. In questo modo, matureranno, in tutto o in parte a seconda dei casi, i crediti equivalenti ad un anno della laurea specialistica e potranno successivamente conseguire quest'ultima in un solo anno.

Al termine di ogni laurea specialistica dovresti aver acquisito gli approfondimenti teorici necessari per comprendere la natura degli attuali modelli interpretativi della realtà e per essere attore di cambiamento anziché interprete passivo.

Se poi, al termine della laurea specialistica vorrai continuare a studiare per migliorare le tue capacità di ricerca, la Facoltà ti mette a disposizione la possibilità di frequentare i seguenti Corsi di Dottorato triennali, a numero chiuso e con ammissione tramite concorso:

- **Impresa e Mercato**
- **Economia delle Aziende e Amministrazioni Pubbliche**
- **Determinazione Comunicazione del Valore nelle Aziende**
- **Economia Politica**
- **Storia Economica e Sociale**
- **Sociologia Economica**
- **Mercati e Intermediari Finanziari**
- **Diritto Sindacale e del Lavoro**
- **Economia Montana e Forestale**
- **Politica Agraria**
- **Economia dei Trasporti**

Al termine dei corsi di dottorato dovresti avere sviluppato capacità di ricerca e di elaborazione concettuale che ti serviranno per intraprendere una carriera scientifica nelle Università o nei centri di ricerca di imprese industriali e commerciali, intermediari finanziari, enti pubblici, associazioni di categoria, società di consulenza.

2.4.2 L'OFFERTA FORMATIVA IN PROGRESSIVA DISATTIVAZIONE

Gli studenti e le studentesse iscritti ad uno dei corsi di laurea in via di progressiva disattivazione

- mantengono la possibilità di completare il percorso a suo tempo intrapreso, con i precedenti piani didattici e, successivamente, potranno iscriversi ai Master o ai Corsi di Laurea Specialistica facendo valere i crediti in eccesso rispetto a quelli forniti dalla laurea triennale;
- hanno la possibilità di trasferirsi, immediatamente o successivamente, ai nuovi corsi di laurea triennali.

Ciò premesso, gli studenti del terzo anno e seguenti devono essere consapevoli che i “vecchi” Corsi di Laurea cui sono iscritti rispondevano ad obiettivi formativi diversi da quelli ora considerati dalla Facoltà, in ossequio alla riforma, nel quadro della nuova struttura del “3+2”. **Si suggerisce pertanto alle studentesse ed agli studenti del terzo anno e successivi di verificare attentamente se i loro obiettivi sono meglio raggiungibili con il passaggio alla nuova disciplina.** Lo studente e la studentessa che si trovano nel percorso tradizionale di quattro anni devono scegliere, in sostanza, se essere tra gli ultimi a laurearsi con i vecchi schemi o essere tra i primi laureati triennali.

In linea generale, si ritiene di consigliare il passaggio alle nuove lauree in ragione del lavoro di affinamento dei percorsi didattici che è stato messo a punto dalla Facoltà e per la maggiore focalizzazione in relazione alle esigenze del mercato del lavoro. E' opportuno ribadire, a questo proposito, che

- specifiche norme disciplinano il riaccredito delle carriere degli studenti e delle studentesse che intendono passare dai

precedenti corsi di laurea quadriennale (e corso di diploma) ai nuovi corsi di laurea triennali istituiti secondo la riforma. Nel sito web della Facoltà è disponibile un software che consente di verificare i crediti maturati e gli eventuali debiti formativi;

- i crediti maturati con la laurea quadriennale, in eccesso rispetto a quelli assicurati dalla laurea triennale, non andranno perduti e potranno essere ampiamente valorizzati in eventuali percorsi formativi successivi (laurea specialistica o master).

2.4.3 METTI A FUOCO IL TUO PERCORSO FORMATIVO

Le tabelle seguenti forniscono un quadro sintetico dei possibili posizionamenti degli studenti nell'ambito dell'offerta formativa della Facoltà.

La **prima tabella** illustra le attuali possibilità di percorso a disposizione delle studentesse e degli studenti a seconda dell'anno di immatricolazione.

La **seconda tabella** chiarisce quale sia l'offerta didattica della Facoltà nel contesto di transizione dell'anno accademico 2002-2003.

La **terza tabella** propone l'elenco in ordine alfabetico dei corsi attivati nell'anno accademico 2002 – 2003.

La **quarta tabella** prospetta i percorsi didattici proiettandoli sui successivi anni accademici.

L'analisi delle varie opzioni consente di suggerire alcune linee generali di comportamento:

- chi si iscrive al secondo anno continua il percorso iniziato nel nuovo ordinamento;
- chi si iscrive al terzo anno può proseguire il percorso quadriennale oppure può rientrare, se lo desidera, nel nuovo ordinamento praticamente “a costo zero”;
- chi si iscrive al quarto anno ed è in ritardo con gli esami può probabilmente rientrare nel nuovo ordinamento “a costo zero” e avvicinare il primo traguardo dei propri studi;
- chi si iscrive al quarto anno ed è in pari con gli esami completa il percorso quadriennale e, se interessato, può

contare sul riaccredito, nel prossimo anno accademico, del primo anno della laurea specialistica passando direttamente al secondo anno (riuscirà a completare in cinque anni lo schema 4+1);

- chi è fuori corso può avere convenienza al passaggio al percorso triennale per avvicinare il traguardo o per verificare se lo ha già quasi raggiunto.

Tab. 1 PIANO DEI PERCORSI

Permette di comprendere quali sono i percorsi di laurea a disposizione degli studenti iscritti agli anni successivi al primo

Per gli studenti del	Tipo di percorso	Corsi di laurea
2° ANNO (Immatricolati a.a. 2001-2002)	LAUREA TRIENNALE	CLEA 3
		CLEF 3
		CLAM 3
		PECOS 3
3° ANNO (Immatricolati a.a. 2000-2001)	LAUREA TRIENNALE Passaggio consigliato	CLEA 3
		CLEF 3
		CLAM 3
	LAUREA QUADRIENNALE	CLEA 4
		CLEF 4
		CLAM 4 CLEC 4
4° ANNO (Immatricolati a.a. 1999-2000)	LAUREA QUADRIENNALE (Il 4° anno della laurea quadriennale è in gran parte utile per il conseguimento dei crediti relativi al primo anno della laurea specialistica – alle condizioni che verranno stabilite)	CLEA 4
		CLEF 4
		CLAM 4
		CLEC 4

Tab. 2 PIANO DELL'OFFERTA DIDATTICA A.A. 2002-2003
 Permette di comprendere quali sono i corsi attivati in ogni corso di laurea

Per gli Studenti	Percorso Corsi di laurea	Corsi attivati
ISCRITTI AL 1° ANNO DI CORSO	CLEA 3 CLEF 3 CLAM 3	Contabilità e bilancio 1 (30 ore) Economia e amministrazione aziendale (30 ore) Economia politica I (60 ore) Istituzioni di diritto privato (30 ore) Matematica generale (30 ore) Statistica – Analisi dei dati (30 ore) Storia economica (60 ore) Strumenti finanziari (30 ore) Idoneità linguistiche
	CLES 3	Applicazioni di matematica per l'economia (30 ore) Cooperazione allo sviluppo (70 ore) Diritto pubblico (60 ore) Economia aziendale I (CLES) (30 ore) Economia dell'azione collettiva (30 ore) Istituzioni di economia (60 ore) Storia economica dei Paesi in via di sviluppo (60 ore) Idoneità linguistiche Informatica di base (idoneità)

Per gli studenti	Percorso Corsi di laurea	Corsi attivati
ISCRITTI AL 2° ANNO DI CORSO	CLEA 3 CLAM 3 CLEF 3	Contabilità e bilancio (60 ore) Diritto commerciale (60 ore) Economia e gestione delle imprese (60 ore) Economia politica II (60 ore) Finanza aziendale (30 ore) Matematica finanziaria I (30 ore) Statistica I (60 ore) Informatica di base (idoneità)
	PECOS 3	Ciclo del progetto di cooperazione allo sviluppo (30 ore) Cultura della globalizzazione (30 ore) Diritto di famiglia comparato (30 ore) Diritto internazionale dell'economia (30 ore) Economia intermediari finanziari (30 ore) Economia internazionale (30 ore) Geografia dei paesi in via di sviluppo (1 parte) (30 ore) Sociologia dei paesi in via di sviluppo (60 ore) Statistica economica (60 ore)

Per gli Studenti	Percorso Corso di laurea	Insegnamenti attivati
<p>ISCRITTI AL 3° ANNO DI CORSO</p> <p>Sono previste apposite norme per il riconoscimento dei crediti relativi alle lauree triennali</p>	<p>CLEA 3</p>	<p>Economia aziendale (60 ore) Economia delle aziende pubbliche (30 ore) Economia industriale (60 ore) Metodologie e determinazioni quantitative di azienda (30 ore) Programmazione e controllo (corso base) (30 ore) Scienza delle finanze – Settore pubblico e mercati (30 ore) Analisi del comportamento del consumatore (30 ore)</p>
	<p>CLEF 3</p>	<p>Economia del mercato mobiliare (Scelte di investimento mobiliare) (30 ore) Economia del sistema finanziario (30 ore) Economia delle aziende di credito (30 ore) Economia e politica dello sviluppo (introduzione) (30 ore) Economia internazionale – monetaria (30 ore) Economia monetaria (Istituzioni) (30 ore) Pianificazione finanziaria (30 ore) Scienza delle finanze (Effetti economici delle politiche pubbliche) (30 ore) Statistica dei mercati monetari e finanziari (Serie storiche) (30 ore)</p>
	<p>CLAM 3</p>	<p>Analisi dei dati per il marketing (30 ore) Economia agro-alimentare (Sistema e mercati) (30 ore) Marketing distributivo (60 ore) Marketing internazionale (60 ore) Marketing operativo (60 ore) Marketing strategico (30 ore)</p>

Per gli Studenti	Percorso Corso di laurea	Insegnamenti attivati
ISCRITTI AL 3° ANNO DI CORSO	CLEA 4	Contabilità e bilancio negli enti pubblici (30 ore) Diritto commerciale (60 ore) Economia agro-alimentare (Sistema e mercati) (30 ore) Economia agro-alimentare (Le imprese) (30 ore) Economia aziendale (corso progredito) (60 ore) Economia delle aziende pubbliche (30 ore) Economia industriale (60 ore) Economia del sistema finanziario (30 ore) Pianificazione finanziaria (30 ore) Informatica di base (idoneità)
	CLEC 4	Analisi dei dati per il marketing (30 ore) Analisi dei dati per le ricerche economiche (30 ore) Diritto commerciale (60 ore) Economia aziendale (corso progredito) (60 ore) Istituzioni di diritto pubblico (60 ore) Politica economica (60 ore) Analisi del comportamento del consumatore (30 ore) Rapporti verticali di filiera (30 ore) Informatica di base (idoneità)
	CLEF 4	Diritto commerciale (60 ore) Economia del mercato mobiliare (Scelte di investimento mobiliare) (30 ore) Economia delle aziende di credito (30 ore) Economia e politica dello sviluppo (introduzione) (30 ore) Economia e politica dello sviluppo (approfondimento) (30 ore) Economia internazionale – monetaria (30 ore) Economia monetaria (istituzioni) (30 ore) Economia monetaria (mercati) (30 ore) Economia del sistema finanziario (30 ore) Pianificazione finanziaria (30 ore) Scienza delle finanze (Effetti economici delle politiche pubbliche) (30 ore) Scienza delle finanze (Settore pubblico e mercati) (30 ore) Statistica dei mercati monetari e finanziari (Serie storiche) (30 ore) Informatica di base (idoneità)

	<p>Analisi dei dati per il marketing (30 ore) Diritto commerciale Economia agro-alimentare (Sistema e mercati) (30 ore) Economia agro-alimentare (Le imprese) (30 ore) CLAM 4 Marketing distributivo Marketing internazionale Marketing operativo Marketing strategico (30 ore) Informatica di base (idoneità)</p>
<p>ISCRITTI AL 4° ANNO DI CORSO</p> <p>Sono previste apposite norme per il riconoscimento dei crediti relativi alle lauree triennali</p>	<p>CLEA 4 Diritto del lavoro Marketing operativo - 5 annualità libere a scelta tra tutti gli insegnamenti attivati in Facoltà</p>
	<p>CLEC 4 Diritto del lavoro Scienza delle finanze (Effetti economici delle politiche pubbliche (30 ore) Scienza delle finanze (settore pubblico e mercati (30 ore) - 5 annualità libere a scelta tra tutti gli insegnamenti attivati in Facoltà</p>
	<p>CLEF 4 Economia del mercato mobiliare (Scelte di portafoglio) (30 ore) Economia dell'informazione (30 ore) Economia delle aziende di credito (Rating interni e credit risk management) (30 ore) Statistica dei mercati monetari e finanziari (Modelli e previsioni) (30 ore) - 4 annualità libere a scelta tra tutti gli insegnamenti attivati in Facoltà</p>
	<p>CLAM 4 Economia e marketing dei servizi pubblici (30 ore) Economia e tecnica della pubblicità (30 ore) Marketing strategico (Strategie di sviluppo dei nuovi prodotti) (30 ore) Rapporti verticali di filiera (30 ore) - 5 annualità libere a scelta tra tutti gli insegnamenti attivati in Facoltà</p>

Tab. 3 ELENCO IN ORDINE ALFABETICO DEI CORSI ATTIVATI (a.a. 2002- 2003)

<i>INSEGNAMENTI ATTIVATI A.A. 2002/2003</i>	n.ore
Analisi del comportamento del consumatore	30
Analisi dei dati per il marketing	30
Analisi dei dati per le ricerche economiche	30
Analisi e contabilità dei costi (corso base)	30
Analisi e contabilità dei costi (corso progredito)	30
Applicazioni di matematica per l'economia	30
Assicurazione e gestione dei rischi aziendali	60
Ciclo del progetto di cooperazione allo sviluppo	30
Commercio internazionale dei prodotti agro-alimentari CLAM	30
Contabilità e bilancio	60
Contabilità e bilancio 1	30
Contabilità e bilancio negli enti pubblici	30
Cooperazione allo sviluppo (mod. 1- Economia dello sviluppo)	30
Cooperazione allo sviluppo (mod. 2 – Storia della cooperazione internaz.)	20
Cooperazione allo sviluppo (modulo 3 – sviluppo economico e a ambiente)	20
Corporate & investment banking	60
Cultura della globalizzazione	30
Diritto commerciale (A-K)	60
Diritto commerciale (L-Z)	60
Diritto del lavoro	60
Diritto del mercato finanziario	60
Diritto di famiglia comparato	30
Diritto fallimentare	60
Diritto internazionale dell'economia	30
Diritto pubblico	60
Diritto tributario	60
Econometria monetaria avanzata	30
Economia agraria	30
Economia agro-alimentare (Le imprese)	30
Economia agro-alimentare (Sistema e mercati)	30
Economia aziendale	60
Economia aziendale I (CLES)	30
Economia degli intermediari finanziari	30
Economia dei gruppi, delle concentrazioni e delle cooperazioni aziendali	60
Economia dei prodotti agro-alimentari tipici e tradizionali	30
Economia del Lavoro	30
Economia del mercato mobiliare – Scelte di investimento mobiliare	30
Economia del mercato mobiliare (Scelte di portafoglio)	30

Economia del sistema finanziario	30
Economia dell'azione collettiva	30
Economia dell'informazione	30
Economia delle aziende di credito	30
Economia delle aziende di credito II (Rating interni e credit risk management)	30
Economia delle aziende cooperative e non profit	30
Economia delle aziende pubbliche	30
Economia delle imprese di servizi pubblici	30
Economia delle operazioni di gestione straordinaria	30
Economia e amministrazione aziendale	30
Economia e gestione delle imprese	60
Economia e gestione delle risorse territoriali	30
Economia e marketing dei servizi pubblici	30
Economia e marketing del turismo	30
Economia e politica dello sviluppo (introduzione)	30
Economia e politica dello sviluppo (approfondimento)	30
Economia e politica montana e forestale	60
Economia e sviluppo del territorio rurale	30
Economia e tecnica della pubblicità	30
Economia industriale	60
Economia industriale II	30
Economia internazionale	30
Economia internazionale – monetaria	30
Economia monetaria (istituzioni)	30
Economia monetaria (mercati)	30
Economia politica I	60
Economia politica II	60
Economia pubblica	30
Finanza aziendale	30
Geografia dei paesi in via di sviluppo	30
Informatica di base (idoneità)	30
Informatica per internet	30
Istituzioni di diritto privato	30
Istituzioni di economia	60
Istituzioni e dottrine Economiche aziendali comparate (Ragioneria internaz.)	30
Lingua Francese	60
Lingua Inglese - Progetto Telelingua	60
Lingua Spagnola	60
Lingua Tedesca	60
Marketing (Direct, Database e Internet marketing)	30
Marketing dei prodotti agro-alimentari	30
Marketing distributivo	60

Marketing dei beni artistici e culturali	30
Marketing internazionale	60
Marketing operativo	60
Marketing strategico	30
Marketing strategico (Strategie di sviluppo dei nuovi prodotti)	30
Marketing territoriale degli insediamenti produttivi	30
Matematica finanziaria I	30
Matematica generale	30
Matematica per l'economia	60
Metodi e modelli matematici per i mercati finanziari	30
Metodi e modelli per la logistica	30
Metodi e modelli per le scelte economiche - 1 mod.	30
Metodi e modelli per le scelte economiche - 2 mod.	30
Metodologie e determinazioni quantitative di azienda	30
Organizzazione aziendale	60
Organizzazione e pianificazione del territorio	30
Origine e sviluppo della comunicazione per i mercati	30
Pianificazione finanziaria	30
Politica economica	60
Programmazione e controllo (corso base)	30
Programmazione e controllo (corso progredito)	30
Rapporti verticali di filiera	30
Relazioni industriali	30
Revisione aziendale (corso base)	30
Revisione aziendale (corso progredito)	30
Scienza delle finanze – Settore pubblico e mercati	30
Scienza delle finanze - Effetti economici delle politiche pubbliche	30
Sociologia dei paesi in via di sviluppo	60
Sociologia del lavoro e delle risorse umane	30
Sociologia dell'organizzazione (Istituzioni di sociologia dell'organizzazione)	30
Sociologia dell'organizzazione (Lavoro e politiche del lavoro)	30
Statistica – Analisi dei dati	30
Statistica dei mercati monetari e finanziari (Modelli e previsioni)	30
Statistica dei mercati monetari e finanziari (Serie storiche)	30
Statistica economica	60
Statistica I	60
Storia del pensiero economico (disattivato solo per l'a.a. 2002-2003)	60
Storia dell'impresa	30
Storia della moneta e della banca	30
Storia dello sviluppo locale	30
Storia econ. Paese in via di sviluppo (modulo 1 – parte istituzionale)	30
Storia econ. Paese in via di sviluppo (modulo 2 – parte monografica)	30

Storia economica	60
Strategie di impresa	30
Strumenti di programmazione nel sistema agro-alimentare (CLEA)	30
Strumenti finanziari	30
Tecnologia dei cicli produttivi	60
Temi speciali di bilancio	30
Teoria matematica del portafoglio finanziario	30

Tab. 4 I PERCORSI DIDATTICI NELLA PROSPETTIVA DEI PROSSIMI ANNI ACCADEMICI

	2002/2003	2003/04	2004/05	2005/06
Immatricolati a.a. 2001/02	Laurea triennale		Master	
	2° anno	3° anno	Laurea specialistica	

	2002/2003	2003/04	2004/05
Immatricolati a.a. 2000/01	Laurea triennale (Opzione consigliata)		Master
	3° anno	Laurea specialistica	
	Laurea quadriennale		Laurea specialistica 2° anno
	2002/2003	2003/04	2004/05
	3° anno	4° anno	

	2002/2003	2003/04
Immatricolati a.a. 1999/00	Laurea quadriennale	Laurea specialistica
	4° anno	2° anno

2.4.4 OPPORTUNITA' FORMATIVE COLLATERALI

TESTIMONI D'IMPRESA

CORSO ELECTIVE DI CULTURA D'IMPRESA

(Coordinatore: Prof. Roberto Ravazzoni)

Il rinnovato seminario “Testimoni di Impresa“ nella sua quarta edizione si propone come corso elective per dare una formazione culturale di impronta spiccatamente imprenditoriale.

Realizzato con la partecipazione del Gruppo Giovani dell'Industria di Parma, consta di una decina di interventi di alto valore qualitativo, e si propone come testimonianza reale e diretta di esperienza lavorativa sul campo vissuta da giovani imprenditori. Durante il seminario verranno infatti discussi e dibattuti con gli studenti e le studentesse case study di aziende parmensi che spaziano nei vari campi di applicazione aziendale trasversalmente ai diversi corsi di laurea.

E' inoltre attesa come ogni anno la presenza di importanti esponenti dell' imprenditoria nazionale che con la loro testimonianza arricchiscono ulteriormente i contenuti del corso.

La partecipazione, aperta a tutti i corsi di laurea ma **riservata alle studentesse ed agli studenti del terzo anno**, darà luogo a specifici crediti in fase di determinazione del punteggio di laurea.

La frequenza al corso darà diritto di partecipare all'assegnazione di una borsa di studio di £ 16.000.000 offerta dal Gruppo Giovani dell' Industria di Parma per il Master in Marketing Management “Form Up”.

Per ulteriori informazioni riguardanti le modalità di iscrizione ed il calendario degli interventi, gli interessati possono rivolgersi al servizio di Front Office ai seguenti numeri 0521032510 - 0521032436.

*CORSO DI PREPARAZIONE
ALLA REDAZIONE DELLA TESI DI LAUREA*
(Coordinatore: Prof. Guglielmo Wolleb)

La tesi di laurea dovrebbe essere una esperienza gratificante e un utile esercizio di valorizzazione delle conoscenze acquisite negli anni di formazione universitaria. In realtà per molti studenti e studentesse la tesi rappresenta solo un ostacolo finale al conseguimento della laurea e un investimento di tempo di cui rimangono oscure le finalità e i vantaggi. Inoltre, spesso si dimentica che *'elaborare e sostenere una tesi'* non è una attività limitata al percorso di studi universitari, ma rappresenta una competenza che verrà successivamente richiesta anche nella vita professionale e sociale. La predisposizione di un rapporto, di un progetto operativo o di un parere ha infatti molte similitudini, sul piano della raccolta delle informazioni, della costruzione logica-formale, dell'argomentazione e della esposizione, con la redazione di una tesi di laurea.

Sulla base di queste considerazioni il Consiglio di Facoltà ha deciso di avviare a partire dall'anno accademico 1999-2000 un corso di preparazione alla definizione, impostazione e scrittura della tesi con il duplice obiettivo di agevolare lo studente e la studentessa nella fase di predisposizione del progetto di tesi, ma anche di fornire metodologie, tecniche di raccolta delle informazioni e strumenti espositivi che potranno essere utilizzati in contesti diversi da quello accademico.

Il programma del corso, denominato “**Metodologia delle scienze sociali (argomentazione e scrittura)**”, è ambizioso ed impegnativo. Comprende infatti, temi quali la teoria dell'argomentazione, le procedure di accesso alle banche dati informatizzate e le tecniche di scrittura che non sono rientrano negli standard formativi delle Facoltà di Economia, ma che risultano indispensabili per il raggiungimento delle finalità espone in precedenza.

Pur facendo parte dell'offerta didattica della Facoltà, il corso di “Metodologia delle scienze sociali (argomentazione e scrittura) deve essere concepito come una occasione per portare a termine meglio e più in fretta il lavoro di tesi e per acquisire elementi conoscitivi e

competenze che verranno utilmente impiegati in futuro. Anche se fortemente sollecitata, la partecipazione al corso non è (per il momento) obbligatoria. E' invece obbligatoria la frequenza per chi decide di seguirlo. La prova finale non consisterà in un esame vero e proprio, tant'è vero che il risultato non rientrerà nel computo della media, ma verrà riconosciuto come credito informale di cui la commissione di laurea terrà conto nella valutazione.

PROGRAMMA SOCRATES/ERASMUS

SOCRATES è il programma di azione della 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.

Tra gli obiettivi globali del programma Socrates vanno 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 degli studenti e delle studentesse, 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 studenti e studentesse, 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 e studentesse universitarie per svolgere in una Università, o Istituzione

d'Insegnamento Superiore, di un altro Paese della 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 o la studentessa 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 e studentesse dei Corsi di laurea, 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 alla 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 e studentesse comunitarie 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 costi tra le varie sedi Universitarie, spesso di entità assai rilevante.

Le borse di studio vengono 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. 2002/2003 il Bando con le modalità di partecipazione sarà pubblicato nel mese di Dicembre e le domande avranno scadenza febbraio 2003 (orientativamente).

In occasione dell'uscita del Bando gli studenti e le studentesse sono pregati di consultare la bacheca ERASMUS posizionata nell'atrio della Facoltà e di partecipare alle riunioni di orientamento durante le quali verranno fornite maggiori informazioni.

La selezione avverrà sulla base di una graduatoria di merito (votazione media relativamente agli esami sostenuti e numero esami sostenuti per anno di corso) e di una verifica 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/relint.html> e <http://www.unipr.it/servstud.html>.

- sulle pagine web dedicate alla Facoltà (informazioni aggiornate relative alle modalità di selezione, alle sedi estere disponibili, agli esami ad oggi convalidati, alle procedure di convalida degli esami sostenuti all'estero, alle date importanti, ecc. ecc.):
<http://www.unipr.it/facolta.html>

Per ulteriori informazioni nonché per ritirare i moduli di partecipazione, gli studenti e le studentesse possono rivolgersi al Servizio Scambi Culturali - Ufficio Socrates/Erasmus, via Università 12, tel. 0521904289 <http://www.unipr.it/relint.html>.

Per ottenere il riconoscimento accademico degli esami sostenuti all'estero è necessario preparare un Learning Agreement (Contratto di Studio), secondo quanto definito nello schema ECTS (European Credit Transfer System). Copia del Learning Agreement, approvato secondo le modalità sotto indicate, dovrà essere consegnata alla segreteria studenti prima della partenza.

A partire dall'AA 1998/1999 la Facoltà di Economia ha introdotto il sistema ECTS per gli studenti e le studentesse interessate alla mobilità nell'ambito del Programma ERASMUS (sia in entrata che in uscita), *implementato dall'Unione Europea per facilitare il*

riconoscimento dei titoli e degli esami sostenuti presso Università straniere.

L'ECTS è un modello di assegnazione e trasferimento dei Crediti di studio pensato per favorire i processi di riconoscimento accademico fra i diversi Sezioni europei attraverso un meccanismo di applicazione generalizzato, ed è teso a migliorare la trasparenza dei programmi didattici e i risultati ottenuti dagli studenti e dalle studentesse.

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 della 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 studenti e studentesse e neolaureati e neolaureate 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 gli studenti e le studentesse sono invitate a rivolgersi presso l'Ufficio Socrates/Erasmus, via Università 12, tel.:0521904289 –<http://www.unipr.it/facolta.html>.

STAGES PRESSO IMPRESE

L'Ateneo ha reso operativo un laboratorio di orientamento, formazione ed accompagnamento dall'Università al lavoro per i laureati e laureate delle diverse Facoltà. L'iniziativa risponde alla necessità di assistenza nella fase di ingresso nel mondo del lavoro.

Per informazioni, gli interessati possono rivolgersi a Labor UP (Laboratorio di orientamento post laurea dell'Università di Parma) ai seguenti recapiti:

tel.0521032023

fax 0521032025

e-mail laborup@unipr.it

www.unipr.it/laborup

COME TI AIUTIAMO A LAUREARTI

Uno degli obiettivi fondamentali della Facoltà di Economia è quello di *creare le condizioni affinché gli studenti:*

- *si laureino senza ritardi rispetto agli anni previsti dai corsi di studio;*
- *acquisiscano una preparazione adeguata per entrare rapidamente nel mondo del lavoro.*

Di conseguenza, uno degli aspetti che la Facoltà ha curato con maggiore attenzione è l'organizzazione della didattica al fine di migliorarne la qualità e nello stesso tempo di facilitare il lavoro richiesto agli studenti attraverso:

1)La concentrazione dei tempi di permanenza in università (3 giorni su 7)

Le lezioni del primo e del secondo anno sono state concentrate in **tre giorni consecutivi** con orario pieno dalle 9 alle 13 e dalle 14 alle 16. Ciò ti consente di:

- non avere tempi di attesa tra una lezione e quella successiva,
- organizzare meglio i trasferimenti (aspetto utile soprattutto se risiedi fuori Parma),
- avere a disposizione 4 giorni alla settimana per studiare.

IL CALENDARIO DIDATTICO DEL SECONDO ANNO

Ore	LUNEDÌ	MARTEDÌ	MERCOLEDÌ	GIOVEDÌ	VENERDÌ	SABATO	DOMENICA
9-11	Lezione	Lezione	Lezione				
11-13	Lezione	Lezione	Lezione				
13-14	Pausa	Pausa	Pausa				

14-16	Lezione	Lezione	Lezione				
16-18	Esercitazioni eventuali						

2) La razionalizzazione dei carichi di studio

I docenti della Facoltà si sono impegnati da tempo in una intensa attività di coordinamento dei corsi e di razionalizzazione dei contenuti degli insegnamenti in modo da concentrare l'attenzione sui concetti fondamentali e rinviare gli approfondimenti ai bienni specialistici. Ciò consente di fornire agli studenti le conoscenze essenziali richieste dal mondo del lavoro agevolando l'attività di studio e creando le condizioni per rispettare i tempi di conseguimento della laurea.

3) La riorganizzazione degli esami

Per facilitare e accelerare il superamento degli esami si sono invitati i docenti ad effettuare prove intermedie durante i corsi e/o a spezzare i corsi annuali in due semestrali. Ciò mira a ridurre il carico di studio per la preparazione di ogni esame con l'ulteriore vantaggio di migliorare la verifica dell'apprendimento da parte degli studenti.

4) Lo sdoppiamento/triplicazione dei corsi più affollati

Per agevolare la frequenza delle lezioni si è provveduto, ove necessario, allo sdoppiamento e alla triplicazione dei corsi. Ciò riduce l'affollamento delle aule e favorisce la possibilità di apprendimento.

5) La valutazione della didattica

Da anni la Facoltà di Economia ha introdotto i questionari di valutazione della didattica. Al termine di ogni corso sarai invitato a

rispondere ad un questionario anonimo in cui si chiedono valutazioni sulla qualità della didattica, sull'impegno dimostrato dal docente e sui problemi eventualmente incontrati nel seguire le lezioni. L'analisi delle risposte al questionario consente al docente di realizzare un miglioramento continuo dell'attività didattica.

6) Il monitoraggio e assistenza durante il percorso formativo di ogni studente

La Facoltà sta sperimentando un sistema innovativo di monitoraggio del numero degli esami sostenuti da ogni studente nel corso di ogni anno accademico. L'obiettivo è seguire gli studenti che hanno difficoltà nel mantenere un adeguato ritmo di superamento degli esami aiutandoli, con interventi di sostegno per superare i problemi incontrati.

7) I consigli per l'uso

I docenti della Facoltà hanno elaborato un elenco di “regole d'oro” (v. § 2.5.1) che ti potranno servire per affrontare gli studi universitari. Apparentemente possono apparire ovvie, ma la nostra esperienza dimostra che non lo sono. Se le seguirai il tuo lavoro sarà certamente facilitato.

8) La lezione zero

Prima di iniziare le lezioni, alcuni docenti della Facoltà si sono impegnati ad incontrare a gruppi i nuovi iscritti, al fine di illustrare loro più analiticamente di quanto si possa fare in una guida scritta, le caratteristiche dello studio in Università, le materie che vengono proposte, le caratteristiche e la localizzazione delle aule e dei servizi messi a disposizione degli studenti (biblioteca, laboratorio di informatica, front office, ecc.). Ciò dovrebbe metterti fin da subito in grado di sfruttare pienamente e a tuo vantaggio i servizi a tua

disposizione, senza perdite di tempo dovute all'iniziale disorientamento che accompagna il passaggio dal liceo all'Università.

COSA TI CHIEDIAMO

Il successo della nostra offerta formativa dipende anche dall'impegno con il quale affronterai i tuoi studi. Ti chiediamo pertanto di assumerti seriamente la responsabilità della tua formazione, nel tuo stesso interesse, chiedendo tutto l'aiuto che ti serve, non scoraggiandoti di fronte alle inevitabili difficoltà, facendo il possibile per rispettare le scadenze degli esami, verificando che le promesse che ti vengono fatte siano rispettate.

2.5. INDICAZIONI PER L'USO

2.5.1. ALCUNI CONSIGLI

Uno dei principali obiettivi della Facoltà è quello di agevolarti nella fase di apprendimento e di facilitare la conclusione del tuo percorso didattico nel periodo stabilito, anche per consentirti l'accesso alle Lauree specialistiche e ai corsi di Master organizzati dalla Facoltà e da altre istituzioni. Ecco **tre consigli** per aiutarti a raggiungere questi obiettivi.

Non basta programmare di laurearsi per riuscirci. Tuttavia, senza una programmazione dell'impegno universitario e delle scadenze, non ci si laurea né presto né bene. Il primo consiglio dunque riguarda proprio la programmazione.

Consiglio 1: Programma il tuo corso di studi in anticipo

- Stabilisci in anticipo quali esami intendi sostenere in ogni anno accademico e quando (in quale sessione di esame) intendi sostenerli. Nel predisporre la 'tabella di marcia', informati sui cambiamenti introdotti dalla recente riforma dell'Università.
- Una programmazione è efficace se fissa obiettivi realistici. Sostenere tanti esami tutti insieme è chiaramente impossibile; devi pensarli in successione. Dall'altro lato, stabilire come obiettivo un numero di esami troppo basso porta dritto fuori corso.
- Se non riesci a rispettare la tabella di marcia, modificala rapidamente incorporando eventuali ritardi e se possibile un piano per recuperare. Ricorda che l'eventuale accumulo di

ritardi nella tabella di marcia, se non motivato da eventi straordinari, ha di solito a che vedere con il tuo modo di studiare. Quindi, se rimani indietro con gli esami, inutile fissare un numero di esami irrealisticamente elevato per recuperare il tempo perduto, se non ti sei prima chiesto perché sei rimasto indietro. Stabilire un piano non credibile ha effetti controproducenti sulla tua motivazione allo studio e sul rendimento agli esami successivi.

- Per laurearti devi scrivere una tesi (laurea quadriennale) oppure una relazione finale (laurea triennale). Nella progettazione del tuo impegno dell'ultimo anno, lascia il tempo necessario per questa prova conclusiva.

L'apprendimento non avviene per caso, ma costa fatica. Se organizzi efficacemente il modo di apprendere, risparmi fatica ed eviti frustrazione. Per questo il consiglio 2 riguarda l'organizzazione del tuo tempo e le modalità dell'apprendimento.

Consiglio 2: Organizza il tempo e le modalità di studio

- La frequenza delle lezioni ti consente di portare avanti la preparazione dei vari esami il più possibile in parallelo. Quando si avvicina il momento dell'esame, è tuttavia opportuno concentrare l'attenzione sullo specifico esame che devi sostenere.
- Se frequenti, sei agevolato nell'apprendimento perché puoi sentirti raccontare dal vivo un'anticipazione e un riassunto di quello che poi imparerai dai libri. E' come andare a sentire un concerto prima di ascoltare un CD.
- Rileggi con attenzione e costanza gli appunti di lezione già durante la settimana. Se possibile, gli appunti di una lezione dovrebbero essere riletti e studiati prima dello svolgimento della lezione successiva. Ricorda che, durante i primi due anni, le lezioni si tengono in tre giorni consecutivi.

- Integra gli appunti di lezione con le letture indicate dal docente. Le letture consigliate possono essere utilmente studiate nei giorni della settimana liberi da lezioni e nel fine settimana.
- I non frequentanti devono percorrere la strada più lunga, e cioè imparare esclusivamente dai libri. Non frequentare non è però una condanna definitiva ad andare fuori corso e ad impiegare un tempo più lungo a completare gli studi. I corsi sono concepiti per poter essere fruiti anche da chi sia impossibilitato a seguire le lezioni. In particolare, non ci sono nozioni segrete comunicate solo a chi frequenta, né appelli più facili per i frequentanti. Tutti gli esami presentano lo stesso grado di difficoltà, indipendentemente dall'appello.
- Per tutti, esistono prove intermedie e verifiche periodiche della preparazione 'lungo la strada'. Non lasciarti sfuggire l'occasione di partecipare.
- Altri materiali didattici (come lucidi, domande degli esami passati, ed esercizi) che il docente ritenga opportuno utilizzare durante il corso saranno disponibili a tutti presso il sito Web relativo al corso o nell'Ufficio Fotocopie. Indicazioni specifiche saranno fornite dai singoli docenti.
- La Facoltà ti mette inoltre a disposizione servizi e strutture parallele come la biblioteca, l'aula multimediale, e il laboratorio di informatica per agevolarti nell'apprendere

Infine, iscriversi all'Università non è una traversata o arrampicata solitaria. Il Consiglio 3 riguarda appunto l'aspetto sociale e comunitario della vita universitaria.

Consiglio 3: Rapportati con gli altri, dà e chiedi aiuto quando serve

- "Gli altri" dentro l'Università sono, prima di tutto, i tuoi docenti e i tuoi colleghi (oltre naturalmente alla tua famiglia).

In quanto studente, hai diritti e doveri nei loro confronti.

- Hai il diritto di ottenere l'attenzione dei docenti della Facoltà durante il loro orario di ricevimento, sia per chiarimenti di carattere didattico che per consigli pratici sulla programmazione del tuo tempo. Prima di andare a parlare con loro, hai il dovere di "istruire le pratiche", cioè di considerare individualmente le potenziali soluzioni del problema che ti stai ponendo.
- Non accumulare un lungo elenco di argomenti didattici da chiarire. Invece, utilizza attivamente e responsabilmente l'orario di ricevimento dei docenti della Facoltà di settimana in settimana. I docenti sono lieti di (e tenuti a) dedicarti tutta la loro attenzione nell'orario specificato, per aiutarti a comprendere parti del programma che siano ancora non sufficientemente chiare dopo la rilettura degli appunti e lo studio del libro di testo.
- Studiare o almeno ripassare e ripetere gli argomenti principali con qualcuno è molto importante. Il confronto con i tuoi colleghi ti consente una comprensione più completa delle materie studiate e una puntuale individuazione degli eventuali punti deboli della tua preparazione in tempo utile (cioè prima dell'esame).
- Il tempo che "perdi" oggi nello studiare, ripassare o ripetere con un tuo collega ti potrà essere restituito domani quando sarai tu ad avere bisogno di spiegazioni e chiarimenti in un'altra occasione.

2.5.2. OPPORTUNITA' E SERVIZI

BIBLIOTECA E AULA MULTIMEDIALE

La Biblioteca Generale della Facoltà di Economia applicando nuove tecnologie ha dato l'avvio, al suo interno, ad uno sviluppo articolato dei servizi agli utenti finali, studenti e docenti.

La Biblioteca Generale, nel corso degli anni, si è trasformata in una struttura di servizio con l'accesso alla documentazione anche attraverso le reti. Infatti, oltre ai tradizionali supporti cartacei (libri, riviste, annuari ecc.), che attualmente comprendono circa 120.000 volumi ed oltre 2.000 titoli di periodici correnti, la Biblioteca offre ai suoi utenti numerose banche dati, bibliografiche e numeriche, sia su CD-Rom sia on-line, e differenti testi elettronici (riviste, working papers, leggi, ecc.).

La Biblioteca è aperta cinque giorni la settimana: ad orario continuato dalle 8.30 alle 18 dal lunedì al giovedì e dalle 8.30 alle 14 il venerdì.

Tutti i *libri di testo* adottati all'interno dei diversi corsi di laurea attivati presso la Facoltà sono disponibili in tre o cinque copie.

Ai tradizionali servizi di consultazione e prestito delle ricche collezioni si affiancano nuovi servizi:

- Il *servizio di prestito interbibliotecario e di document delivery*, attraverso il quale è possibile che la Biblioteca Generale richieda in prestito ad altre biblioteche o a fornitori commerciali materiale librario e fotocopie di articoli di riviste non presenti nella collezione.
- Il *servizio di assistenza per la ricerca bibliografica*. offre la possibilità di orientarsi nella vastità dell'universo informativo e nella molteplicità delle tecnologie.

Tale servizio fornisce un aiuto guidato agli utenti nella consultazione degli OPAC (cataloghi in rete delle biblioteche), nella consultazione delle banche dati in rete e su cd rom, nella ricerca e nell'individuazione del materiale bibliografico attraverso repertori e bibliografie generali e specialistiche.

Esso offre, infine, un supporto per l'elaborazione di bibliografie specializzate a tema per tesisti, per ricercatori e docenti della Facoltà. Studenti e docenti dispongono di una Sala di Lettura dotata di 116 posti a sedere e 9 PC e di una sala Multimediale dotata di 42 PC. I due spazi nel loro complesso sono dotati di 51 PC per l'accesso ad Internet per la ricerca bibliografica.

L'accesso ai servizi di rete è subordinato alla compilazione di una apposita richiesta e alla presentazione del libretto universitario vidimato.

Attraverso la *pagina Web* della Biblioteca consultabile all'indirizzo <http://bib84.econ.unipr.it/> è possibile recuperare informazioni aggiornate sui servizi attivi e disponibili presso la Struttura ma anche individuare risorse di rete selezionate utili alla ricerca

IL LABORATORIO DI INFORMATICA

Il Laboratorio di Informatica Didattica (LID, accessibile previa registrazione) coordina e svolge funzioni di assistenza per l'utilizzo delle risorse informatiche, oggi di fondamentale importanza nel mondo dello studio e del lavoro.

L'organizzazione di corsi di informatica di base sull'utilizzo dei principali prodotti software e sui servizi utilizzabili tramite le attrezzature del Laboratorio stesso, consente un miglioramento del lavoro di studio e di ricerca, attraverso il corretto apprendimento ed uso dei più recenti strumenti informatici di supporto allo studio universitario.

Le risorse del LID permettono, attraverso l'accesso alle risorse web, una veloce e precisa raccolta di dati e materiale, la predisposizione di elaborati statistici e grafici, fino alla stesura definitiva della propria tesi di laurea o di altri elaborati didattici e di ricerca.

Una grande aula didattica (principalmente impiegata per lezioni, corsi e masters) offre 20 postazioni ad uso didattico dotate di S.O. Windows 2000 e applicativi Office 2000 (Word, Excel, Power point, Access, Front Page) con software Winzip 8.0, Adobe Acrobat, SPSS, E-Wiews, Internet Information Service, con 1 PC ad uso riservato al

docente (interfacciabile con lavagna luminosa e videoproiettore), più una postazione LAN libera per connessione con laptop.

È in fase di completo rinnovo un'aula di lavoro che verrà dotata di 10 nuove postazioni con S.O. Windows XP e applicativo Office Xp, affiancate da 1 stampante laser a colori per lucidi o copertine, 2 stampanti laser b/n da 17 pp/min con scheda magnetica e 2 scanner piani A4.

In fase sperimentale verrà a breve introdotto un sistema on-line per la prenotazione (anche da casa) delle postazioni di lavoro e didattiche, il tutto supervisionato da 1 server biprocessore a tecnologia 2000, affiancato da un secondo server NT e da un server LINUX (S.O. Red Hat) per la gestione interna di *accounts* di posta elettronica.

Completano le risorse informatiche del LID, 5 postazioni esterne *free* (utilizzabili anche dall'utenza non registrata) ad uso bacheca elettronica *self-access*, con la possibilità di consultare in ogni momento le pagine web dell'Ateneo di Parma, accedere ad informazioni e servizi ed effettuare iscrizioni agli esami via Internet.

L'orario di apertura è continuato, dalle 9 alle 17,30, tranne il venerdì con chiusura alle ore 13.

JUNIOR ENTERPRISE

Junior Enterprise Parma é una società formata esclusivamente da studenti e studentesse universitarie, desiderosi di applicare le conoscenze acquisite, che collabora con l'Università e con imprese locali e nazionali e si occupa di:

ricerche di mercato, organizzazione di eventi e convegni, studi di fattibilità e svolge attività di marketing, selezione del personale, contabilità, gestione delle risorse umane, attraverso una continua attività organizzata in team (capacità fondamentale richiesta dalle aziende!).

La Junior consente alla studentessa ed allo studente di:

- completare la formazione universitaria con la diretta esperienza nel mondo del lavoro
- venire a conoscenza delle problematiche legate alla gestione ed

- organizzazione di società
- crescere professionalmente
 - imparare a lavorare in squadra
 - conoscere tanta gente
 - organizzare il proprio tempo

Per ulteriori informazioni siamo al primo piano della Facoltà di Economia, accanto all'aula D.

Junior Enterprise Parma S.c.r.l. c/o Facoltà di Economia – Università degli studi di Parma – Via Kennedy, 6
Tel.. 0521032401-0521282846 - Fax 0521032400 E-mail Jeparma@libero.it <http://www.jeparma.com>

C.U.S.

Il Centro Universitario Sportivo di Parma promuove e organizza la pratica sportiva propedeutica e agonistica degli studenti universitari.

Organizza:

- corsi propedeutici allo sport;
- campionati interfacoltà ;
- campionati nazionali universitari
- vacanze sportive studenti (estive ed invernali);
- attività sportive-culturali.

Per informazioni rivolgersi alla Segreteria CUS, v.le delle Scienze, 83
- Campus Universitario - Tel 0521905532 Fax. 0521905530

CORO "I. PIZZETTI"

E' attivo presso l'Istituto di Musicologia (via Cavour,28) il CORO *I.PIZZETTI*. La musica polifonica è qui occasione di scambi interpersonali amichevoli e piacevoli. Non è richiesta alcuna formazione musicale specifica, ma solo l'impegno bisettimanale (Lunedì e Giovedì ore 21.00-23.00).

Per ogni informazione telefonare la mattina ai numeri 0521281248 -

0521283166.

IL SERVIZIO CASA

Per gli studenti non residenti a Parma e che necessitano di supporti di carattere logistico l'Università di Parma prevede due principali servizi:

- *l'accommodation attraverso l'assegnazione di alloggi universitari;*
- *il monitoraggio dell'offerta di alloggi privati.*

Per informazioni è possibile rivolgersi a:

- lo sportello “Università casa“ (tel. 0521032339) che fornisce indicazioni e supporto agli studenti per la ricerca di un alloggio privato
- l’Azienda per il Diritto allo Studio Universitario (ADSU) che gestisce il servizio mensa ed alloggi per gli studenti.

3. I PERCORSI FORMATIVI

3.1 I CORSI DI LAUREA TRIENNALI

A. Le lauree triennali della Classe di Studio 17 (Scienze dell'economia e della gestione aziendale)

I corsi di laurea in Economia Aziendale (CLEA 3), Economia e Finanza (CLEF 3) e Marketing (CLAM 3), appartengono alla Classe di Studio 17, Scienze dell'economia e della gestione aziendale. Data la loro affinità e la necessità di partire da una base di strumenti e conoscenze comuni, sono composti da due anni uguali tra loro e si differenziano soltanto per le materie impartite nel terzo anno. Ciò amplia le possibilità di lavoro per tutti gli iscritti ai tre corsi di laurea, non rinunciando a fornire una specializzazione spendibile in alcuni campi di attività specifici.

Il percorso comune ai tre corsi di laurea è composto da due anni con finalità formative diverse.

Il primo anno è il periodo in cui vengono forniti gli **STRUMENTI** concettuali di base per la comprensione dei fatti economici e del comportamento delle aziende.

Al termine di questo anno, gli studenti che avranno seguito tutti i corsi e sostenuto i relativi esami avranno acquisito “i ferri del mestiere” ossia i riferimenti logici e le basi metodologiche per proseguire negli studi degli anni successivi.

Il secondo anno è il periodo in cui vengono acquisite le **CONOSCENZE COMUNI** ossia i modelli di riferimento che tutti i laureati in economia con un taglio aziendalistico devono conoscere.

Al termine di questo anno, gli studenti che avranno seguito tutti i corsi e sostenuto i relativi esami avranno acquisito un bagaglio di conoscenze indispensabili per comprendere il comportamento delle aziende e del sistema economico, sfruttando gli strumenti concettuali acquisiti il primo anno.

Il terzo anno è invece dedicato alla **DIFFERENZIAMENTO** dei percorsi formativi, garantendo le specificità necessarie a

sviluppare competenze e conoscenze adatte a costruire le figure professionali nel campo dell'amministrazione aziendale, delle finanze e del marketing.

Riassumendo, dunque:

- il primo anno è l'anno degli **STRUMENTI**,
- il secondo anno è l'anno delle **CONOSCENZE COMUNI**
- il terzo anno è l'anno della **DIFFERENZIAZIONE** dei percorsi formativi.

Sembra ovvio che, per raggiungere gli obiettivi formativi di tutti e tre i corsi, ti si chieda di impegnarti a rispettare la sequenza degli insegnamenti e degli esami, che sono stati collocati in un anno o in un semestre, piuttosto che in un altro, con precise finalità didattiche.

3.1.1 “ECONOMIA AZIENDALE” (CLEA 3)

Obiettivi

Il corso si propone di formare laureati in grado di affrontare le problematiche gestionali delle imprese, degli enti pubblici e delle aziende non profit con particolare riferimento ai sistemi direzionali, contabili e di controllo. La formazione è orientata a sviluppare una conoscenza complessiva dell'azienda utile per rivestire specifiche funzioni di responsabilità.

Formazione

I laureati del corso sono portati a sviluppare le proprie conoscenze, circa le metodiche di analisi e di interpretazione critica delle strutture e delle dinamiche di azienda, mediante l'acquisizione delle necessarie competenze in più aree disciplinari: economiche, aziendali, giuridiche, quantitative. Nell'area delle discipline aziendali, in particolare, la formazione si articola sia per aree funzionali (la gestione, l'organizzazione, la rilevazione), sia per comparti produttivi (manifatturiero, commerciale, dei servizi, della pubblica amministrazione) e consente di acquisire adeguate conoscenze del sistema di rilevazione aziendale, dei criteri di interpretazione dei bilanci di esercizio e dei sistemi di controllo della gestione nonché di possedere specifiche conoscenze su operazioni aziendali tipiche e sui processi decisionali e strategici.

Sbocchi professionali

Il laureato potrà ricoprire posizioni di responsabilità nelle funzioni di amministrazione delle varie tipologie di aziende. La formazione consente, peraltro, di ricoprire tutte le altre posizioni aziendali di rilievo nonché l'attività libero professionale e di consulenza e di accedere a varie posizioni anche in altre funzioni aziendali. La formazione di base acquisita consente un proficuo inserimento in tutti i corsi di laurea specialistici.

Oltre agli insegnamenti obbligatori indicati nella tabella seguente, il CLEA 3, come gli altri corsi di laurea triennali della Classe 17, prevede l'acquisizione di un insegnamento di 60 ore da scegliere fra tutte le discipline attivate nella Facoltà (3), il superamento di prove di idoneità di informatica (2) e di lingue straniere (1) (lingua inglese più una seconda lingua) ed il superamento di una prova finale (4) consistente nello svolgimento di una relazione e nella discussione della stessa.

**Esami e crediti formativi della Laurea in
Economia Aziendale CLEA 3 (Classe 17)**

Anno	Laurea in ECONOMIA AZIENDALE	Crediti Formativi
Primo	- Economia Politica I	10
	- Economia degli intermediari finanziari – Gli strumenti finanziari	5
	- Matematica Generale	10
	- Storia Economica	10
	- Istituzioni di Diritto Privato I	5
	- Economia Aziendale – Istituzioni	5
	- Economia Aziendale – Determinazioni quantitative	5
	- Idoneità Linguistiche (1)	8
TOT		58
Secondo	- Economia e gestione delle imprese	10
	- Economia politica II	10
	- Statistica I	10
	- Finanza aziendale	5
	- Diritto commerciale	12
	- Matematica finanziaria I	4,5
	- Contabilità e bilancio	10
TOT		61,5
Terzo	- Economia aziendale	9
	- Programmazione e controllo (corso base)	4,5
	- Economia delle Aziende pubbliche	4,5
	- Metodologie e determinazioni quantitative di azienda	4,5
	- Economia industriale	9
	- Scienza delle finanze – Settore pubblico e mercati	4,5
	- Analisi del comportamento del consumatore	4,5
	- Idoneità informatica (2)	5
- Esame a scelta (3)	9	

	- Prova Finale (4)	6
TOT		60,5

3.1.2 “ECONOMIA E FINANZA” (CLEF 3)

Obiettivi

Il corso si propone di formare laureati in grado di affrontare le problematiche gestionali delle imprese, con particolare riguardo a quelle di tipo finanziario, e di operare nell’ambito delle banche e degli altri intermediari finanziari a vari livelli di responsabilità.

Formazione

Accanto alle conoscenze di base in campo economico, aziendale, giuridico e quantitativo assicurate dal percorso comune agli altri corsi della Classe di Studio in Scienze dell’Economia e della gestione aziendale, il laureato in Economia e Finanza acquisirà specifiche competenze che lo metteranno in grado di comprendere le problematiche finanziarie della gestione delle imprese, le problematiche gestionali delle banche e degli altri intermediari finanziari, le metodologie di valutazione, misurazione e copertura dei rischi finanziari, le modalità di scelta e di gestione degli investimenti finanziari, i modelli interpretativi del comportamento dei mercati finanziari e del sistema economico nel suo complesso.

Sbocchi professionali

Il laureato in Economia e Finanza, oltre a poter svolgere tutte le attività professionali tipiche della classe di studio cui appartiene il corso di laurea, sarà particolarmente predisposto a svolgere la sua professione nelle imprese, nell’ambito della gestione finanziaria, nelle banche e negli altri intermediari finanziari, nell’ambito delle attività di consulenza alla clientela, di gestione dei portafogli finanziari, di analisi dei mercati finanziari, di valutazione dei fidi. La formazione di base ricevuta consente un proficuo inserimento in tutti i corsi di laurea specialistici.

Oltre agli insegnamenti obbligatori indicati nella tabella seguente, il CLEF 3, come gli altri corsi di laurea triennali della Classe 17, prevede l'acquisizione di un insegnamento di 60 ore da scegliere fra tutte le discipline attivate nella Facoltà (3), il superamento di prove di idoneità di informatica (2) e di lingue straniere (1) (lingua inglese più una seconda lingua) ed il superamento di una prova finale (4) consistente nello svolgimento di una relazione e nella discussione della stessa.

**Esami e crediti formativi della Laurea in
Economia e Finanza CLEF 3 (Classe 17)**

Anno	Laurea in ECONOMIA E FINANZA	Crediti Formativi
Primo	- Economia Politica I	10
	- Economia degli intermediari finanziari – Gli strumenti finanziari	5
	- Matematica Generale	10
	- Storia Economica	10
	- Istituzioni di Diritto Privato I	5
	- Economia Aziendale – Istituzioni	5
	- Economia Aziendale – Determinazioni quantitative	5
	- Idoneità Linguistiche (1)	8
TOT		58
Secondo	- Economia e gestione delle imprese	10
	- Economia politica II	10
	- Statistica I	10
	- Finanza aziendale	5
	- Diritto commerciale	12
	- Matematica finanziaria I	4,5
- Contabilità e bilancio	10	
TOT		61,5
Terzo	- Pianificazione finanziaria	4,5
	- Economia del mercato mobiliare (Scelte di investimento mobiliare)	4,5
	- Economia delle aziende di credito	4,5
	- Scienza delle finanze (Effetti economici delle politiche pubbliche)	4,5
	- Economia e politica dello sviluppo (introduz.)	4,5
	- Statistica dei mercati monetari e finanziari (Serie storiche)	4,5
	- Economia del sistema finanziario	4,5
	- Economia monetaria - Istituzioni	4,5
	- Economia internazionale – Monetaria	4,5
	- Idoneità informatica (2)	5
	- Esame a scelta (3)	9

	- Prova finale (4)	6
TOT		60,5

3.1.3 “MARKETING” (CLAM 3)

Obiettivi

Il corso di laurea in Marketing si propone di formare dei laureati in grado di pianificare e gestire le politiche di mercato delle diverse tipologie di imprese ed organizzazioni in un contesto ambientale ed economico sempre più complesso e tale da richiedere competenze imprenditoriali, manageriali e professionali avanzate.

Formazione

Il programma degli studi del Corso di Laurea in Marketing si basa su un'ampia formazione di base favorendo l'acquisizione di diverse competenze disciplinari (economiche, aziendali, statistiche, informatiche, linguistiche, ecc.) e su un'approfondita conoscenza delle problematiche e delle metodologie di marketing. In particolare, il percorso formativo focalizzerà l'attenzione sulle seguenti tematiche: i cambiamenti socio-economici, i modelli di consumo e di acquisto, i meccanismi competitivi, la concorrenza tra imprese, l'innovazione dei prodotti e dei servizi, le modalità della competizione internazionale, le politiche dei prezzi, le strategie di comunicazione, la strategia di selezione dei canali di vendita, le alleanze tra imprese, le prospettive di Internet e del commercio virtuale. In generale, il corso di laurea in Marketing punta a preparare dei profili professionali dotati di elevata flessibilità e capacità di adattarsi alle diverse realtà del mercato del lavoro.

Sbocchi professionali

Il laureato in Marketing può ricoprire posizioni di responsabilità sia imprenditoriali che manageriali nelle funzioni marketing, comunicazione, relazioni pubbliche, vendite, organizzazione, acquisti e logistica delle imprese, delle istituzioni e delle società di consulenza operanti nei diversi settori e mercati. La formazione di base ricevuta

consente un proficuo inserimento in tutti i corsi di laurea specialistici.

Oltre agli insegnamenti obbligatori indicati nella tabella seguente, il CLAM 3, come gli altri corsi di laurea triennali della Classe 17, prevede l'acquisizione di un insegnamento di 60 ore da scegliere fra tutte le discipline attivate nella Facoltà (3), il superamento di prove di idoneità di informatica (2) e di lingue straniere (1) (lingua inglese più una seconda lingua) ed il superamento di una prova finale (4) consistente nello svolgimento di una relazione e nella discussione della stessa.

**Esami e crediti formativi della Laurea in
Marketing CLAM 3 (Classe 17)**

Anno	Laurea in MARKETING	Crediti Formativi
Primo	- Economia Politica I	10
	- Economia degli intermediari finanziari – Gli strumenti finanziari	5
	- Matematica Generale	10
	- Storia Economica	10
	- Istituzioni di Diritto Privato I	5
	- Economia Aziendale – Istituzioni	5
	- Economia Aziendale – Determinazioni quantitative	5
	- Idoneità Linguistiche (1)	8
TOT		58
Secondo	- Economia e gestione delle imprese	10
	- Economia politica II	10
	- Statistica I	10
	- Finanza aziendale	5
	- Diritto commerciale	12
	- Matematica finanziaria I	4,5
	- Contabilità e bilancio	10
TOT		61,5
Terzo	- Marketing distributivo	9
	- Marketing internazionale	9
	- Marketing operativo	9
	- Marketing strategico	4,5
	- Economia agro-alimentare (Sistema e mercati)	4,5
	- Analisi dei dati per il marketing	4,5
	- Idoneità informatica (2)	5
	- Esame a scelta (3)	9
- Prova finale (4)	6	
TOT		60,5

***B. La laurea triennale della Classe di Studio 35
(Scienze sociali della cooperazione, lo sviluppo e la pace)***

**3.1.4 “POLITICA ED ECONOMIA PER LA
COOPERAZIONE ALLO SVILUPPO” (PECOS)**

Dall’a.a. 2002/2003 il corso di laurea in Politica ed economia per la cooperazione allo sviluppo viene disattivato con riferimento al primo anno.

Pertanto non sono più accolte iscrizioni a detto Corso di Laurea, mentre viene garantito alle studentesse ed agli studenti già iscritti di portare a termine gli studi con il conseguimento del relativo titolo.

Il profilo culturale e professionale del laureato.

Il corso in “Politica ed Economia della Cooperazione per lo Sviluppo” si propone di formare gli studenti e le studentesse nella progettazione e gestione di azioni volte a favorire la collaborazione tra imprese e soggetti istituzionali dei paesi avanzati con imprese e soggetti istituzionali di paesi in via di sviluppo con attenzione al ruolo delle azioni congiunte o concertate di organizzazioni governative e non governative. In tale ambito, il corso si propone, altresì, di formare gli studenti e le studentesse nella analisi, progettazione e gestione di iniziative alla scala locale.

Nel rispetto dei vincoli della classe di lauree 35 in “Scienze Sociali della Cooperazione, lo Sviluppo e la Pace”, il corso di laurea in “Politica ed Economia della Cooperazione per lo Sviluppo” privilegia

la formazione di un profilo professionale fortemente orientato alla soluzione dei problemi economici della cooperazione allo sviluppo. In tale ambito, l'ordinamento degli studi prevede la presenza significativa, oltre che di insegnamenti propri della classe, ed in tale ambito segnatamente di quelli dell'economia e della politica economica, anche di materie aziendali, altrettanto utili allo scopo della formazione del profilo professionale indicato.

Possibili sbocchi professionali

I laureati e le laureate nel corso di laurea svolgeranno attività professionali nella pubblica amministrazione, nelle organizzazioni non governative e del terzo settore, nelle istituzioni educative, nel sistema della cooperazione sociale e culturale e in particolare nelle organizzazioni internazionali.

In particolare essi troveranno ampie opportunità di sbocco nello svolgimento di professioni connesse alla gestione delle banche e degli altri intermediari finanziari, alla gestione finanziaria delle imprese, negli uffici studi e finanziari delle banche e di altri enti e nella consulenza finanziaria.

**Esami e crediti formativi della laurea in
Politica ed economia per la
cooperazione allo sviluppo PECOS (Classe 35)**

Anno	Laurea in POLITICA ED ECONOMIA PER LA COOPERAZIONE ALLO SVILUPPO	Crediti Formativi
Primo	- Cooperazione allo sviluppo	10
	- Diritto pubblico comparato	10
	- Economia aziendale	5
	- Economia della azione collettiva	5
	- Istituzioni di economia	10
	- Sociologia dell'azione collettiva	5
	- Storia economica dei paesi in via di sviluppo	10
	- Idoneità linguistiche/informatica	15
TOT		70
Secondo	- Ciclo del progetto di cooperazione allo sviluppo	5
	- Cultura della globalizzazione	5
	- Diritto di famiglia comparato	5
	- Diritto internazionale dell'economia	5
	- Economia intermediari finanziari	5
	- Economia internazionale	5
	- Geografia dei paesi in via di sviluppo - I parte	5
	- Sociologia dei paesi in via di sviluppo	10
	- Statistica economica	10
TOT		55
Terzo	- Geografia dei paesi in via di sviluppo - II parte	5
	- Analisi dei dati economici	5
	- Economia e tecnica degli scambi internazionali	5
	- Geografia urbana	5
	- Esami liberi e/o stage	25
	- Prova finale	10
TOT		55

3.2 I CORSI DI LAUREA QUADRIENNALI

La laurea quadriennale si consegue dopo aver superato gli esami di profitto per insegnamenti equivalenti ad un numero di ventiquattro annualità, tre prove di idoneità (due di lingue straniere e una di informatica) o gli esami che eventualmente le sostituiscono e l'esame di laurea.

IDONEITA':

- ***2 lingue straniere a scelta.***

Le prove di idoneità linguistica possono essere sostenute a partire dal primo anno di corso.

I corsi di lingue straniere attivati nella Facoltà sono:

- Lingua Francese
- Lingua Inglese
- Lingua Spagnola
- Lingua Tedesca

- ***Informatica di base***

La prova di idoneità in informatica può essere sostenuta a partire dal terzo anno di corso.

3.2.1 “ECONOMIA E COMMERCIO” (CLEC 4)

TERZO ANNO PER GLI STUDENTI E LE STUDENTESSE IMMATRICOLATI NELL’A.A. 2000/2001

- Diritto commerciale (A-K) (60 ore) (mutuato dal corso corrispondente del secondo anno del biennio propedeutico della laurea triennale della classe 17)
- Diritto commerciale (L-Z) (60 ore) (mutuato dal corso corrispondente del secondo anno del biennio propedeutico della laurea triennale della classe 17)
- Istituzioni di diritto pubblico (mutuato da Diritto pubblico primo anno del CLES) (60 ore)
- Economia aziendale (ex Analisi di bilancio) (60 ore) (mutuato dal corso corrispondente del terzo anno del CLEA 3)
- Politica economica (60 ore)
- Analisi dei dati per il marketing (30 ore) (mutuato dal corso corrispondente del terzo anno del CLAM 3)
- Analisi dei dati per le ricerche economiche (30 ore)
- Analisi del comportamento del consumatore (30 ore) (mutuato dal corso corrispondente del terzo anno del CLEA 3)
- Rapporti verticali di filiera (30 ore) (mutuato dal corso corrispondente del quarto anno del CLAM 4)
- Informatica di base (idoneità) (30 ore) (mutuato dal corso corrispondente del terzo anno del CLAM 3)

QUARTO ANNO PER GLI STUDENTI E LE STUDENTESSE IMMATRICOLATI NELL’A.A. 1999/2000

- Diritto del lavoro (60 ore) (mutuato dal corso corrispondente del quarto anno del CLEA 4)
- Scienza delle finanze (Effetti economici delle politiche pubbliche) (30 ore) (mutuato dal corso corrispondente del terzo anno del

CLEF 3)

- Scienza delle finanze (Settore pubblico e mercati) (30 ore)
(mutuato dal corso corrispondente del terzo anno del CLEF 4)
- N. 5 insegnamenti (5 annualità) a libera scelta tra quelli attivati in Facoltà (n.b.: corrispondono ad una annualità un insegnamento di 60 ore oppure la somma di due insegnamenti di 30 ore).

3.2.2 “ECONOMIA AZIENDALE” (CLEA 4)

TERZO ANNO PER GLI STUDENTI E LE STUDENTESSE IMMATRICOLATI NELL’A.A. 2000/2001

- Contabilità e bilancio negli enti pubblici (30 ore)
- Diritto commerciale (60 ore)
- Economia agro-alimentare (Le imprese) (30 ore)
- Economia agro-alimentare (Sistema e mercati) (30 ore)
- Economia aziendale (60 ore)
- Economia del sistema finanziario (30 ore)
- Economia delle aziende pubbliche (30 ore)
- Economia industriale (60 ore)
- Pianificazione finanziaria (30 ore)

QUARTO ANNO PER GLI STUDENTI E LE STUDENTESSE IMMATRICOLATI NELL’A.A. 1999/2000

- Diritto del lavoro (60 ore)
- Marketing operativo (60 ore)
- N. 5 insegnamenti a scelta (5 annualità) tra quelli attivati in Facoltà

3.2.3 “ECONOMIA E FINANZA” (CLEF 4)

TERZO ANNO PER GLI STUDENTI E LE STUDENTESSE IMMATRICOLATI NELL’A.A. 2000/2001

- Diritto commerciale (60 ore)
- Economia del mercato mobiliare (Scelte di investimento mobiliare) (30 ore)
- Economia del sistema finanziario (30 ore)
- Economia delle aziende di credito (30 ore)
- Economia dello sviluppo - introduzione (30 ore)
- Economia dello sviluppo - approfondimento (30 ore)
- Economia internazionale (Monetaria) (30 ore)
- Economia monetaria - Istituzioni (30 ore)
- Economia monetaria – Mercati (30 ore)
- Pianificazione finanziaria (30 ore)
- Scienza delle finanze (Effetti economici delle politiche pubbliche) (30 ore)
- Scienza delle finanze (Settori pubblici) (30 ore)
- Statistica dei mercati monetari e finanziari (Serie storiche) (30 ore)
-

QUARTO ANNO PER GLI STUDENTI E LE STUDENTESSE IMMATRICOLATI NELL’A.A. 1999/2000

- Economia dell’informazione (30 ore)
- Economia del mercato mobiliare (Scelte di portafoglio) (30 ore)
- Economia delle aziende di credito II (Rating interni e credit risk management) (30 ore)
- Statistica dei mercati monetari e finanziari (Modelli e previsioni) (30 ore)
- N. 4 insegnamenti a scelta (4 annualità) tra quelli attivati in Facoltà

3.2.4 “MARKETING” (CLAM 4)

TERZO ANNO PER GLI STUDENTI E LE STUDENTESSE IMMATRICOLATI NELL’A.A. 1999/2000

- Analisi dei dati per il marketing (30 ore)
- Diritto commerciale (60 ore)
- Economia agro-alimentare (Sistema e mercati) (30 ore)
- Economia agro-alimentare (Le imprese) (30 ore)
- Marketing distributivo (60 ore)
- Marketing internazionale (60 ore)
- Marketing operativo (60 ore)
- Marketing strategico (30 ore)

QUARTO ANNO PER GLI STUDENTI E LE STUDENTESSE IMMATRICOLATI NELL’A.A. 1998/1999

- Economia e marketing dei servizi pubblici (30 ore)
- Economia e tecnica della pubblicità (30 ore)
- Marketing strategico (Strategie di sviluppo dei nuovi prodotti) (30 ore)
- Rapporti verticali di filiera (30 ore)
- N. 5 insegnamenti a scelta (5 annualità) tra quelli attivati in Facoltà

3.3. ALCUNE REGOLE CHE DEVI CONOSCERE

L'innovazione dell'offerta formativa e la decisione di porre ad esaurimento alcuni corsi di laurea hanno prodotto una complessa stratificazione di norme e di regole di comportamento. Alcune di queste si applicano agli studenti in funzione dell'anno di immatricolazione e del percorso formativo prescelto. Considera pertanto, dall'elenco seguente, le regole che si applicano al caso tuo escludendo quelle riferite a studenti immatricolati in anni diversi dal tuo.

DIVIETO DI ITERAZIONE DI ESAMI

Gli insegnamenti con uguale denominazione sono considerati equivalenti, indipendentemente dal Corso di Laurea nel quale sono impartiti e non possono essere iterati. Non possono, inoltre, essere sostenuti dagli studenti e dalle studentesse, qualunque sia l'anno di iscrizione, gli esami relativi ad ambedue gli insegnamenti per i quali è stata stabilita la corrispondenza o la mutuabilità, salvo i casi esplicitamente previsti con delibera del Consiglio di Facoltà.

ATTESTAZIONI DI FREQUENZA ED ESAMI DI PROFITTO

Lo studente e la studentessa, che abbiano ottenuto l'attestazione di frequenza ad un insegnamento, mantengono il diritto a sostenere il relativo esame di profitto anche nel caso in cui l'insegnamento sia disattivato.

INSEGNAMENTI SEMESTRALI

La scelta di due insegnamenti semestrali (di 30 ore ciascuno) è equivalente a tutti gli effetti, se consentito, ad un insegnamento annuale (60 ore).

*INSEGNAMENTI MUTUABILI DA ALTRE FACOLTÀ (PER GLI STUDENTI
IMMATRICOLATI FINO ALL'A.A. 97/98)*

Tra gli insegnamenti a scelta non caratterizzanti può essere inserita soltanto una disciplina di altra Facoltà dell'Ateneo. Tali discipline, a carattere annuale, sono:

Facoltà di Giurisprudenza

- Diritto amministrativo
- Diritto delle Comunità Europee
- Diritto sindacale
- Diritto urbanistico

Facoltà di Scienze MM. FF. SS.

- Statistica matematica

Facoltà di Lettere

- Storia moderna
- Storia contemporanea

NORME TRANSITORIE

Gli studenti e le studentesse dei Corsi di Laurea in **Economia e commercio**, **Economia aziendale** ed **Economia politica** iscritti fino all'a.a. 1997/98 possono continuare e completare i loro studi secondo le norme del vecchio ordinamento.

NORME PER I TRASFERIMENTI INTERNI NELL'AMBITO DELLA

FACOLTÀ DI ECONOMIA DELL'UNIVERSITÀ DI PARMA AI CORSI DI LAUREA DI DURATA QUADRIENNALE

Gli studenti e le studentesse della Facoltà che si trasferiscono da un Corso di Laurea ad un altro della stessa Facoltà, sono ammessi all'a.a. successivo con la convalida degli insegnamenti e delle attestazioni di frequenza comuni ai due Corsi di Laurea, così come riportato nella tabella delle corrispondenze.

Tutti gli esami superati sono convalidati con il voto ed eventualmente con la nuova denominazione riportata nella "Tabella delle corrispondenze" approvata dal Consiglio di Facoltà. Le frequenze già acquisite sono fatte salve anche se la relativa disciplina non è attivata nel nuovo ordinamento e non rientra nella tabella delle corrispondenze.

NORME PER GLI STUDENTI E LE STUDENTESSE CHE CHIEDONO IL TRASFERIMENTO DA ALTRE FACOLTÀ DELL'UNIVERSITÀ DI PARMA O DA ALTRE UNIVERSITÀ.

Gli studenti e le studentesse che chiedono il trasferimento da altre sedi universitarie per i Corsi di Laurea di durata quadriennale della Facoltà di Economia o da Corsi di Laurea di altre Facoltà, devono uniformarsi agli ordinamenti previsti da ciascuno dei Corsi di Laurea. Verranno convalidati d'ufficio soltanto gli esami sostenuti e le firme di frequenza per le discipline aventi la stessa denominazione di quelle attivate in questa Facoltà (delibera C. d. F. 1.6.1989; 30.10.97) e riportate nella tabella delle corrispondenze della presente Guida e successive modificazioni, purchè i corsi prevedano lo stesso numero di ore di insegnamento.

La convalida di esami, relativi a discipline con denominazione diversa o con diverso carico didattico (numero di ore di insegnamento) è subordinata alla approvazione del Consiglio di Facoltà a norma dell'art. 10 del Regolamento Studenti approvato con R.D. 4.6.1938, n. 1269. Lo studente e la studentessa interessati devono presentare

domanda su apposito modulo reperibile presso la Segreteria, allegando i programmi delle discipline di cui chiede la convalida, riferiti all'anno accademico in cui l'esame è stato sostenuto. In ogni caso, gli studenti e le studentesse che chiedono il trasferimento devono uniformarsi agli ordinamenti previsti dalla Facoltà ricevente. Agli studenti ed alle studentesse che chiedono il trasferimento da altre sedi universitarie per i Corsi di Laurea della Facoltà di Economia, può essere concessa l'iscrizione a partire dal secondo anno, qualora gli esami e le idoneità precedentemente superati o frequentati siano almeno tre (delibera del C.d.F. del 24.10.98).

La domanda può essere inoltrata soltanto dopo il perfezionamento di tutte le pratiche amministrative d'iscrizione.

NORME PER L'AMMISSIONE DI LAUREATI E LAUREATE IN DISCIPLINE ECONOMICHE AI CORSI DI LAUREA QUADRIENNALI DELLA FACOLTÀ DI ECONOMIA

I laureati e le laureate in discipline economiche (D.M. 27 ottobre 1992), sia presso l'Università di Parma sia presso altro Ateneo, che chiedono l'iscrizione a uno dei Corsi di Laurea della Facoltà per conseguire il titolo devono attenersi alla seguente normativa:

- 1) per conseguire la laurea nel Corso al quale si chiede l'ammissione le studentesse e gli studenti devono aver superato tutti gli esami fondamentali e caratterizzanti del Corso;
- 2) si ritengono superati gli esami sostenuti durante il conseguimento di altre lauree economiche se per essi è stata richiesta ed ottenuta la convalida dai competenti organi accademici al momento dell'ammissione;
- 3) se al momento dell'ammissione uno studente o una studentessa in possesso di laurea in discipline economiche ottiene la convalida di almeno 18 annualità, è ammesso/a al IV anno di corso di laurea in

Economia e finanza (C.L.E.F.4), Marketing (C.L.A.M.4), Economia aziendale (C.L.E.A.4) ed Economia e commercio (C.L.E.C.4). In ogni caso gli studenti e le studentesse sono ammessi all'anno di corso corrispondente al numero degli esami convalidati ed alle attestazioni di frequenza;

- 4) per conseguire la seconda laurea lo studente e la studentessa dovranno comunque superare un numero minimo di ulteriori 4 esami scelti tra una rosa di insegnamenti indicata dal Consiglio di Facoltà in relazione al curriculum del richiedente; deve inoltre produrre una dissertazione scritta (tesi di laurea) e superare la relativa prova orale.

PIANO DEGLI STUDI

Gli studenti iscritti alle **Lauree Triennali** sono esonerati dalla presentazione dei piani di studio.

Gli studenti iscritti alle **Lauree Quadriennali** devono presentare il piano di studio completo a partire dal terzo anno di corso.

Lo specifico modulo per la redazione del piano (completo di marca da bollo di € 10,33) deve essere presentato alla Segreteria Studenti della Facoltà (Via d'Azeglio,85) anche dagli studenti e dalle studentesse che intendono apportare modifiche al proprio piano dei studi, o da studenti o studentesse trasferiti.

Gli studenti e le studentesse fuori corso, che non hanno esercitato l'opzione tra il vecchio ed il nuovo ordinamento entro l'a.a 97/98 possono chiedere la modifica dei soli insegnamenti opzionali nell'ambito dell'indirizzo in cui si trovano oppure optare per i nuovi corsi di laurea triennali.

Se il piano individuale non rispetta i vincoli fissati dall'ordinamento didattico della Facoltà non viene approvato; in tal caso lo studente o la studentessa vengono convocati ed invitati ad adeguarsi alla normativa vigente. Qualora lo studente o la studentessa non si presenti, la modifica richiesta si intende respinta e resta in vigore il modulo presentato l'anno precedente.

Gli insegnamenti scelti per la prima volta devono essere inseriti come frequenza nell'a.a. in corso e/o successivi.

Per la compilazione dei moduli, è necessario attenersi scrupolosamente alle istruzioni riportate nel retro degli stessi ed a quelle fornite dalla "Commissione Piani di Studio". Al fine di favorire la corretta compilazione, all'inizio dell'anno accademico verrà effettuato un ciclo di incontri a cura della Commissione.

La data di presentazione dei piani di studio verrà comunicata tramite avviso esposto nelle bacheche e sul sito web della Facoltà.

ORDINAMENTO DIDATTICO PER GLI STUDENTI E LE STUDENTESSE FUORI CORSO

Per quanto riguarda l'ordinamento didattico cui devono attenersi, gli studenti e le studentesse immatricolati nell'a.a. 1997/98 o negli anni precedenti devono fare riferimento alle guide didattiche dell'a.a. 2000/2001 e precedenti

PROCEDURE CUI DEVONO ATTENERSI I LAUREANDI E LE LAUREANDE DEI CORSI DI LAUREA QUADRIENNALI

Gli studenti e le studentesse laureandi devono rispettare le seguenti procedure e relative scadenze:

1. deposito del titolo della tesi presso la Segreteria Studenti tramite consegna del relativo modulo **sei mesi** prima della discussione;
2. consegna di tutta la documentazione per l'esame di laurea (3 marche da lire 20.000, domanda a Rettore, libretto universitario, modulo riassuntivo, indagine statistica, versamento di lire 100.000 in Banca) **un mese prima del primo giorno indicato per ogni sessione di laurea.**
3. consegna delle 4 copie tesi, firmate dallo studente o dalla studentessa nell'ultima pagina del testo prima della bibliografia

(quella per la Segreteria rilegata in cartoncino scritta fronte-retro)
venti giorni prima della discussione unitamente all'autorizzazione firmata dal Relatore;

4. superamento e registrazione dell'ultimo esame di profitto **almeno dieci giorni prima** della discussione della tesi (Senato Accademico 06/02/1973).

Nel caso di sopravvenuto impedimento al sostenimento dell'esame di laurea, lo studente è tenuto a **dare tempestiva comunicazione alla Segreteria Studenti.**

N.B. : TUTTE LE SCADENZE SOPRA RIPORTATE HANNO CARATTERE PERENTORIO SENZA POSSIBILITÀ DI DEROGHE.

ESONERO DALLA PROVA DI IDONEITÀ DI INFORMATICA

Gli studenti provenienti da scuole secondarie superiori con indirizzo informatico sono esonerati dalla prova di Idoneità Informatica e ad essi sono attribuiti direttamente i crediti corrispondenti, sulla base di una richiesta formulata dall'Istituto di provenienza ed approvata dal Consiglio di Facoltà.

Sulla base di tale accertamento già effettuato sono esonerati dalla prova di Idoneità Informatica gli studenti provenienti dall'indirizzo informatico (Standard Mercurio) dell'Istituto Tecnico Commerciale "G. Bodoni" di Parma e gli studenti provenienti dall'indirizzo Ragionieri IGEA dell'Istituto Tecnico Commerciale "M. Melloni" di Parma.

Sono inoltre esonerati gli studenti che hanno conseguito uno dei seguenti titoli:

1. Patente europea per l'uso del computer (ECDL, European Computer Driving Licence) riferita ad almeno 5 moduli su 7.
2. Attestato MOUS (Microsoft Office User Specialist) livello EXPERT per Word ed Excel e livello CORE per Powerpoint, Access e Outlook.

NORME PER LE TESI DI LAUREA DEI CORSI QUADRIENNALI

Il Consiglio di Facoltà ha deliberato in data 27 aprile 1999 la seguente normativa per le **tesi di laurea dei corsi quadriennali**:

“Viene attuata una distinzione tra tesi di relazione e tesi di ricerca;
la tesi di relazione consiste generalmente in un elaborato di analisi e commento di documentazione e/o bibliografia di dimensioni contenute, suggerita dal relatore. Il tempo richiesto per una tesi di relazione deve essere limitato (dell'ordine di due o tre mesi). Il lavoro deve avere un livello dignitoso e tale da poterlo qualificare come tesi di laurea;

le tesi di ricerca fanno riferimento a ricerche condotte dal candidato e possono articolarsi in maniera diversa a seconda delle discipline, ma devono in ogni caso prevedere un apporto personale di natura metodologica, applicativa o nell'analisi di un caso;

la scelta tra tesi di relazione e tesi di ricerca viene effettuata dallo studente o dalla studentessa al momento della definizione del titolo, in accordo con il relatore;

la specificazione se si tratta di tesi di relazione o di tesi di ricerca viene effettuata al momento del deposito del titolo a cura dell'interessato sul modulo previsto dalla Segreteria; di questo dovrà essere fatta menzione nel modulo che la Segreteria trasmette alla Commissione di laurea;

lo studente e la studentessa che hanno scelto una tesi di relazione possono successivamente cambiare tale scelta ma, in accordo con il relatore, devono depositare un nuovo titolo. I sei mesi di tempo richiesti per potersi laureare decorrono dal deposito del nuovo titolo; per i punteggi da assegnare alle tesi, ribadendo quanto già in uso nella Facoltà, vengono stabiliti i seguenti limiti:

tesi di relazione: sino a 3 punti;

tesi di ricerca: sino a 7 punti, senza particolari formalità; oltre 7 punti, sino ad un massimo di 10 punti, con giudizio scritto da parte del

correlatore, che dovrà porre in evidenza la metodologia seguita, la documentazione utilizzata e soprattutto le caratteristiche di originalità del lavoro, che lo rendono almeno parzialmente degno di pubblicazione.

Struttura della tesi

La tesi è normalmente divisa in Parti, e queste a loro volta in Capitoli. I Capitoli possono essere ancora suddivisi in Paragrafi, non necessariamente numerati. Vi saranno inoltre una Introduzione, e un capitolo di Conclusioni. La tesi si apre con l'Indice, e si conclude con l'elenco delle Opere Citate.

Introduzione e conclusioni

Nell'introduzione si definisce con esattezza il tema delle tesi, e se ne illustra lo schema, motivando le scelte fatte. Sono poi messe in luce le caratteristiche più importanti del lavoro, insieme con le sue limitazioni.

Nelle conclusioni il candidato potrà riassumere i risultati cui è pervenuto, le riflessioni personali e i passi fondamentali del suo lavoro.

Indice

Nella preparazione dell'indice, occorre tenere presente che la sua funzione non è soltanto di consentire il reperimento dei temi trattati, ma anche quello di offrire al lettore una visione sintetica e ordinata del contenuto della tesi, e in particolare del modo in cui la materia è stata organizzata.

Accanto ai titoli dei Capitoli, l'Indice recherà il numero della pagina di inizio. È consigliabile che l'Indice sia seguito da un Indice dei Grafici e delle Tabelle (se ve ne sono). Grafici e tabelle sono individuati da un titolo e da un numero d'ordine progressivo.

Bibliografia

Alla fine della tesi l'elenco delle Opere Citate contiene l'indicazione bibliografica precisa e completa per articoli, libri e altro materiale già citato nel testo o nelle note. Qualora lo ritenga opportuno, il candidato potrà aggiungere a questo elenco una Bibliografia Essenziale con l'indicazione dei testi - diversi da quelli citati - che egli ritenga fondamentali per la comprensione e lo studio dell'argomento trattato.

NORME PER LE RELAZIONI FINALI DEI CORSI DI LAUREA TRIENNALE

La discussione della relazione finale, alla presenza della commissione composta da almeno sette membri, tra cui il relatore, ha lo scopo di valutare in modo complessivo la preparazione di base e professionale del candidato.

Per essere ammesso alla prova finale, lo studente deve aver superato con esito positivo l'accertamento relativo a tutte le attività previste nel piano di studio per un totale di almeno 174 crediti.

La commissione valuta l'idoneità della prova ai fini dell'acquisizione dei sei crediti previsti attribuendo un eventuale incremento alla media dei voti riportati. La media dei voti, come per le lauree quadriennali, non tiene conto dei due esami con esiti peggiori.

Sono in corso di definizione procedure e tempi per la presentazione degli elaborati presso la Segreteria Studenti.

3.4 LE CORRISPONDENZE TRA CORSI CON DENOMINAZIONI DIVERSE

INSEGNAMENTI a.a. 2001/02 (denominazioni precedenti)	INSEGNAMENTI a.a. 2002/03 (denominazioni attuali)	
Analisi e contabilità dei costi (La contabilità analitica) (30)	Analisi e contabilità dei costi (corso base) (30)	
Analisi di bilancio (60)	Economia aziendale (corso progredito) (60)	
Diritto pubblico comparato (60)	Diritto pubblico (60)	
Econometria (applicata) (30)	Econometria monetaria avanzata (30)	
Economia agraria (60)	Economia agraria (30)	Commercio internazionale dei prodotti agro-alimentari CLAM – (30)
Economia aziendale – Istituzioni (30)	Economia e amministrazione aziendale (30)	
Economia aziendale – Determinazioni quantitative (30)	Contabilità e bilancio I (30)	
Economia degli intermediari finanziari (Gli strumenti Finanziari) (30)	Strumenti Finanziari (30)	
Economia del turismo (30)	Economia e marketing del turismo (30)	
Economia della complessità (30)	Economia industriale II (30)	
Economia delle aziende di assicurazione – Istituzioni e gestione (30)	Assicurazione e gestione dei rischi aziendali (60)	
Economia delle aziende di assicurazione – Strategie competitive (30)		
Economia delle aziende di credito (le analisi di fido in banca) (30)	Economia delle aziende di credito (30)	
Economia delle aziende di credito (rating interni e credit risk management) (30)	Economia delle aziende di credito II (rating interni e credit risk management) (30)	
Economia e gestione dell'azienda agraria e agro-industriale (60)	Strumenti di programmazione nel sistema agroalimentare (30)	Economia dei prodotti agroalimentari tipici e tradizionali (30)
Finanziamenti di azienda (60)	Economia del sistema finanziario (30)	Pianificazione finanziaria (30)

Matematica Finanziaria II (2 mod.) (30)	Teoria matematica del portafoglio finanziario (30)	
Organizzazione e pianificazione del territorio (60)	Economia e gestione delle risorse territoriali (30)	Organizzazione e pianificazione del territorio (30)
Politiche e Strategie aziendali (30)	Metodologie e determinazioni quantitative di azienda (30)	
Programmazione e controllo (30)	Programmazione e controllo (corso base) (30)	
Relazioni industriali (60)	Relazioni industriali (30)	Sociologia del lavoro e delle risorse umane (30)
Revisione aziendale (60)	Revisione aziendale (corso base) (30)	Revisione aziendale (corso avanzato) (30)
Sociologia economica (60)	Società ed economia (presso CL Scienze politiche) (30)	Sociologia del lavoro e delle risorse umane (30)
Tecnica industriale e commerciale (analisi del comportamento del consumatore)(30)	Analisi del comportamento del consumatore (30)	
Tecniche di ricerca e di elaborazione dei dati (60)	Informatica di base (idoneità) (30)	Informatica per Internet (30)
Trade marketing e politiche di vendita (i rapporti di canale nella vecchia e nuova economia) (30)	Rapporti verticali di filiera (30)	

3.5. IL CALENDARIO DELLE LEZIONI

23.09.2002	-	25.10.2002	Lezioni del 1° semestre - 1° periodo (5 settimane)
28.10.2002	-	31.10.2002	Eventuali recuperi lezioni e preappelli
<i>28-29-30-31 ottobre 2002</i>			<i>Tesi di laurea</i>
04.11.2002	-	08.11.2002	Esami di profitto (n. 1 appello)
11.11.2002	-	13.12.2002	Continuazione lezioni del 1° semestre - 2° periodo (5 settimane)
16.12.2002	-	20.12.2002	Eventuali recuperi lezioni e preappelli
23.12.2002	-	06.01.2003	Vacanze natalizie
07.01.2003	-	14.02.2003	Esami di profitto (n.3 appelli)
<i>10-11-12-13-14 febbraio 2003</i>			<i>Tesi di laurea</i>
17.02.2003	-	21.03.2003	Lezioni 2° semestre - 1° periodo (5 settimane)
24.3.2003	-	28.3.2003	Eventuali recuperi lezioni e preappelli
<i>24-25-26-27-28 marzo 2003</i>			<i>Tesi di laurea</i>
31.03.2003	-	04.04.2003	Esami di profitto (n. 1 appello)
07.04.2003	-	16.04.2003	Continuazione lezioni del 2° semestre - 2° periodo (1,5 settimane)
17.04.2003		25.04.2003	Vacanze pasquali
28.04.2003		20.05.2003	Continuazione lezioni del 2° semestre - 2° periodo (3,5 settimane)
21.05.2003	-	30.05.2003	Eventuali recuperi lezioni e preappelli
2.06.2003	-	11.07.2003	Esami di profitto (n. 3 appelli)
<i>7-8-9-10-11 luglio 2003</i>			<i>Tesi di laurea</i>
08.09.2003	-	19.09.2003	Esami di profitto (n. 1 appello)

3.6. I MASTER UNIVERSITARI DI I° LIVELLO

3.6.1 “COMMERCIALIZZAZIONE E LOGISTICA DEI PRODOTTI AGROALIMENTARI”

Referente: Prof. Corrado Giacomini

1. Obiettivi del Master

Il Corso di Master in “Commercializzazione e Logistica dei prodotti AgroAlimentari” (CLAA) vuole formare una figura professionale esperta in commercializzazione e logistica dei prodotti agroalimentari che possa assumere responsabilità nell’area di gestione degli approvvigionamenti in imprese della trasformazione agroalimentare o della grande distribuzione.

2. Le attività formative

2.1 Articolazione generale delle attività formative e di perfezionamento

Il Corso per Master in CLAA è articolato su due periodi per complessive 800 ore.

Il primo periodo, dedicato ad attività formative svolte in aula, prevede 400 ore distribuite tra 4 aree tematiche: sistema agroalimentare e commercio internazionale; qualità e sicurezza alimentare: strumenti e politiche; rapporti clienti/fornitori ed

organizzazione di filiera; logistica e razionalizzazione dei flussi agroalimentari.

Il secondo periodo, invece, è dedicato ad uno stage aziendale per complessive 400 ore di presenza in un'impresa operante nei settori economici pertinenti ai contenuti formativi previsti per il Corso di Master.

2.2. Suddivisione dei crediti formativi

I crediti complessivamente attribuiti al completamento del corso di Master sono 60.

L'attività formativa prevista dal Corso di Master in CLAA è organizzata secondo moduli didattici, riconducibili ai Settori Scientifico-Disciplinari, che originano crediti formativi nelle corrispondenti aree formative.

MODULI DIDATTICI	CREDITI FORMATIVI
Settore agricolo e politica agroalimentare	5
Economia e politica della qualità nell'agroalimentare	3
Il sistema delle imprese agroalimentari	5
Certificazione e rintracciabilità nell'agroalimentare	3
Gestione della qualità nelle tecnologie agroalimentari	5
Marketing dei prodotti agroalimentari	5
Distribuzione e logistica applicata all'agroalimentare	5
Modelli matematici per la logistica	5
Relazioni industriali	3
Diritto internazionale commercio agroalimentare	5
Stage aziendale	16
Totale complessivo	60

2.3 Modalità di svolgimento delle verifiche e delle prove finali

Durante la fase di didattica in aula sono previsti periodi di studio individuale finalizzati a superare le prove di verifica intermedia che si svolgono, in forma scritta e con cadenze regolari, alla conclusione delle attività formative previste da ogni area tematica.

Al giudizio complessivo le diverse prove concorrono nella seguente proporzione:

- 30 % le verifiche intermedie svolte durante il I° periodo;
- 25 % la prima prova finale a completamento del I° periodo;
- 20 % l'elaborato in forma scritta alla conclusione dello stage aziendale;
- 25 % la seconda prova finale che prevede discussione dell'elaborato e colloquio.

3. Ammissione al Master

Il Master CLAA è rivolto ad un massimo di 35 partecipanti; il numero minimo di iscritti senza i quali il Corso non può essere attivato è fissato in 12 unità.

L'ammissione al corso è subordinata al superamento di una selezione articolata in una valutazione per titoli ed in una prova attitudinale e motivazionale.

L'impegno richiesto allo studente è la frequenza a tempo pieno del periodo di formazione ed il rispetto dell'orario aziendale durante il tirocinio presso le imprese.

Gli interessati a partecipare al Corso per Master CLAA devono essere in possesso di una laurea di primo livello o di un diploma universitario equipollente conseguiti presso Facoltà di Economia,

Scienze Politiche, Scienze Agrarie, Medicina Veterinaria, Ingegneria,
Giurisprudenza, Scienze Naturali.

3.6.2 “SVILUPPO LOCALE”

Referente: Prof. Guglielmo Wolleb

1. Obiettivi del Master

Il Master in Sviluppo Locale è finalizzato a formare una figura professionale - il Promotore dell'economia e dello sviluppo locale - dotata di competenze nel campo della promozione dello sviluppo locale all'interno delle amministrazioni pubbliche, di associazioni, di organizzazioni private e di società di servizi.

2. Le attività formative

2.1 Articolazione generale delle attività formative e di perfezionamento

Il Master si sviluppa nell'arco di un intero anno accademico per complessive 1500 ore.

La prima fase – che dà diritto a 44 crediti - è dedicata ad attività formative svolte in aula per un totale di circa 600 ore. Diversi i moduli che vengono coperti: risorse, mercato e istituzioni dello sviluppo locale; storia dello sviluppo locale; politiche nazionali ed europee per lo sviluppo locale; gli attori istituzionali: competenze, ruoli e forme cooperative; teoria e pratica dell'azione collettiva tra imprese; strumenti delle politiche di sviluppo locale; statistica e metodi applicativi per l'analisi territoriale; analisi operativa dei sistemi locali; programmazione e ciclo dei progetti; monitoraggio e valutazione delle politiche pubbliche; marketing sociale e territoriale; politiche per le risorse umane; politiche dell'ambiente e del patrimonio naturale; servizi alla persona; politiche dei beni culturali; scrittura e comunicazione; socializzazione dei partecipanti e sviluppo delle

capacità relazionali e di leadership.

La seconda fase prevede un periodo di stage di 500 ore presso enti pubblici, istituzioni intermedie e aziende dove gli studenti parteciperanno a progetti coerenti con le attività di formazione svolte in aula. La selezione degli enti e delle aziende viene effettuata dal Consiglio di Corso del Master. La fase di stage dà diritto a 16 crediti.

L'attività di studio individuale connessa è di 400 ore complessive

2.2 Suddivisione dei crediti formativi

I crediti complessivamente attribuiti al completamento del corso di Master sono 60.

L'attività formativa prevista dal Corso di Master in Sviluppo Locale è organizzata secondo moduli didattici riconducibili ai settori scientifico - disciplinari che originano crediti formativi nelle corrispondenti aree formative.

Tuttavia i crediti articolati secondo il prospetto riportato sono maturati congiuntamente e possono essere fruiti in modo distinto solo al conseguimento del titolo di Master in Sviluppo Locale.

MODULI DIDATTICI	CREDITI FORMATIVI
Risorse, mercato e istituzioni dello sviluppo locale	3
Storia dello sviluppo locale	3
Politiche nazionali ed europee per lo sviluppo locale	3
Gli attori istituzionali: competenze, ruoli e forme cooperative	3
Teoria e pratica dell'azione collettiva tra imprese	4
Strumenti delle politiche di sviluppo locale	5

Statistica e metodi applicativi per l'analisi territoriale	4
Analisi operativa dei sistemi locali	3
Programmazione e ciclo dei progetti	3
Monitoraggio e valutazione delle politiche pubbliche	4
Marketing sociale e territoriale	2
Politiche per le risorse umane	3
Politiche dell'ambiente e del patrimonio naturale, Servizi alla persona, Politiche dei beni culturali	2
Socializzazione dei partecipanti e sviluppo delle capacità relazionali e di leadership	1
Scrittura e Comunicazione	1
Stage aziendale	16
Totale complessivo	60

2.3 Modalità di svolgimento delle verifiche e delle prove finali

L'ottenimento del titolo di Master in Sviluppo Locale è subordinato ad una valutazione complessiva articolata in diverse prove che, insieme, concorrono al giudizio finale:

- valutazione della fase d'aula che comprende prove intermedie, frequenza e livello di partecipazione in aula. (30% della valutazione complessiva);
- valutazione della fase di stage (20% della valutazione complessiva);
- prova finale attraverso esami scritti ed orali (50% della valutazione complessiva).

3. Ammissione al Master

Il numero massimo di studenti ammessi al Master è 25; il numero minimo di iscritti per attivarlo è invece di 20 unità. La partecipazione al Master in Sviluppo Locale è subordinata al superamento di una prova di selezione basata su tre parametri: test psico - attitudinali, colloqui motivazionali e valutazione del curriculum.

La partecipazione al Master è aperta a coloro che sono in possesso di una laurea quadriennale, di un diploma universitario e, in futuro, di una laurea di primo livello nelle discipline giuridiche, economiche, sociali, politiche, umanistiche e scientifiche (Facoltà di Economia, Scienze Statistiche, Ingegneria, Architettura, Lettere e Filosofia, Giurisprudenza, Sociologia, Scienze della Comunicazione, Scienze Politiche, Scienze dell'educazione, Psicologia).

3.6.3 “POLITICHE DEL LAVORO E RISORSE UMANE”

Referente: Prof. Marco Carcano

1. Obiettivi del Master

Il Master si propone di formare figure di esperti nella gestione e valorizzazione delle risorse umane e delle politiche del lavoro. In particolare, l'obiettivo formativo prioritario del corso è quello di consentire ai partecipanti di acquisire capacità di analisi delle strutture organizzative, possedere le metodologie di gestione e valorizzazione delle risorse umane nelle imprese, acquisire capacità di analisi del mercato del lavoro, possedere una strumentazione di progettazione di interventi in materia di politiche attive del lavoro, di servizi per l'impiego e di interventi formativi, conoscere gli assetti istituzionali e operativi del sistema di politiche del lavoro.

2. Le attività formative

2.1. Articolazione generale delle attività formative e di perfezionamento

Il Master si sviluppa nell'arco di un intero anno accademico per complessive 1500 ore. Il corso si articola in due principali periodi.

Nel primo, dedicato ad attività formative svolte in aula, sono previste 580 ore distribuite in 9 aree tematiche: il mercato del lavoro; il diritto del lavoro; le politiche di welfare; le politiche del lavoro; l'organizzazione; l'impresa; la gestione delle risorse umane: aspetti individuali e collettivi; i servizi per l'impiego; le competenze trasversali.

Nel secondo periodo viene svolto uno stage presso un'azienda per complessive 560 ore volte alla realizzazione di un progetto di ricerca su aspetti attinenti le discipline impartite nel corso. Allo studio individuale sono dedicate 360 ore.

In termini di crediti formativi, 44 attengono alla fase di aula, mentre 16 si riferiscono al project work sviluppato durante la fase dello stage. Le aziende vengono selezionate dal Consiglio di Corso del Master.

2.2 *Suddivisione dei crediti formativi*

I crediti complessivamente attribuiti al completamento del corso di Master sono 60. L'attività formativa è organizzata secondo moduli didattici riconducibili ai settori scientifico disciplinari che originano crediti formativi nelle corrispondenti aree formative.

I crediti, articolati secondo il prospetto sotto riportato, sono maturati congiuntamente ed, eventualmente, possono essere fruiti in modo distinto, solo al conseguimento dei titoli di Master in Lavoro e Risorse Umane.

MODULI DIDATTICI	CREDITI FORMATIVI
Mercato e istituzioni del lavoro	5
Diritto del lavoro	5
Le politiche di welfare e gli strumenti di incentivazione all'occupazione	5
Le politiche del lavoro e i servizi per l'impiego	5
L'organizzazione	5
L'impresa	5
La gestione delle risorse umane	10
Le competenze trasversali	4

Stage aziendale	16
Totale crediti	60

2.3 Modalità di svolgimento delle verifiche e delle prove finali

Durante la fase didattica in aula sono previsti periodi di studio individuale finalizzati a superare le prove di verifica intermedia che si svolgono, in forma scritta e con cadenza regolare, alla scadenza delle attività formative di ciascuna area tematica.

Il secondo periodo è dedicato allo svolgimento dello stage in azienda. La fruizione dello stage aziendale è subordinata al superamento delle prove di verifica della fase di aula.

Il partecipante, a conclusione della fase dello stage, è tenuto a presentare un elaborato scritto sull'attività svolta e sul progetto aziendale affrontato. Questo elaborato e la sua discussione costituiscono parte integrante della seconda prova che si svolge a conclusione del secondo periodo.

Il titolo di Master in PL&RU è rilasciato a conclusione delle prove di verifica che sono composte dai seguenti livelli che concorrono al giudizio finale secondo la proporzione indicata:

- somministrazione di test sulle tematiche trattate in aula (35%),
- elaborato sull'attività di stage (35%),
- colloquio finale (30%).

3. Ammissione al Master

Il Master PL&RU è rivolto a 25 partecipanti. I candidati saranno selezionati sulla base del curriculum individuale, dei risultati di test psico attitudinali, di un colloquio individuale motivazionale.

L'impegno richiesto allo studente è la frequenza a tempo pieno del periodo di formazione ed il rispetto dell'orario stabilito durante la fase di tirocinio presso le imprese.

Coloro che intendono partecipare al Master in Lavoro e Risorse Umane devono essere in possesso di una laurea quadriennale (in futuro anche di primo livello) conseguita presso le Facoltà di Economia, Lettere e Filosofia, Giurisprudenza, Scienze statistiche, Scienze della comunicazione, Scienze politiche, Sociologia, Scienza dell'educazione, Psicologia, Ingegneria gestionale.

3.6.4 “MARKETING E MANAGEMENT DELLE RISORSE TERRITORIALI”

Referenti: Prof. Edoardo Sabbadin – Prof. Marco Elefanti

1. Obiettivi del Master

Il Master in Marketing e Management delle Risorse Territoriali intende fornire una visione integrata del processo di governo strategico delle condizioni di insediamento delle imprese nel territorio, sia sotto il profilo delle misure volte a favorire la crescita e la competitività esterna, sia delle iniziative destinate a potenziare la capacità attrattiva dell'area. Il Master si pone, inoltre, l'obiettivo di presentare le logiche di valorizzazione e comunicazione delle attività di un'area geografica.

Il Master è finalizzato all'inserimento professionale presso i seguenti enti, istituzioni ed imprese: associazioni imprenditoriali, imprese che operano in distretti industriali, enti pubblici territoriali, agenzie di sviluppo del territorio, enti fieristici e società di consulenza.

2. Le attività formative

2.1 Articolazione generale delle attività formative e di perfezionamento

L'attività formativa del Master in Marketing e Management delle Risorse Territoriali si articola in due sezioni principali. La prima prevede un'attività didattica caratterizzata da elevata interazione tra docenti e studenti.

La seconda parte contempla uno stage aziendale e lo sviluppo di un project work.

2.2 Suddivisione dei crediti formativi

I crediti complessivamente attribuiti al completamento del corso di Master sono 60, ripartiti come indicato nella tabella seguente.

MODULI DIDATTICI	CREDITI FORMATIVI
Economia e gestione delle risorse territoriali	6
Marketing del turismo	5
Economia delle imprese di pubblici servizi	5
Green Marketing e management dell'ecologia	5
Marketing dei beni artistici e culturali	5
Marketing territoriale degli insediamenti produttivi	5
Storia dello sviluppo locale	5
Modelli statistici per il marketing territoriale	5
Analisi dei sistemi territoriali	5
Sistemi e metodi di finanziamento delle opere e delle iniziative di pubblica utilità	5
Stage aziendale	9
Totale complessivo	60

2.3 Modalità di svolgimento delle verifiche e delle prove finali

Per il conseguimento del titolo, lo studente deve svolgere un progetto su un tema concordato con l'azienda presso cui svolgerà uno stage formativo (per un impegno pari a 9 crediti).

3. Ammissione al Master

Il Master è rivolto ad un massimo di 25 partecipanti e verrà attivato al raggiungimento del numero minimo di 15 iscritti.

Possono accedere al Master in Marketing e Management delle Risorse Territoriali, senza alcun debito formativo, i laureati delle Lauree triennali e quadriennali della Facoltà di Economia eventualmente selezionati sulla base di una prova di ingresso basata sulla valutazione di titoli ed una prova attitudinale e motivazionale.

3.6.5 “MARKETING DELL’INFORMAZIONE”

Referenti: Prof. Valentino Gandolfi – Prof. Andrea Cerioli

1. Obiettivi del Master

Il Master in Marketing dell’Informazione intende offrire opportunità di professionalizzazione coerenti con il mutato ambiente economico-sociale, caratterizzato da interdipendenza, complessità e velocità crescenti, in gran parte determinate dalla “rivoluzione” nelle tecnologie dell’informazione e della comunicazione.

Obiettivo dell’attività di formazione del Master è quello di formare una figura professionale con competenze pratico-operative che possa gestire efficacemente il rapporto tra l’impresa e il mercato, sia attraverso la progettazione, gestione e controllo delle attività di marketing, sia attraverso la realizzazione, gestione e controllo di strategie integrate tra mercato fisico e mercato virtuale.

I contenuti del Master rispondono ai più elevati standard europei di qualità, innovatività e aderenza ai bisogni del mercato, così come sancito dal Comitato Pan-europeo per l’Accreditamento della Formazione nel Marketing (PEEAC), costituito da esperti e studiosi in seno al progetto Leonardo della Unione Europea.

2. Le attività formative

2.1 Articolazione generale delle attività formative e di perfezionamento

Il percorso di studi del Master in Marketing dell’Informazione

si compone di due parti.

La prima parte è svolta in aula secondo le modalità di didattica sia tradizionale sia interattiva. La seconda parte verte su uno stage aziendale e, contestualmente, sullo svolgimento di un project work finalizzato da parte dei singoli allievi.

2.2 Suddivisione dei crediti formativi

Complessivamente, l'attività formativa del Master dà origine a 60 crediti didattici, ripartiti come indicato nella tabella che segue.

MODULI DIDATTICI	CREDITI FORMATIVI
Direct, data based e Internet marketing	5
Marketing strategico (Strategie di sviluppo dei nuovi prodotti)	4
Strategie di e-business	5
Rapporti di canale nella vecchia e nuova economia	4
Comunicazione integrata e vertical branding	4
Analisi del comportamento del consumatore	4
Sistemi informativi per il marketing	5
Analisi dei dati e data mining	5
Informatica per Internet	5
Modelli statistici per il web mining	4
Costruzione e gestione di siti web	4
Diritto di proprietà intellettuale per Internet	3
Stage aziendale con project work	8
Totale complessivo	60

2.3 Modalità di svolgimento delle verifiche e delle prove finali

Al termine di ogni insegnamento è prevista una prova di verifica, che si svolgerà secondo le modalità individuate dai docenti in relazione agli obiettivi dei singoli moduli e alla finalità del Master.

Al termine del periodo di stage gli allievi sono tenuti a presentare un elaborato scritto (project work) sul caso aziendale affrontato. Tale elaborato e la sua discussione completano il percorso di studi del Master.

Al giudizio complessivo concorrono i seguenti componenti:

- le verifiche svolte al termine degli insegnamenti per il 60%;
- l'elaborato in forma scritta redatto a conclusione dello stage (project work) per il 30%;
- la discussione dell'elaborato di fronte alla commissione (appositamente costituita per la valutazione delle competenze acquisite) per il 10%.

3. Ammissione al Master

Il Master è rivolto ad un numero massimo di venticinque partecipanti e verrà attivato al raggiungimento di un numero minimo di quindici iscritti.

Possono accedere al Master in Marketing dell'Informazione i laureati in Economia, senza alcun debito formativo. I candidati saranno eventualmente selezionati sulla base di una prova di ingresso basata sulla valutazione di titoli e su una prova attitudinale e motivazionale.

3.6.6 “CORPORATE BANKING”

Referente: Prof. Eugenio Pavarani

1. Obiettivi del Master

Il Corso di Master in “Corporate Banking” intende formare esperti *corporate* per il settore bancario. Non è esclusa, tuttavia, la possibilità per i partecipanti di impiegare le competenze acquisite nel settore manifatturiero con responsabilità nell’ambito della finanza d’impresa.

2. Le attività formative

2.1 Articolazione generale delle attività formative e di perfezionamento

Il Corso per Master in “Corporate Banking” si articola su due periodi per 700 ore complessive di attività. Di queste circa il 50% sono dedicate alla didattica in aula e le rimanenti all’attività sul campo.

L’attività formativa di base è organizzata su 3 moduli fondamentali: gli strumenti di valutazione dell’impresa e l’analisi degli investimenti; strumenti, tecniche ed operazioni di copertura del fabbisogno finanziario aziendale; strumenti di analisi dei rischi. Tale attività è completata dalla presenza di alcuni seminari specialistici.

Il secondo periodo è dedicato ad uno stage aziendale presso banche o imprese volto ad approfondire uno specifico tema scelto dal partecipante e organizzato come lavoro di ricerca.

2.2 *Suddivisione dei crediti formativi*

I crediti complessivamente attribuiti al completamento del corso di Master sono 60.

L'attività formativa prevista dal Corso di Master è organizzata secondo moduli didattici, riconducibili ai Settori Scientifico-Disciplinari, che originano crediti formativi nelle corrispondenti aree formative.

MODULI DIDATTICI	CREDITI FORMATIVI
Analisi finanziaria e stima del fabbisogno	4
Analisi dei flussi e degli equilibri aziendali	2
Analisi degli investimenti	2
Analisi competitiva e fabbisogni finanziari	4
Valutazione d'azienda	4
Metodologie per l'analisi finanziaria	4
La copertura dei fabbisogni fin. di breve e M/L termine	4
Corporate & Investment Banking	5
Crisi e risanamento d'impresa	4
Ottimizzazione finanziaria: teoria e applicazioni	4
Marketing bancario	4
Rating e Credit Risk Management	4
Derivati e copertura dei rischi aziendali	4
Totale	49
SEMINARI	
La valutazione degli intangibles	1
Assicurazione dei rischi aziendali	1

Tax Planning e ottimizzazione fiscale	1
STAGE AZIENDALE	8
Totale complessivo	60

2.3 Modalità di svolgimento delle verifiche e delle prove finali

Durante il corso sono previsti periodi di studio individuale finalizzati a superare le prove di verifica intermedie. Queste sono previste, in forma scritta o orale, alla conclusione delle attività formative di ciascun modulo.

Il titolo di Master Universitario di Primo livello in “Corporate Banking” è rilasciato dopo un colloquio finale di accertamento delle competenze complessivamente acquisite, tenendo conto dell’attività di tirocinio e dell’elaborato prodotto nel corso della seconda fase, dedicata allo stage aziendale. Le diverse prove concorrono al giudizio complessivo nella seguente proporzione:

- 30% le verifiche intermedie del primo modulo;
- 35% le verifiche intermedie del secondo modulo;
- 20% le verifiche intermedie del terzo modulo;
- 10% l’elaborato prodotto nel corso dello stage;
- 5% la prova finale.

3 Ammissione al Master

Il Master in “Corporate Banking” prevede un numero massimo di 30 partecipanti ed un numero minimo di 10 iscritti.

L’ammissione è subordinata al superamento di una selezione articolata in una valutazione per titoli e in una prova attitudinale e motivazionale.

L’impegno richiesto alla studente prevede la frequenza a tempo pieno dei corsi e il rispetto dell’orario aziendale durante il periodo di

stage.

Possono partecipare al corso di master coloro che sono in possesso di una laurea di primo livello o di un diploma di laurea equipollente conseguiti presso la Facoltà di Economia, Ingegneria, Giurisprudenza e Scienze Politiche.

3.6.7 “AMMINISTRAZIONE AZIENDALE PER LA LIBERA PROFESSIONE”

Referente: Prof. Paolo Andrei

1. Obiettivi del Master

Il Master in Amministrazione Aziendale per la Libera Professione intende formare i partecipanti alle attività libero professionali attinenti alla consulenza aziendale svolta nell'ambito della libera professione di Dottore e Ragioniere Commercialista. Il percorso formativo del Master risulta infatti particolarmente adeguato per tutti coloro che svolgono il triennio di praticantato propedeutico al sostenimento dell'Esame di Stato per l'abilitazione all'esercizio della libera professione.

2. Le attività formative

2.1 Articolazione generale delle attività formative e di perfezionamento

Il Corso per Master - onde favorire coloro che svolgono attività di praticantato presso studi professionali – prevede che le lezioni si svolgano dal lunedì al venerdì pomeriggio.

Al termine del percorso formativo attinente ai diversi insegnamenti impartiti nel corso del Master, è prevista la realizzazione da parte degli allievi di un “project work”, che consiste nella elaborazione di un caso di studio su argomenti sviluppati nel corso della pratica

professionale svolta in concomitanza con la frequenza del Master.

2.2 Suddivisione dei crediti formativi

Il conseguimento del Master Universitario in Amministrazione Aziendale per la Libera Professione consentirà ai partecipanti il conseguimento di complessivi 60 crediti formativi, ripartiti nei settori scientifico-disciplinari indicati nel piano degli studi di cui alla tabella sotto riportata.

MODULI DIDATTICI	CREDITI FORMATIVI
Diritto Tributario	4
Diritto delle procedure concorsuali	5
Tax planning internazionale	4
Revisione Aziendale	9
Analisi e contabilità dei costi	4
Temi speciali di bilancio	5
Bilancio consolidato	5
Contabilità delle aziende pubbliche	5
Operazioni di gestione straordinaria	4
Ragioneria internazionale	4
Statistica aziendale e analisi dei dati	6
Project Work finale	5
Totale complessivo	60

3. Ammissione al Master

Il numero massimo di allievi che potranno frequentare il Master

è fissato in 50, mentre non sarà attivato se il numero di allievi sarà inferiore a 30.

Possono accedere al Master Universitario in Amministrazione Aziendale per la Libera Professione i laureati quadriennali dell'area Economica e in Scienze Politiche ed i laureati triennali delle classi 17 (lauree in scienza dell'economia e della gestione aziendale) e 28 (lauree in scienze economiche).

Tutti gli allievi del Master dovranno, in concomitanza con la frequenza delle lezioni, essere impegnati in attività di praticantato presso studi professionali.

3.6.8 GESTIONE DEL RISPARMIO “e- Mgierre”

Referente: Prof. Stefano Monferrà

1. Obiettivi del Master

E-Mgierre è un Corso di perfezionamento post laurea che si propone di rispondere ad esigenze di approfondimento culturale e di aggiornamento e qualificazione professionale nel campo della gestione del risparmio. I partecipanti devono poter sviluppare conoscenze e competenze nel campo della gestione del risparmio al fine di svolgere la loro attività professionale nell'ambito degli intermediari finanziari che si occupano della gestione dei portafogli mobiliari e della consulenza finanziaria.

Il Master viene rilasciato come titolo della Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Parma, ma si avvale della collaborazione di altre sedi universitarie collegate tra loro in consorzio.

2. Le attività formative

2.1 Articolazione generale delle attività formative e di perfezionamento

Il Corso è articolato su più periodi.

Sono previste complessivamente 140 ore di aula, relative alle attività formative di base e caratterizzanti, alle quali vanno aggiunti gli impegni relativi alle attività integrative ed affini, e quelle scelte dal partecipante, il cui impegno in termini di ore effettive di aula dipenderà dalla natura delle iniziative seguite.

Le aree tematiche del corso sono: analisi ambientale e regolamentazione; struttura e funzionamento dell'area d'affari della gestione del risparmio; asset allocation e valutazione della

performance; assetti istituzionali, organizzazione e distribuzione; gestione delle relazioni con la clientela. Aspetto peculiare del Master è che l'attività didattica, oltre che in forma tradizionale, viene svolta avvalendosi delle metodologie proprie della formazione a distanza.

La realizzazione di un progetto sul campo oppure lo svolgimento di un periodo di stage in azienda sono considerati parti integranti e obbligatorie del Corso. Tali attività consentono di maturare una parte significativa (20%) dei crediti formativi complessivi. Lo stage o il progetto devono svolgersi presso banche, intermediari finanziari e altri soggetti impegnati in attività connesse con la gestione del risparmio ed hanno ad oggetto tematiche attinenti il Corso.

2.2 Suddivisione dei crediti formativi

I crediti complessivamente attribuiti al completamento del corso di Master sono 60.

L'attività formativa prevista dal Corso di Master e - Mgierre è organizzata secondo moduli didattici, riconducibili ai Settori Scientifico-Disciplinari, che originano crediti formativi nelle corrispondenti aree formative.

MODULI DIDATTICI	CREDITI FORMATIVI
Economia monetaria	4,5
Economia del mercato mobiliare	4,0
Gestione dei portafogli e asset allocation	4,0
Gestione degli intermediari finanziari	4,0
Valutazione dei titoli mobiliari	4,0
Analisi dei bisogni e gestione delle relazioni di clientela	4,0
Metodi quantitativi di gestione dei portafogli	4,5
Diritto tributario	2,0

Diritto dei mercati finanziari	4,5
Elementi di marketing operativo	4,5
Totale	40
Stage aziendale	12
Attività integrative, affini ed a scelta	8
Totale complessivo	60

2.3 Modalità di svolgimento delle verifiche e delle prove finali

La valutazione dell'attività svolta dai partecipanti avviene prima di tutto attraverso il continuo monitoraggio delle modalità e dei tempi di navigazione del sito e la rilevazione della frequenza delle presenze alle attività tradizionali.

L'impegno ed i risultati relativi alle diverse attività previste (contributo alle attività on line, qualità dei lavori presentati, ecc.) sono oggetto di continua valutazione da parte dei docenti e dei tutor e periodicamente discussi con il singolo partecipante.

Alla conclusione di ogni Area tematica viene svolta presso ciascuna sede del Corso una prova di valutazione il cui superamento consente la maturazione dei crediti relativi alle specifiche materie proprie dell'Area tematica. Nell'ambito di ciascuna Area tematica sono previsti numerosi test di autovalutazione, finalizzati esclusivamente ad una verifica individuale da parte dello studente, del proprio livello di preparazione e dei progressi compiuti nell'apprendimento. Tali test non sono oggetto di valutazione da parte dei docenti.

3. Ammissione al Master

Il Master e - Mgierre è rivolto ad un massimo di 100 partecipanti.

Gli interessati a partecipare al Master devono essere in possesso

di una laurea di primo livello o di un diploma universitario equipollente conseguiti presso Facoltà di Economia, Scienze Politiche, Giurisprudenza (Classi di studio 15, 17, 28, 31, 35) e in altri Corsi di Laurea che il Consiglio del Corso giudichi idonei all'atto della selezione. E' prevista una prova di selezione dei candidati.

3.6.9 “MARKETING MANAGEMENT”

Referente: Prof. Gianpiero Lugli

1. Obiettivi del Master

Il Corso di Master in “Marketing Management” realizzato in collaborazione con il Sole 24 ORE si propone di formare i partecipanti allo sviluppo di competenze distintive nel campo del marketing al fine di consentire un miglior percorso di carriera nell'ambito delle imprese industriali, commerciali e di servizi che operano nel largo consumo. Coloro che conseguiranno il Diploma di Master possono trovare un naturale sbocco in diversi contesti aziendali.

2. Le attività formative

2.1 Articolazione generale delle attività formative e di perfezionamento

Il Corso per Master in Marketing Management ha una durata di 11 mesi e prevede un percorso formativo di complessive 1.500 ore, delle quali 800 di aula e 700 di stage in azienda per la realizzazione del Field Project.

A queste 1.500 ore di didattica e di stage devono essere

aggiunte le ore di studio individuale da parte dei partecipanti per la preparazione alle verifiche e la realizzazione dei progetti di lavoro.

I primi sette mesi del Corso sono dedicati alla fase di aula, che si articola in 23 moduli disciplinari della durata di circa una settimana ciascuno. In tale periodo vengono affrontate le tematiche relative all'analisi e alle strategie di mercato, agli strumenti e ai modelli organizzativi di marketing, all'analisi del marketing operativo e all'internet marketing. Al termine i partecipanti sono chiamati a presentare due piani di marketing volti a verificare il grado di apprendimento maturato, nonché la capacità di ottenere risultati mediante l'apporto del gruppo.

Nel secondo periodo il partecipante viene impegnato per un periodo di quattro mesi nella realizzazione di un progetto specifico di marketing presso un'azienda operante nei settori industriale, commerciale, o di servizi ovvero in un istituto di ricerca. Il Master si conclude con la presentazione in forma pubblica dei risultati del Field Project.

2.2 Suddivisione dei crediti formativi

I crediti complessivamente attribuiti al completamento del corso di Master sono 60. Di questi, 45 attengono alla fase di aula, mentre 15 si riferiscono al project work.

L'attività formativa prevista dal Corso di Master è organizzata secondo moduli didattici, riconducibili ai Settori Scientifico-Disciplinari, che originano crediti formativi nelle corrispondenti aree formative.

MODULI DIDATTICI
Comportamento organizzativo e Team Building
Impresa e analisi competitiva

Personal Computing e Data Mining
Analisi e Valutazioni Economico-finanziarie
Marketing strategico
Consumer analysis
Scenario distributivo
Marketing agro-alimentare e politiche di filiera
Fonti e sistemi di Marketing Intelligence
Logistica e Supply chain
Web Marketing
Modelli Organizzativi di Marketing
Trade Marketing
Innovazione e Product management
Budgeting e controllo per il Marketing
Pricing Policy
Comunicazione
Pianificazione Media
DataBase Marketing e Customer
Distributive Marketing
Rapporti di Canale e Vertical Strategy
In Store Marketing
Efficacia Espositiva Scritta e Orale
Project Work finale

2.3 Modalità di svolgimento delle verifiche e delle prove finali

Durante lo svolgimento del Corso sono previsti due momenti di verifica volti a fornire sia ai docenti che ai partecipanti un puntuale

ritorno circa l'efficacia del processo di apprendimento in atto; una prima valutazione avviene all'inizio del mese di gennaio e fa riferimento alle tematiche sviluppate nei primi tre mesi, la seconda si svolge in aprile e attiene al secondo blocco di discipline analizzate. Alla fine dello stesso mese vengono altresì valutati i Marketing Plan (di prodotto e di categoria) realizzati a livello di singolo gruppo.

3. Ammissione al Master

Il Master in Marketing Management è rivolto ad un massimo di 40 partecipanti.

Il titolo minimo di ammissione è la laurea triennale. E' prevista una selezione dei candidati da effettuarsi tenendo conto dei seguenti fattori: risultati di un test psico-attitudinale e logico; titolo di studio e votazione; conoscenza delle lingue straniere e del PC; esperienza di lavoro; colloquio individuale.

4. L' ORGANICO DELLA FACOLTA'

Il Personale della Facoltà dispone di un indirizzo di posta elettronica composto nel modo seguente: nome.cognome@unipr.it

4.1 I PROFESSORI ED I RICERCATORI

Professori Ordinari	
Prof. ANDREI Paolo	0521-032381
Prof. ANGIELLO Luigi	0521-032424
Prof. ARRIGHETTI Alessandro	0521-032404
Prof. BASINI Gian Luigi	0521-032463
Prof. BIAGIOLI Mario	0521-032408
Prof. BIANCHINI Marco	0521-032427
Prof.ssa CANALI Carla	0521-032476
Prof. CRISTINI Guido	0521-032243
Prof. DAVERI Francesco	0521-032432
Prof. DE LAURENTIS Giacomo	0521-032489
Prof.ssa FELLEGGARA Anna Maria	0521-032492
Prof. FORNARI Daniele	0521-032394
Prof. GALASSI Giuseppe	0521-032440
Prof. GANDOLFI Valentino	0521-032438
Prof. GEROLDI Giovanni	0521-032459
Prof. GIACOMINI Corrado	0521-032415
Prof. GOZZI Giorgio	0521-032418
Prof. GUENZI Alberto	0521-032245
Prof. LUGLI Giampiero	0521-032439
Prof. MIANI Franca	0521-032477
Prof. MANSANI Luigi	0521-032422

Prof. MUNARI Luciano	0521-032435
Prof.ssa OLIVIERI Annamaria	0521-032387
Prof. SCARAVELLI Corrado	0521-032474
Prof. SERAVALLI Gilberto	0521-032430
Prof. SOMAINI Eugenio	0521-032382
Prof. TAGLIAVINI Giulio	0521-032437
Prof.ssa URGELETTI Giulia	0521-032419
Prof. VERGA Giovanni	0521-032409
Prof. WOLLEB Guglielmo	0521-032410
Prof. ZANGRANDI Antonello	0521-032442
Prof. ZANI Sergio	0521-032458

Professori Associati

Prof. ARFINI Filippo	0521-032496
Prof. AZZALI Stefano	0521-032492
Prof.ssa BAGLIONI Mirella	0521-032494
Prof. BENASSI Alberto	0521-032434
Prof. CACCIAMANI Claudio	0521-032506
Prof. CERIOLI Andrea	0521-032491
Prof. DACCO' Giuseppe	0521-032406
Prof. DI NELLA Luca	0521-032475
Prof. ELEFANTI Marco	0521-032470
Prof. GANDOLFI Gino	0521-032398
Prof.ssa MILIOLI Maria Adele	0521-032465
Prof.ssa MODESTI Paola	0521-032388
Prof. MONFERRA' Stefano	0521-032396
Prof. PALLOTTINI Michele	0521-032460
Prof. PAVARANI Eugenio	0521-032483
Prof.ssa PIERGIGLI Valeria	0521-032475
Prof. PODESTA' Gianluca	0521-032473
Prof. POLI Stefano	0521-032425
Prof. RAVAZZONI Roberto	0521-032406
Prof. RIANI Marco	0521-032478
Prof. SABBADIN Edoardo	0521-032268

Prof. SCHIANCHI Augusto	0521-032472
Prof. SPANO Eduardo	0521-032423
Prof.ssa TANZI Anna	0521-032443
Prof. ZUPPIROLI Marco	0521-032468

Ricercatori ed Assistenti Ordinari

Dott. ANGELONE Guido	0521-032461
Dott.ssa BALLUCHI Federica	0521-032470
Dott. BARGELLI Claudio	0521-032485
Dott. CARCANO Marco	0521-032471
Dott.ssa CARDINALI Maria Grazia	0521-032479
Dott. CILLONI Andrea	0521-032470
Dott. CONSIGLIERI Claudio	0521-032392
Dott. CURATOLO Salvatore	0521-032403
Dott. DIECI Roberto	0521-032388
Dott. FABBRI Paolo	0521-032403
Dott. GIOVATI Antonio	0521-032488
Dott. GRANDI Alberto	0521-032244
Dott. GROSSI Luigi	0521-032490
Dott. LATUSI Sabrina	0521-032393
Dott. LUCERI Beatrice	0521-032204
Dott. MAGAGNOLI Stefano	0521-032471
Dott. MENEGATTI Mario	0521-032403
Dott. MORA Cristina	0521-032383
Dott. MORETTO Enrico	0521-032386
Dott.ssa MORLINI Isabella	0521-032490
Dott. PELLEGRINI Davide	0521-032479
Dott. REGALLI Massimo	0521-032462
Dott.ssa SANFELICI Simona	0521-032386
Dott. TRUFFELLI Corrado	0521-032354
Dott.ssa ZILIANI Cristina	0521-032393
Dott. ZILIOTTI Marco	0521-032431

**4.2 IL PERSONALE AMMINISTRATIVO, TECNICO,
AUSILIARIO ED I COLLABORATORI ED ESPERTI
LINGUISTICI**

Dott.ssa AFFATICATI Silvia	0521-032390
Sig.a AIMI Gisella	0521-032436
Sig. AMADASI Arnaldo	0521-032378
Sig.a ANEDDA Maria Elisabetta	0521-032510
Sig. BANDINI Enni	0521-032412
Sig.a BONASSERA Vanda	0521-032516
Sig.a BOTTAZZI Federica	0521-032455
Sig. CALORI Giovanni	0521-032517
Dott. CAMPANINI Giulio	0521-032413
Sig. CAMPARI Davide	0521-032230
Sig. CAMPOLOGNO Pietro	0521-032528
Sig.a COBIANCHI Maria Domenica	0521-032417
Dott.ssa DRAMIS Maria	0521-032467
Sig.a FERRARI Simona	0521-032377
Sig.a GHERRI Milena	0521-032453
Sig. GRUZZI Romano	0521-032412
Sig. GUIDA Stefano	0521-032284
Sig.a INCERTI VALLI Tiziana	0521-032281
Sig.a LARINI Roberta	0521-032466
Dott. LASAGNI Andrea	0521-032264
Sig. MAESTRI Pier Luigi	0521-032421
Sig. MAGRI Pierluigi	0521-285186
Sig.a MANCINI Rita	0521-032271
Dott.ssa MARAZZI Maria Antonietta	0521-032456
Dott.ssa MEROSI Cristina	0521-032530
Sig.a MONTANARI Stefania	0521-032377
Sig.a NOTARI Luisella	0521-032214
Sig.a OPPIMITTI Giovanna	0521-032411

Dott.ssa PELLEGRINI Francesca	0521-032379
Sig.a PELOSI Giovanna	0521-032209
Sig.a PEROTTI Donatella	0521-032480
Dott. PINARDI Gianluca	0521-032447
Sig.a POLDI Rossana	0521-032428
Dott.ssa PUGLISI Mariangela	0521-032482
Sig. REATO Massimo	0521-285186
Sig.a REBECCHI Raffaella	0521-032509
Sig.a ROSSELLI Bruna	0521-032423
Sig. TAMBURINI Andrea	0521-032405
Sig.a TROIANO Giuseppina	0521-032455
Sig.a UGOLOTTI Cinzia	0521-032414
Sig.a VANINI Marta	0521-032433
Sig.a VARRICCHIO Rosa	0521-032455
Sig.a VIOLI Barbara	0521-032455
Dott. ZAMMARCHI Giuseppe	0521-032376

Collaboratori ed esperti linguistici

Dott.ssa CLEGG Katharine Lois	0521-032451
Dott.ssa DEL MAESTRO Rosalba	0521-032493
Dott.ssa FREDERICK Irene	0521-032451
Dott.ssa McCARTHY Nicoletta Anne	0521-032451
Dott.ssa SPOCCI Lucia	0521-032450
Dott.ssa WINKLER Fabienne	0521-032493

5. I PROGRAMMI DEI CORSI

(insegnamenti dei corsi di laurea triennali e quadriennali in ordine alfabetico)

ANALISI DEI DATI PER IL MARKETING

(30 ore)

(Prof. Sergio Zani)

Obiettivi

Il corso si propone di illustrare i metodi statistici per il trattamento delle informazioni d'interesse aziendale, considerando contemporaneamente più variabili, ed in particolare quelle di tipo quantitativo. I dati possono essere di fonte interna all'azienda, come ad esempio quelli riguardanti la clientela, oppure possono essere ottenuti mediante indagini campionarie (ricerche di mercato). L'obiettivo dell'analisi dei dati multidimensionali è quello di fornire un supporto conoscitivo razionale per le decisioni.

Si consiglia agli studenti di seguire il corso di Analisi dei dati per il marketing solo dopo aver sostenuto l'esame di Statistica, il cui programma è propedeutico a quello del presente insegnamento.

Contenuti

L'analisi dei dati in azienda: il *data warehouse* ed il *data mining*. Richiami sulle indagini campionarie: il questionario, la formazione del campione, l'attendibilità dei risultati. Applicazioni nelle ricerche di mercato e nei sondaggi demoscopici.

Presentazione e classificazione delle informazioni rilevate: la matrice dei dati, le relazioni tra le variabili, i valori anomali ed il trattamento dei dati mancanti. Introduzione all'uso del *package* SPSS per le analisi statistiche.

Analisi esplorative e visualizzazione dei dati: rappresentazioni grafiche di una e più variabili. Applicazioni con l'impiego delle procedure grafiche di SPSS.

Il problema della riduzione delle dimensioni con riferimento alle variabili: l'analisi delle componenti principali. Applicazioni a problemi di marketing con l'impiego di SPSS.

I metodi statistici per la segmentazione del mercato: misure di distanza tra individui o oggetti, formazione di gruppi omogenei con

metodi gerarchici di *cluster analysis*. Applicazioni a casi reali con l'impiego di SPSS.

Modalità didattiche

Lezioni in aula svolte anche con l'ausilio del personal computer per l'illustrazione del software statistico ed in particolare di SPSS.

Testi d'esame

S. ZANI, *Analisi dei dati statistici*, vol. I. Osservazioni in una e due dimensioni, ristampa aggiornata, Giuffrè Editore, Milano, 1997, da pag. 313 a pag. 344.

S. ZANI, *Analisi dei dati statistici*, vol. II, Osservazioni multidimensionali, Giuffrè Editore, Milano, 2000, pp. 1-153; 183-238.

Modalità d'esame

Prova scritta ed eventuale colloquio orale. Gli studenti che lo desiderano potranno svolgere una breve ricerca, con relazione scritta, che concorrerà alla determinazione del voto finale.

ANALISI DEI DATI PER LE RICERCHE ECONOMICHE

(30 ore)

(Prof. Sergio Zani)

A partire dall'anno accademico 2000-2001 il corso di "Statistica II" (60 ore) è stato sostituito dai corsi di "Analisi dei dati per il marketing" (30 ore) e di "Analisi dei dati per le ricerche economiche" (30 ore)

Tutti gli studenti iscritti al corso di laurea in Economia e Commercio, per i quali Statistica II era un insegnamento caratterizzante (obbligatorio), sono tenuti a sostenere entrambi gli esami suddetti, che si considerano equivalenti al precedente corso di 60 ore.

Il programma del corso di "Analisi dei dati per il marketing" è reperibile nella sezione del Corso di Laurea in Marketing (CLAM).

Obiettivi

Il presente corso illustra alcuni dei metodi statistici di più frequente impiego nelle analisi economiche e nelle indagini di carattere campionario, quali ad esempio le ricerche di mercato. Lo scopo è quello di porre in grado lo studente di elaborare le informazioni quantitative e qualitative, con l'impiego d'uno specifico software, considerando sia un approccio modellistico, sia analisi esplorative dei dati.

Programma

La dipendenza d'una variabile da un insieme di altre variabili: il modello lineare di regressione. Applicazioni nelle analisi economiche con l'impiego di procedure informatiche.

La scelta delle migliori variabili esplicative: la regressione *stepwise*. Le procedure di tipo *forward* e *backward* per l'aggiunta o l'eliminazione di variabili. Applicazioni con l'uso del *package* SPSS. L'analisi dei fenomeni qualitativi e ordinali rilevati con le indagini campionarie: misure di associazione e di cograduazione. Applicazioni

nell'analisi della *customer satisfaction*.

Illustrazione d'una indagine reale, partendo dalla rilevazione, mediante questionario, dei dati quantitativi e qualitativi ed effettuando le elaborazioni con i diversi metodi proposti durante il corso.

Testi d'esame

Dispensa: Appunti sul modello di regressione lineare, edizione 2001 (disponibile presso il servizio fotocopie della Facoltà);

S. ZANI, Analisi dei dati statistici, vol. I, Osservazioni in una e due dimensioni, Giuffrè Editore, Milano, 1997, da pag. 249 a pag. 312.

Modalità d'esame

Prova scritta ed eventuale colloquio orale.

ANALISI DEL COMPORTAMENTO DEL CONSUMATORE

(30 ore)

(Prof.ssa Beatrice Luceri)

Obiettivi

L'obiettivo del corso è quello di fornire agli studenti uno schema concettuale nel quale rappresentare le interrelazioni tra le diverse variabili e le fasi che caratterizzano e influenzano il comportamento del consumatore, nelle scelte di consumo e di acquisto, evidenziandone l'importanza per le imprese *consumer oriented*.

In particolare, si sottolinea l'importanza dello studio e della conoscenza del consumatore, quale momento fondamentale nell'ambito delle strategie e delle azioni operative di marketing, evidenziando le strette connessioni tra studio e conoscenza del consumatore e decisioni circa le diverse leve di marketing.

Contenuti

Il corso è incentrato sullo studio dei processi e delle variabili che intervengono e indirizzano le scelte di consumo e di acquisto del consumatore, sulle conseguenze e sulla stretta connessione con il sistema delle decisioni di marketing strategico e operativo per l'azienda.

In particolare, il corso si sviluppa come segue :

1. L'evoluzione e le diverse prospettive della ricerca sul consumatore
L'influenza delle variabili psicologiche, sociologiche, economiche
L'approccio cognitivo: il consumatore come decisore
Percezione, Attenzione, Elaborazione, Valutazione delle informazioni
Sistema degli atteggiamenti e Intenzioni di Acquisto
Memoria e Apprendimento
Variabili e modelli decisionali, razionali ed emozionali

Modalità didattiche

Il corso sarà svolto integrando le lezioni del docente con discussioni di casi e testimonianze aziendali.

Testi d'esame

D.Dalli, S.Romani, *Il Comportamento del consumatore*, Franco Angeli
Lucidi e Dispensa a cura del docente

Letture consigliate (non obbligatorie per l'esame)

B.Busacca, *L'analisi del consumatore*, Egea, 1990
M.R. Solomon, *Consumer Behavior*, IV edizione, Prentice Hall International Edition, 1999
Hawkins, Best, Coney, *Consumer Behavior : building marketing strategy*, VII edizione, Irwing, Mc-Graw Hill, 1998
J. O'Shaughnessy, *Why People Buy*, Oxford University Press, 1989
Peter, Olson, *Consumer behavior and marketing strategy*, Irwin, ultima edizione
G.S.Becker, *Fare i conti con i gusti*, Egea
M.Daccò, *Il comportamento di acquisto nei paradigmi del marketing distributivo*, Trade Marketing, n.26 /99, Franco Angeli.
D.A.Aaker, *Brand Equity*, Franco Angeli, 1997
M.Daccò, *Il comportamento di acquisto nei paradigmi del marketing distributivo*, Trade Marketing, n.26 /99, Franco Angeli.
M.Daccò, "*Marca e consumatore : nel mercato fisico e nel mercato virtuale*", Atti pubblicati del II Convegno Internazionale "Le tendenze di Marketing in Europa", a cura di U.Collesei, Università Ca' Foscari di Venezia e J.C.Andreani, Università E.S.C. Parigi, gennaio 2002.
M.Daccò "*Il ruolo della marca nei mercati virtuali : luogo fisico e riferimento cognitivo*", in corso di pubblicazione, Micro&Macro Marketing, 2002.
M.Daccò, "*La conquista della fedeltà della clientela : una proposta di <valore>*", Trade Marketing n.21/97
M.Daccò, "*L'affermazione dell'identità dell'Insegna come marca della proposta commerciale*", Trade Marketing , n.18/96.

Modalità d'accertamento
E' prevista la verifica scritta.

ANALISI E CONTABILITÀ DEI COSTI

(CORSO BASE)

(30 ore)

(Prof. Marco Elefanti)

Obiettivi

Il corso affronta i temi di base relativi alla struttura ed al funzionamento dei sistemi di programmazione e controllo direzionale. In particolare, sono trattati i problemi di rilevazione, classificazione, aggregazione ed analisi dei costi e del loro andamento con riferimento alle differenti problematiche gestionali.

Programma

I. Caratteristiche e prerogative dei sistemi di programmazione e controllo di gestione

Il ruolo della programmazione e del controllo nel governo aziendale.
La pianificazione strategica, il controllo direzionale e il controllo operativo.
Il ciclo di programmazione e controllo di gestione.

II. Metodologie di rilevazione, classificazione e raccolta dei costi
La contabilità generale e la contabilità analitica: le differenti caratteristiche e finalità.
Le classificazioni dei costi aziendali e la loro utilità nelle specifiche situazioni decisionali.
Le principali aggregazioni di costo, gli oggetti di calcolo. Le diverse metodologie ed i differenti ambiti di applicazione.
I sistemi contabili di rilevazione e raccolta dei costi.

III. I costi e le decisioni aziendali
Le decisioni di breve, medio e lungo tempo: la costruzione dei correlati sistemi informativi.
Il ruolo del margine di contribuzione nel processo decisionale.

L'analisi differenziale e l'approccio incrementale nella soluzione dei problemi aziendali: definizione dei prezzi di vendita, scelta tra differenti alternative d'azione, le decisioni finanziarie, valutazione della redditività di particolari prodotti, di specifiche aree strategiche, dei segmenti del mercato.

La struttura dei costi e le loro relazioni con il variare dei volumi e dei ricavi: l'analisi del punto di pareggio, il grado di leva operativa e le relazioni con la leva finanziaria.

Le problematiche relative alla definizione dei prezzi di trasferimento nelle relazioni tra aziende multidivisionali o collegate (cenni).

Le decisioni di lungo tempo ed alcuni modelli informativi(cenni).

Testi d'esame

S. BARALDI e C. DEVECCHI, *I sistemi di pianificazione, programmazione e controllo*, Vol. I e Vol. II, Giappichelli 1995, Torino.

Lectture consigliate

M. ELEFANTI, *Le valutazioni economiche e le scelte d'azienda*, EGEE, 1994, Milano.

J. BURCH, *Contabilità direzionale e controllo di gestione*, EGEE, 1997, Milano.

F. AMIGONI, *Le misurazioni d'azienda*, Giuffrè 1995, Milano.

Modalità di accertamento

Prova scritta e orale.

ANALISI E CONTABILITÀ DEI COSTI (CORSO PROGREDITO)

(30 ore)

(Prof. Marco Elefanti)

Obiettivi

Il corso affronta i temi più avanzati di sviluppo dei sistemi di contabilità per la direzione. In particolare il corso intende fornire un quadro sistematico delle caratteristiche dei sistemi di contabilità direzionale alla luce dei profondi cambiamenti che hanno interessato e stanno interessando le imprese alla luce della evoluzione dei diversi modelli di business.

Programma

I. L'evoluzione dei sistemi di contabilità dei costi

Limiti dei tradizionali sistemi di contabilità dei costi

Il sistema di contabilità dei costi standard

Il sistema di contabilità dei costi per processo

Il sistema di activity based costing

La gestione dei costi attraverso l'Activity based management

II. L'evoluzione dei sistemi di controllo di gestione

I nuovi orientamenti del controllo direzionale: dal controllo di gestione al controllo strategico.

Gli aspetti organizzativi dei sistemi di controllo di gestione

L'evoluzione dei sistemi di budget (cenni e rinvio).

Le balanced scorecard.

III. Le tecnologie chiave per la gestione dei sistemi di controllo di gestione nelle realtà produttive moderne

Le caratteristiche dei sistemi informativi integrati.

Il contributo dei sistemi informativi integrati allo sviluppo dei sistemi di controllo di gestione.

Impatto e implicazioni organizzative connesse allo sviluppo di sistemi informativi integrati.

Testi d'esame

S. BARALDI e C. DEVECCHI, *I sistemi di pianificazione, programmazione e controllo*, Vol. I e Vol. II, Giappichelli 1995, Torino.

Lecture consigliate

J. BURCH, *Contabilità direzionale e controllo di gestione*, EGEA, Milano, 1997.

M. ELEFANTI, *Le valutazioni economiche e le scelte d'azienda*, EGEA, 1994, Milano.

F. AMIGONI, *Le misurazioni d'azienda*, Giuffrè 1995, Milano.

Modalità di accertamento

Prova scritta e orale.

APPLICAZIONI DI MATEMATICA PER L'ECONOMIA

(30 ore)

(Prof.ssa Giulia Urgeletti Tinarelli)

Obiettivi

Fornire agli studenti alcuni strumenti quantitativi indispensabili alla comprensione dei modelli economici che incontra negli insegnamenti di Economia, e mostrare come la matematica possa servire per risolvere alcuni problemi di scelta micro e macro-economici.

Gli argomenti che verranno svolti comprendono: presentazione di alcuni problemi di scelta economica e differenti approcci per la loro soluzione (intuitivi, simulativi, analitici); funzioni di una o più variabili; rappresentazione di alcune funzioni elementari (retta, parabola, funzioni esponenziali); strumenti analitici di base per lo studio di funzioni di una o più variabili (limiti, derivate e ricerca degli estremi); soluzione di problemi di scelta con l'uso dell'analisi matematica.

Al termine delle lezioni, il programma dettagliato dell'insegnamento verrà reso disponibile anche su internet.

Testi

G. Urgeletti Tinarelli, *Lezioni di Matematica Generale*, Milano, Etas Libri, 1997

M. L. Conti e E. Moretto, *Esercizi di Matematica Generale*, Parma, Libreria Santa Croce, 2002.

Modalità di accertamento

Colloquio orale preceduto da una breve prova scritta.

ASSICURAZIONI E GESTIONE DEI RISCHI AZIENDALI

(60 ore)

(Prof. Claudio Cacciamani)

Presentazione del corso

Il corso si propone di affrontare i temi dell'intermediazione assicurativa e della gestione dei rischi di impresa.

A tale fine, sono previsti due moduli di insegnamento: il primo dedicato al settore assicurativo e alla gestione delle compagnie di assicurazione e il secondo dedicato al risk management e alla gestione dei rischi puri di azienda.

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, di risk managers e consulenti di società internazionali del settore.

I° modulo

Il modulo si propone di analizzare, procedendo da un'ottica macro a una micro, le problematiche del settore assicurativo, dei contratti assicurativi e della gestione strategica e operativa delle compagnie di assicurazione e dei relativi canali distributivi.

Il modulo intende fornire le conoscenze per operare nel settore delle assicurazioni con diversi ruoli e in diversi comparti dello stesso: compagnie, reti, consulenza.

Il processo assicurativo

I contratti assicurativi: criteri di classificazione

I contratti assicurativi: le principali tipologie

L'evoluzione dello scenario e del settore

Le compagnie di assicurazione: specificità gestionali e operative

La gestione degli investimenti delle compagnie di assicurazione
La gestione del passivo e delle riserve delle compagnie di assicurazione
Il ramo danni
Il ramo vita
Il bilancio delle compagnie di assicurazione
L'analisi della performance
La valutazione del capitale economico delle compagnie di assicurazione
Le reti: gli agenti
Le reti: i broker
La bancassicurazione

II° modulo

Il modulo intende analizzare le tematiche relative ai rischi puri d'azienda nell'ottica sia dell'efficace gestione degli stessi, valutando le alternative tra la ritenzione e il trasferimento assicurativo, sia della creazione di valore per l'azionista.

L'ottica di indagine è essenzialmente economico-finanziaria, tale da fornire le competenze assicurative a coloro i quali all'interno (direttori amministrativi e finanziari e risk managers), o all'esterno delle aziende (consulenti, brokers e periti), devono affrontare la complessa problematica della tutela del patrimonio e della capacità di reddito delle aziende.

La tassonomia dei rischi aziendali nell'ottica di bilancio
Le logiche di analisi dei rischi
Gli approcci del risk management
Il processo di identificazione dei rischi
Il processo di valutazione dei rischi
La valutazione della capacità di ritenzione: ritenzione e assicurazione
La rappresentazione dei rischi nei bilanci aziendali
I rischi dell'attivo patrimoniale
I rischi da interruzione dell'attività di esercizio

I rischi da responsabilità civile
La valutazione della misura della franchigia
I principali tipi di contratti assicurativi per le aziende
La stima dei capitali
Il processo di liquidazione dei danni
Risk management e creazione di valore per gli azionisti

Testi di riferimento

I° modulo

Indicato in aula a cura del docente

Lucidi distribuiti dal docente

II° modulo

G. FORESTIERI, (a cura di), “Risk management: strumenti e politiche per la gestione dei rischi puri dell’impresa, EGEA, Milano, 1996, (capitoli segnalati in aula dal docente), capitoli 1, 2, 3, 4, 6, 11

C. CACCIAMANI, “Il rischio da interruzione dell’attività di esercizio”, EGEA, Milano, 2001

LUCIDI distribuiti dal docente

CICLO DEL PROGETTO DI COOPERAZIONE ALLO SVILUPPO

(30 ore)

(Docente da definire)

Obiettivi

Il corso sul Ciclo del progetto ha lo scopo di introdurre gli studenti all'uso degli schemi logici adottati dagli enti internazionali, Organizzazioni non governative, Ministeri degli Esteri, Nazioni Unite, Commissione Europea, per concepire e scrivere un progetto di sviluppo. Il corso sul Ciclo del progetto e sul logical framework si pone inoltre l'obiettivo di fornire allo studente una visione d'insieme sui vari schemi di presentazione progetti, richiesti come precondizioni per ogni attività nel campo della cooperazione internazionale allo sviluppo.

Programma

Il corso si basa sulla illustrazione dettagliata del cosiddetto "logical framework" che comprende la varie fasi progettuali: lo studio di fattibilità con la conseguente individuazione degli obiettivi generali e specifici, la loro concatenazione secondo una matrice logica, l'individuazione dei criteri di valutazione, gli strumenti per la valutazione in itinere e quella ex post, la procedura per l'eventuale riprogrammazione dell'intervento.

Il programma illustra nel dettaglio anche la metodologia di lavoro "a matrice logica", che consente di costruire un intervento progettuale coerente ed in grado di essere valutato sia dai beneficiari che dagli enti finanziatori. Inoltre, il corso affronterà la materia attraverso l'approccio critico e ragionato al manuale del Ciclo del progetto, come universalmente adottato in sede internazionale, con particolare riguardo allo schema adottato dalla Commissione Europea, oggi il donatore più importante per quanto concerne l'aiuto multilaterale e le Organizzazioni non governative.

Testi

- Project Cycle Management Training Courses Handbook.
- Libro on line sul sito della Commissione Europea:
[www.europa.eu.it/comm/europeaid/evaluation/methods/ PCM Manual
En-march2001.p](http://www.europa.eu.it/comm/europeaid/evaluation/methods/PCM_Manual_En-march2001.p)

Modalità d'accertamento:

Verranno indicate dal docente.

COMMERCIO INTERNAZIONALE DEI PRODOTTI AGROALIMENTARI

(30 ore)

(Prof. Marco Zuppiroli)

Obiettivi

Il mercato internazionale dei prodotti agroalimentari è fortemente condizionato dalle politiche economiche settoriali sviluppate dai singoli Paesi e da quelle frutto di accordi internazionali. Il corso pone particolare attenzione agli scambi delle materie prime agricole che sono caratterizzati dalla presenza sia di mercati fisici (borse merci) che di mercati a termine. Il corso si propone di consentire allo studente di conoscere il funzionamento di questi mercati e gli aspetti operativi dei principali tipi di contratto. Particolare attenzione viene rivolta agli strumenti di copertura del rischio utilizzati o utilizzabili dagli operatori delle filiere agroalimentari.

Programma

Introduzione

Agricoltura e sistema economico

La politica agraria dell'Unione Europea nel comparto delle materie prime

La nascita della Politica Agricola Comune

Lo sviluppo della Politica Agricola Comune

Gli anni Settanta

Gli anni Ottanta

Un consuntivo della PAC alla fine degli anni '80

La Riforma del 1992 nel settore dei seminativi

“Agenda 2000”

Commercio internazionale delle materie prime agroalimentari

Flussi commerciali e accordi internazionali

Le caratteristiche e la dinamica degli scambi di materie prime agricole; fattori di instabilità dei mercati

Le prospettive della domanda
La competizione tra aree di produzione; imprese multinazionali e commercio internazionale
Accordi internazionali
Commercio internazionale e politiche agrarie nazionali
Le scelte di politica economico agraria dei Paesi maggiori esportatori
Influenza di questi fattori sul commercio internazionale
Politiche aziendali di gestione dei rischi commerciali
I rischi impliciti nelle transazioni del commercio internazionale (di prezzo, di cambio, di trasporto)
Il funzionamento dei mercati futures e delle options
Strategie operative di gestione del rischio

Bibliografia essenziale

Materiale didattico per il corso di Commercio internazionale dei prodotti agroalimentari, disponibile presso il Servizio Fotocopie della Facoltà di Economia (Via Kennedy 6 – Parma).
Riferimenti bibliografici segnalati dal docente durante lo svolgimento del corso.

Lecture aggiuntive consigliate

R. FANFANI, *Lo sviluppo della politica agricola comunitaria*, Carocci Ed., Roma, 1996.

Modalità di accertamento

L'accertamento della preparazione degli studenti avverrà indistintamente con prova scritta..

CONTABILITÀ E BILANCIO

(60 ore)

(Prof. Stefano Azzali - A-K)

(Prof.ssa Anna Tanzi - L-Z)

Obiettivi

Il corso, rivolto allo studente del secondo anno che ha già frequentato gli insegnamenti di Economia Aziendale (Istituzioni e Determinazioni Quantitative), si propone di affrontare la metodologia contabile e lo studio del bilancio di esercizio, quale modello di determinazione di sintesi del sistema dei valori di azienda.

La logica e la tecnica di costruzione del bilancio di esercizio costituiscono l'oggetto fondamentale del corso: oggetto che non può essere affrontato se, in via propedeutica, non si possiede la sicura padronanza dei metodi e dei sistemi di rilevazione sia contabili che fuori conto.

Programma

Il sistema delle determinazioni quantitative d'azienda e la metodologia della partita doppia applicata al sistema del reddito: le principali classi di operazioni, le scritture continuative, di assestamento, di rettifica, di imputazione e di chiusura.

Le sintesi di esercizio:

oggetto e finalità;

strutture e schemi alternativi.

Il bilancio di esercizio destinato a pubblicazione.

Le fonti: i principi civilistici, i principi contabili internazionali, principi contabili statuiti dal C.N.D.C..

I documenti: struttura e contenuto dello Stato Patrimoniale, del Conto Economico e della Nota Integrativa. La Relazione sulla Gestione, la Relazione del Collegio sindacale, la Relazione di Certificazione (cenni).

La logica valutativa per la determinazione del reddito di esercizio e del capitale di funzionamento: postulati, principi, criteri e norme

tecniche.

L'informativa supplementare:

Prospetto delle variazioni del patrimonio netto;

Rendiconto finanziario.

6. Il bilancio consolidato dei gruppi aziendali

Testi d'esame

P. ANDREI, A.M. FELLEGGARA, *Contabilità generale e bilancio di impresa*, Giappichelli Editore, Torino, 2001.

P. ANDREI, S. AZZALI, A.M. FELLEGGARA, *Il bilancio di esercizio d'impresa*, Giuffrè, Milano, Seconda Edizione, 2002.

Lecture consigliate

L. MARCHI (a cura di), *Introduzione alla contabilità d'impresa*, Giappichelli, Torino.

CONSIGLIO NAZIONALE DEI DOTTORI COMMERCIALISTI, *I principi contabili*, Giuffrè, Milano.

A. BISASCHI, *Informativa di bilancio. Evoluzione e tendenze in atto*, Giuffrè, Milano.

Modalità di accertamento

Prova scritta, eventualmente seguita da un colloquio orale da sostenere nello stesso appello.

CONTABILITA' E BILANCIO I

(30 ore)

(Prof.ssa Anna Maria Fellegara - A-K)

(Prof. Paolo Andrei - L-Z)

Obiettivi

Il corso, rivolto allo studente che ha già acquisito le competenze di base dell'economia d'azienda, si propone di affrontare la metodologia contabile e lo studio del bilancio di esercizio quale modello di determinazione di sintesi del sistema dei valori di azienda.

Dopo avere sviluppato le metodiche relative al funzionamento del sistema di contabilità generale, si approfondiscono le caratteristiche strutturali e di contenuto del bilancio d'esercizio d'impresa.

Lo scopo fondamentale è quello di presentare agli studenti la logica che sottende i processi di determinazione e comunicazione dei risultati economico-finanziari d'impresa.

Gli studenti saranno posti in grado di costruire, leggere e interpretare il bilancio di esercizio delle imprese, nonché di affrontare gli studi successivi connessi alle analisi di bilancio e all'approfondimento dei processi di valutazione connessi all'informativa esterna d'impresa.

Programma

Il corso prevede lo sviluppo dei seguenti argomenti:

La metodologia della partita doppia applicata al sistema del reddito.

Le principali classi di operazioni.

Le scritture continuative, di assestamento e di chiusura.

La costruzione del bilancio di esercizio.

Il bilancio d'esercizio destinato a pubblicazione: stato patrimoniale, conto economico e nota integrativa.

La relazione sulla gestione e gli altri documenti di informativa supplementare.

Testi d'esame

ANDREI P. – FELLEGGARA A.M., *Contabilità generale e bilancio d'impresa*, II Edizione, Giappichelli, Torino, 2002.

Lecture aggiuntive consigliate

MARCHI L. (a cura di), *Introduzione alla contabilità d'impresa*, Giappichelli, Torino.

BISASCHI A., *Informativa di bilancio. Evoluzione e tendenze in atto*, Giuffrè, Milano.

Modalità di accertamento

Prova scritta, eventualmente seguita da un colloquio orale da sostenere nello stesso appello d'esame.

CONTABILITÀ E BILANCIO NEGLI ENTI PUBBLICI

(30 ore)

(Prof. Antonello Zangrandi)

Obiettivi

Le modalità di rilevazione dei fenomeni economici nelle amministrazioni pubbliche è elemento caratterizzante anche il processo decisionale in tema di allocazione di risorse e il controllo di gestione in tema di efficienza dei processi di produzione e di consumo.

Il corso ha lo scopo da un lato di approfondire le tecniche proprie di bilancio degli enti pubblici e dall'altro di comprendere i collegamenti tra sistema delle rilevazioni e sistema programmazione e sistema di controllo.

Infine il corso presenterà esperienze innovative nel campo del bilancio in campo di enti pubblici nazionali e internazionali

Programma

I sistemi di contabilità pubblica tradizionali;

Il sistema autorizzativo e i processi decisionali negli enti pubblici;

La rilevazione dei fatti di gestione;

La rilevazione delle operazioni correnti;

La rilevazione delle operazioni straordinarie;

Le analisi di bilancio;

Le valutazioni di performance;

La contabilità economica e la riconciliazione con la contabilità finanziaria;

I sistemi contabili pubblici in Europa.

Testi d'esame

E. ANESSI PESSINA, *La contabilità delle aziende pubbliche*, Cap. 1, 2, 3, Egea, 2000.

A. ZANGRANDI, L. LODETTI, (a cura di), *Bilancio*,

programmazione e controllo negli enti pubblici locali, Parma 2001.

Lecture consigliate

E. CAPERCHIONE e F. PEZZANI, *Responsabilità e trasparenza nella gestione dell'ente locale*, Egea, 2000

S. AZZALI, *Il sistema delle determinazioni nelle aziende pubbliche locali*, Giappichelli, 1996.

Modalità d'esame

Prova orale. E' prevista una prova speciale alla conclusione del corso.

COOPERAZIONE ALLO SVILUPPO

(70 ore)

(Prof. Gilberto Seravalli - modulo 1)
(Prof. Stefano Magagnoli - modulo 2)
(Prof. Paolo Fabbri - modulo 3)

Obiettivi

L'insegnamento è organizzato su tre moduli rispettivamente di 30, 20 e 20 ore.

Modulo A - Economia dello sviluppo – 30 ore – primo periodo (Gilberto Seravalli).

Questo primo modulo ha lo scopo di introdurre alcuni concetti, di illustrare alcuni fatti ed alcuni approcci interpretativi circa lo sviluppo e le difficoltà dello sviluppo nel contesto della globalizzazione. I contenuti del modulo sono quindi: significato, contenuto della globalizzazione, sviluppo umano e sviluppo economico - i principali fatti stilizzati ed alcuni approcci teorici utili alla comprensione dei processi e delle difficoltà dello sviluppo alla scala globale, con particolare attenzione ai paesi in via di sviluppo.

Modulo B - Storia della cooperazione internazionale – 20 ore – secondo periodo (Stefano Magagnoli).

Il secondo modulo passa all'analisi storica delle politiche della cooperazione per lo sviluppo. Si ritiene, infatti, che il modo migliore per comprendere l'identità, la natura ed il comportamento dei diversi organismi (WTO, OCSE, FMI, WB, ONU, ecc.), che sono investiti di responsabilità e ruoli nell'ordine economico internazionale, sia quello di ricostruirne la genesi e la storia, dal punto di vista dei Paesi in Via di Sviluppo. Accanto a questa ricostruzione, verrà dato spazio anche a quella della cooperazione non governativa.

Modulo C - Sviluppo economico e ambiente – 20 ore – secondo periodo (Paolo Fabbri).

Il terzo modulo, infine, tratta dei vincoli allo sviluppo alla scala globale. Esso si propone di presentare ed illustrare il concetto di sviluppo sostenibile. I contenuti del modulo, dunque, possono essere sintetizzati come: i vincoli allo sviluppo determinati dall'imperativo di conservare e rinnovare le risorse naturali, alla scala globale e con riferimento a problematiche specifiche dei paesi in via di sviluppo.

Testi

G. Seravalli, dispense disponibili anche su internet, 2002

G. Seravalli e L. Boggio, *Sviluppo e crescita economica, un'introduzione*, Milano, McGraw-Hill (parti indicate a lezione)

Altri testi sui moduli B e C verranno indicati a lezione.

Modalità di accertamento

L'esame consiste di una prova scritta per ciascuno dei tre moduli.

CORPORATE & INVESTMENT BANKING

(60 ore)

(Prof. Stefano Monferrà)

Obiettivi

Il corso si propone di fornire, in primo luogo, un quadro generale in termini di contenuti e di attività svolte nel segmento del corporate e investment banking sia a livello internazionale che in ambito italiano. Successivamente si affrontano le problematiche tecniche e operative con cui vengono realizzate le diverse tipologie di operazioni che caratterizzano la finanza strutturata. L'obiettivo è quello di consentire allo studente l'acquisizione di competenze specifiche sulle operazioni trattate; a tal fine il corso prevede spesso lo svolgimento in aula di casi ed esercitazioni. In relazione ai contenuti trattati, il corso riprende alcuni schemi concettuali proposti negli insegnamenti di Tecnica Bancaria, Finanziamenti d'azienda ed Economia del Mercato Mobiliare finalizzandoli agli obiettivi conoscitivi dello studio del corporate banking.

Programma

Introduzione: finanza d'impresa e intermediazione finanziaria
La valutazione d'azienda (metodi e tecniche)
Le alternative finanziarie per il medio e lungo termine
La valutazione della convenienza relativa
La partecipazione al capitale di rischio
La quotazione in borsa delle imprese
Le operazioni di leverage buy-out
Le operazioni di project finance
Le operazioni di securitization
Crisi e risanamento delle imprese
Le operazioni di finanza straordinaria
I prestiti partecipativi e il mezzanine finance

Testi d'esame

Corporate e Investment Banking, G. Forestieri, EGEA, 2000

Lecture consigliate

Eventuali letture saranno indicate dal docente in aula

CULTURA DELLA GLOBALIZZAZIONE

(30 ore)

(Prof. Michele Pallottini)

Obiettivi

La finalità del corso è l'analisi critica dei fondamenti ideologici della globalizzazione. Il percorso di riflessione prevede l'applicazione dell'analisi discorsiva a tematiche storico - politiche, economico - sociali che sono alla base delle *culture* del presente.

Programma

- Nord e Sud del mondo;
- La globalizzazione economica ed il tramonto delle ideologie;
- Globalizzazione come americanizzazione: aspetti positivi e problemi aperti;
- Si riesce a capire la complessità dei fatti nell'accelerazione tecnologica del tempo – spazio ? Al di là di Internet;
- Melting - pot è depressione delle culture tradizionali o anche gravidanza di schemi post-moderni?
- Democrazia e marketing;
- Globalizzazione del crimine;
- Il cattolicesimo nella globalità dell'Occidente, con l'Islam alle porte.

Testi

Saranno indicati dal Docente all'inizio del Corso.

Modalità di accertamento

L'esame consisterà in un colloquio orale.

DIRITTO COMMERCIALE (A-K)

(60 ore)

(Prof. Luigi Mansani)

Obiettivi

Il corso si propone di illustrare le regole che governano il funzionamento dell'impresa individuale e collettiva, con particolare attenzione alle ragioni che stanno alla base delle scelte operate dal legislatore e verificando in che misura esse diano luogo ad un contemperamento efficiente degli interessi coinvolti. Ove necessario, sarà dato conto degli orientamenti seguiti dalla giurisprudenza nell'interpretazione delle norme più controverse e delle soluzioni accolte in altri ordinamenti. Su alcune delle questioni maggiormente dibattute sarà fatto riferimento a casi pratici.

Contenuti

L'imprenditore

L'azienda

I segni distintivi, le opere dell'ingegno e le invenzioni

La disciplina della concorrenza

L'associazione in partecipazione

I consorzi, il G.E.I.E. e le associazioni temporanee di imprese

Le società in generale

Le società di persone

Le società di capitali

Le società cooperative e le mutue assicuratrici

Trasformazione, fusione e scissione

Modalità didattiche

Lezioni frontali sui principali argomenti del programma. Verranno utilizzati supporti audiovisivi volti a focalizzare l'attenzione sulle norme e le questioni più rilevanti. Saranno trattati, eventualmente anche in forma seminariale, i più significativi elementi delle riforme introdotte o ancora in discussione. L'ultimo quarto d'ora di ogni

lezione sarà dedicato alle risposte ai quesiti sollevati dagli studenti.

Testi d'esame

G.F. CAMPOBASSO, *Diritto commerciale*, volumi 1 e 2, UTET, ultima edizione.

Modalità di accertamento

Esame finale in forma di colloquio orale. Gli studenti che hanno frequentato il corso potranno sostenere una prova intermedia scritta (30 domande con risposte multiple) relativa agli argomenti del volume 1 del testo di Campobasso. Gli studenti che avranno superato la prova intermedia sosterranno l'esame orale con programma limitato agli argomenti del volume 2 del testo di Campobasso.

DIRITTO COMMERCIALE (L-Z)

(60 ore)

(Prof. Stefano Poli)

Obiettivi

Il corso di diritto commerciale si propone di illustrare agli studenti le nozioni e la disciplina dell'impresa individuale e collettiva. Il corso verrà dedicato prevalentemente all'esame del diritto positivo indicando ed analizzando, oltre al contenuto, anche il fondamento razionale dei diversi istituti. In aggiunta, verranno prese in considerazione le proposte di riforma del diritto societario pendenti in Parlamento. Approfondimenti particolari verranno dedicati alla disciplina delle società quotate in borsa, in stretta connessione e complementarietà con il Corso di Diritto del Mercato Finanziario. Durante le lezioni verranno, infine esposte ed esaminate le novità legislative ed i più recenti orientamenti giurisprudenziali e dottrinali nelle materie oggetto del Corso. Al fine di consentire la comprensione delle tematiche di diritto commerciale nel contesto economico e sociale, verranno esposti e trattati alcuni casi pratici, tratti dai quotidiani economici, oltre che dalle riviste e dai repertori giuridici.

Contenuti

Diritto dell'impresa: l'imprenditore, le categorie di imprenditori, l'acquisto della qualità di imprenditore, lo statuto dell'impresa commerciale, l'azienda, i segni distintivi, opere dell'ingegno ed invenzioni industriali, la disciplina della concorrenza, i consorzi fra imprenditori, il g.e.i.e., le associazioni temporanee di imprese.

Diritto delle società: le società in generale, la società semplice e la società in nome collettivo, la società in accomandita semplice, la società per azioni: le azioni, le partecipazioni rilevanti, i gruppi di società, gli organi sociali, i controlli esterni, i libri sociali ed il bilancio, le modificazioni dell'atto costitutivo, le obbligazioni, lo scioglimento della s.p.a., la società a responsabilità limitata, la società in accomandita per azioni, le società cooperative e le mutue

assicuratrici, le operazioni straordinarie: trasformazione, fusione e scissione.

Testi d'esame

G.F. CAMPOBASSO, Diritto commerciale voll. I e II, ultima edizione, UTET, Torino

Si consiglia vivamente di condurre lo studio mediante una consultazione continua delle norme codicistiche e speciali attinenti alla materia.

Modalità d'esame

L'accertamento della preparazione verrà realizzato in forma orale.

DIRITTO DEL LAVORO

(60 ore)

(Prof. Luigi Angiello)

Premessa

Il corso di diritto del lavoro avrà come oggetto fundamentalmente lo studio del rapporto di lavoro subordinato.

La materia affrontata sotto un duplice aspetto: dal punto di vista sindacale, attraverso l'esame dell'autonomia collettiva e delle forme di attività sindacale e sotto il profilo del rapporto individuale di lavoro, attraverso lo studio della nascita, dello svolgimento e dell'estinzione del contratto di lavoro.

Sarà dato particolare rilievo al lavoro nell'impresa.

Tale scelta è dettata, oltre che da ragioni di evidente opportunità, essendo il lavoro nell'impresa il fenomeno più rilevante, anche da un'esigenza di collegamento della materia trattata con gli altri insegnamenti giuridici che, direttamente o indirettamente, hanno ad oggetto lo studio dell'impresa.

Una parte del corso sarà dedicata ai rapporti di lavoro alle dipendenze delle pubbliche amministrazioni, che, negli ultimi anni, si sono avvicinati molto sensibilmente al modello privatistico, (c.d. "privatizzazione" del pubblico impiego).

Programma

Il corso si articolerà in quattro parti:

La prima sarà dedicata allo studio delle fonti del diritto del lavoro e del diritto sindacale, all'esame dei principi costituzionali in materia di lavoro.

La seconda sarà dedicata al diritto sindacale con particolare riguardo allo studio della libertà ed all'attività sindacale, al diritto di sciopero ed alla contrattazione collettiva.

La terza parte del corso sarà dedicata al rapporto individuale di lavoro: il collocamento ordinario e obbligatorio, il contratto individuale di lavoro, gli obblighi del lavoratore, gli obblighi del datore di lavoro

(con particolare riguardo alla retribuzione), i licenziamenti individuali e collettivi, il trasferimento d'azienda, i diritti del lavoratore alla cessazione del rapporto di lavoro.

Nella quarta parte sarà trattato il rapporto di lavoro alle dipendenze della pubblica amministrazione, con particolare riguardo alla dirigenza pubblica.

Testi d'esame

Per il diritto del lavoro sono consigliati i seguenti testi:

GALANTINO, *Diritto del lavoro*, editio minor, Giappichelli, Torino, 2001.

Oppure

ENRICO, *Diritto del lavoro*, Giappichelli, Torino, 2002.

Oppure

BIAGI, *Istituzioni di diritto del lavoro*, Giuffrè, Milano, 2001.

Alternativamente la preparazione dell'esame potrà essere effettuata sui seguenti testi. Quanto al diritto del lavoro:

NICOLINI, *Manuale di diritto del lavoro*, Giuffrè, Milano, ultima edizione.

Oppure

GALANTINO, *Diritto del lavoro*, Giappichelli, Torino, ultima edizione.

Oppure

- CARINCI, DE LUCA TAMAJO, TOSI, TREU, *Diritto del lavoro*, UTET, Torino, ultima edizione.

Oppure

PERSIANI, PROIA, *Contratto e rapporto di lavoro*, CEDAM, Padova, 2001.

Quanto al diritto sindacale:

GALANTINO, *Diritto sindacale*, Giappichelli, Torino, ultima edizione.

Oppure

PERSIANI, *Diritto sindacale*, CEDAM, Padova, ultima edizione.

Per i rapporti di lavoro alle dipendenze pubbliche si consiglia ANGIELLO, *La valutazione dei dirigenti pubblici – Profili giuridici*,

Giuffrè, Milano, 2001.

Ulteriori letture di approfondimento saranno indicate nel corso delle lezioni.

Modalità didattiche

Oltre alle lezioni saranno svolte seminari di approfondimento su temi specifici con particolare attenzione all'elaborazione giurisprudenziale.

Modalità di accertamento

L'esame sarà svolto in forma orale sulla materia svolta nel corso.

DIRITTO DEL MERCATO FINANZIARIO

(60 ore)

(Docente da definire)

Obiettivi

Il corso si propone di illustrare la disciplina del mercato finanziario, con particolare attenzione al mercato mobiliare e al sistema creditizio. Le fonti normative cui si fa costante riferimento sono il Testo Unico delle disposizioni in materia di intermediazione finanziaria (1998) e il Testo Unico delle leggi in materia bancaria e creditizia (1993).

Programma

I. La disciplina del mercato finanziario

1. Lo sviluppo storico e le fonti normative.
2. Le strutture del mercato. I modi di intervento e i tipi di controllo.
3. Le operazioni oggetto di controllo. I "prodotti" del mercato: il dibattito sui titoli tipici ed atipici.

II. La disciplina del mercato mobiliare

4. Consob: origine, poteri, atti. Lo status di società quotata. L'organizzazione della borsa. La disciplina degli intermediari, dei mercati e della gestione accentrata di strumenti finanziari.
5. L'informazione societaria.
6. La disciplina dell'insider trading.
7. L'appello al pubblico risparmio: la sollecitazione all'investimento; le offerte pubbliche di acquisto o di scambio.

III. La disciplina del sistema creditizio.

8. I soggetti.
9. La struttura di vertice.
10. L'accesso all'attività degli enti creditizi.
11. La disciplina dell'attività d'impresa.
12. Il controllo e le sanzioni.
13. La crisi dell'impresa.

Testi d'esame

- N. SALANITRO, Società per azioni e mercati finanziari, Milano, Giuffrè ultima edizione.
- A. ANTONUCCI, Diritto delle banche, Milano, Giuffrè, ultima edizione.

Modalità d'esame

L'esame avverrà in forma orale.

DIRITTO DI FAMIGLIA COMPARATO

(30 ore)

(Docente da definire)

Obiettivi

Il corso ha la finalità di analizzare l'istituto giuridico della Famiglia quale unità di base della vita sociale di ogni comunità. Dopo una prima analisi degli istituti giuridici inerenti la famiglia si intende affrontare, attraverso l'analisi comparata dell'istituto del divorzio e/o del ripudio, il tema della donna in un ordinamento statale che applichi principi di diritto Islamico e nel diritto Indiano. Sono previsti approfondimenti seminariali ed esercitazioni su casi specifici oltre all'analisi di un progetto di cooperazione bilaterale riguardante interventi nel campo della famiglia.

Programma

- Evoluzione storica del concetto di famiglia
- La famiglia nell'ordinamento italiano
- I diversi tipi di matrimonio
- Le unioni di fatto
- I rapporti patrimoniali tra coniugi
- La filiazione legittima e naturale
- Poteri e ruolo dei genitori
- Il bambino come soggetto di diritti
- Adozione e affidamento
- Lo scioglimento del matrimonio
- Le conseguenze del divorzio e del ripudio
- Problematiche patrimoniali dello scioglimento del matrimonio

Testi

Verranno indicati dal docente.

Saranno consigliate alcune letture di approfondimento degli argomenti affrontati. E' previsto che parte del programma di studio individuale si svolga su testi in lingua inglese, francese o spagnola, a scelta dello

studente.

Modalità di accertamento

Si prevede la predisposizione, a cura dello studente, di un breve testo scritto su un tema concordato con il docente. Seguirà, in sede di esame, la discussione orale dello stesso nella quale verranno accertate anche le conoscenze del programma generale.

DIRITTO FALLIMENTARE

(60 ore)

(Docente da definire)

Obiettivi

Il Corso è inteso a fornire allo studente un quadro complessivo degli istituti connessi con la crisi dell'impresa. Esso ha ad oggetto la disciplina delle procedure concorsuali con riguardo, altresì, alle sue prospettive di riforma.

Programma

- Strutture essenziali del processo civile. Il processo civile di esecuzione.
- Esecuzione singolare ed esecuzione collettiva. Procedimenti concorsuali in generale. Fonti del diritto fallimentare.
- Fallimento: soggetti passivi; requisiti per la dichiarazione del fallimento; giudizio per l'apertura del fallimento; dichiarazione del fallimento ed impugnazioni; organi preposti al fallimento; effetti del fallimento (rispetto al fallito, rispetto ai creditori); rapporti giuridici preesistenti; atti pregiudizievoli ai creditori; amministrazione e liquidazione dell'attivo; accertamento del passivo; chiusura e riapertura del fallimento; concordato fallimentare; riabilitazione; fallimento delle società e dei soci.
- Concordato preventivo: soggetti passivi; presupposti; procedimento; effetti; risoluzione e annullamento; successivo fallimento.
- Amministrazione controllata: soggetti passivi, presupposti; procedimento; effetti; successivo fallimento.
- Liquidazione coatta amministrativa.
- Amministrazione straordinaria delle grandi imprese insolventi: cenni generali.

Testi consigliati

- Salvatore Satta, Diritto fallimentare editore Cedam, Padova, ultima edizione.
- Piero Pajardi, Manuale di diritto fallimentare, editore Giuffrè, Milano, ultima edizione.

- Guido Uuberto Tedeschi, Manuale di diritto fallimentare, editore Cedam, Padova, 2001

Modalità didattiche

È necessario che lo studente sostenga l'esame dopo quello di Istituzioni di Diritto privato.

Modalità di accertamento

L'esame avverrà in forma orale.

DIRITTO INTERNAZIONALE DELL'ECONOMIA

(30 ore)

(Prof. Luigi Mansani)

Obiettivi

Il corso si propone di fornire:

(a) conoscenze essenziali del ruolo e del funzionamento delle istituzioni e degli organismi internazionali che hanno potere normativo di varia natura in materia di cooperazione, sviluppo e commercio internazionale.

(b) conoscenze essenziali delle normative in materia di regolazione dell'attività internazionale delle imprese e di commercio internazionale

(c) nozioni sulle tecniche di redazione di contratti internazionali e degli atti diretti a istituzioni e organismi internazionali

E' prevista la presenza di specialisti per seminari e presentazioni di workshops

Per le sue modalità il corso è destinato ad un numero ristretto di studenti che siano in grado di seguire con continuità lezioni e workshops.

Testi

Dispense e altri materiali forniti dai docenti.

Modalità d'accertamento:

(a) lezioni tradizionali e seminari (30% dei crediti)

(b) workshops su argomenti specifici con redazione di reports individuali o di gruppo da discutere in aula (50% dei crediti)

(c) verifica dei risultati generali dell'apprendimento (20% dei crediti)

DIRITTO PUBBLICO

(60 ore)

(Docente da definire)

Obiettivi

L'insegnamento si propone di approfondire le tematiche delle transizioni costituzionali nel presente momento storico e della diffusione del modello di Stato di derivazione liberale nei principali contesti extraeuropei, tradizionalmente inquadrati nell'ambito dei paesi in via di modernizzazione o di sviluppo. L'insegnamento è finalizzato ad offrire i metodi e gli strumenti per la comprensione e la valutazione dei fenomeni della democratizzazione e del consolidamento delle istituzioni democratiche, tenendo conto dei processi di globalizzazione, non soltanto economica, e di omologazione variamente imposti dalle potenze occidentali e dalle organizzazioni internazionali.

Il programma comprende l'analisi dei seguenti argomenti: nozione, modalità, fini della comparazione giuridica; concetto di Costituzione (ed istituti connessi: procedimenti di formazione, variazione, protezione) nello Stato di derivazione liberale e negli ordinamenti in via di sviluppo; istituti dello Stato di derivazione liberale (forme di Stato e di governo, posizione del cittadino nello Stato, organizzazione costituzionale e rapporti fra gli organi) e verifica del loro recepimento negli Stati in via di sviluppo; influenza delle organizzazioni internazionali e della comunità internazionale in generale sulla evoluzione e sul consolidamento in senso democratico nei contesti considerati.

Testi

- G. de Vergottini, *Diritto costituzionale comparato*, Cedam, Padova, 1999
- G. Falcon, *Lineamenti di diritto pubblico*, Cedam, Padova, 2001 (Capitolo IV: le fonti del diritto)

Si raccomanda la consultazione della Costituzione Italiana

Un sito per recuperare le costituzioni straniere è www.uni-wuerzburg.de/law

Altri materiali di natura normativa saranno resi disponibili dal docente durante lo svolgimento del corso.

Modalità di accertamento

L'esame di profitto viene condotto in forma di colloquio orale. Saranno tenute prove intermedie di verifica dell'apprendimento.

DIRITTO TRIBUTARIO

(60 ore)

(Docente da definire)

Programma

Parte generale: Gli istituti, Fonti, Interpretazione e integrazione, Principi costituzionali, Obbligazione tributaria, Soggetti, Procedimento d'imposizione, Dichiarazione d'imposta, Istruttoria, Avviso di accertamento, Elusione, Riscossione, Rimborso, Sanzioni amministrative e penali, Processo tributario

Parte speciale: Imposta reddito persone fisiche, Imposta reddito persone giuridiche, Fiscalità transnazionale, Imposta Valore Aggiunto, Imposta di registro, Fiscalità locale e regionale, Fiscalità comunitaria

Gli studenti frequentanti potranno sostituire alcune parti del programma con le dispense del docente.

Testo: F. TESAURO, Compendio di diritto Tributario, Utet, 2002.

ECONOMETRIA MONETARIA AVANZATA

(30 ore)

(Prof. Giovanni Verga)

Obiettivi

Il corso è dedicato all'applicazione alla finanza di alcune tecniche econometriche, compresi alcuni casi di previsione. Partendo direttamente dall'utilizzo di un pacchetto econometrico (Eviews) si procede direttamente all'analisi di alcuni casi concreti.

Programma

1) *Parte strumentale:*

Le principali istruzioni per le regressioni lineari e non lineari

I test econometrici

Integrazione, cointegrazione ed "error correction"

Le variabili qualitative e dicotomiche e cenni sui metodi "sfumati" (*fuzzy*)

2) *Applicazioni a casi concreti:*

Le previsioni dei tassi di mercato

Le previsioni dei tassi ufficiali della BCE

Le previsioni dei tassi bancari

Il cambio e i mercati finanziari

Moneta, settore reale e prezzi: la moneta è un buon indicatore?

Il prezzo delle azioni; fondamentali, mode o bolle?

L'interrelazione fra i principali mercati

Bibliografia

Manuale *Eviews*.

Johnston J. (1999), *Econometrica*, Franco Angeli (per approfondimenti teorici).

Altro materiale sarà comunicato a lezione e reso disponibile su internet nel sito del docente (v. sito internet <http://www.unipr.it/arpa/dipseq/Corsi.html>)

Modalità didattica

Lezioni frontali con applicazioni immediate su personal computer. Gli studenti sono direttamente coinvolti nell'applicazione del programma econometrico ai casi esaminati. Nota: data la materia affrontata, è fortemente consigliata la frequenza.

Modalità dell'esame

Prova individuale su personal computer (lo studente, se desidera, durante l'elaborazione può avvalersi di dispense, appunti, testi, etc.).

ECONOMIA AGRARIA

(30 ore)

(Prof. Marco Zuppiroli)

Obiettivi

Per comprendere le trasformazioni strutturali ed organizzative che avvengono nelle filiere agroalimentari non si può prescindere dalla conoscenza delle specificità che l'attività agricola presenta per sé e trasmette ai settori economici con cui scambia merci e servizi. Una sezione del corso è dedicata, pertanto, all'analisi del processo produttivo agricolo nei suoi fondamenti microeconomici e nelle modalità con cui si ottimizza il risultato della gestione.

Programma

Introduzione

Economia del processo produttivo agricolo

Una rappresentazione più completa del processo produttivo: il modello a fondi e flussi

Gli elementi costitutivi della tecnica produttiva

La tecnica "ricetta" e la funzione di produzione sperimentale

Il metodo di produzione

Il costo di produzione

Le scelte della tecnica produttiva nel settore agricolo ed agro-alimentare

Determinazione dei risultati economici e pianificazione aziendale in agricoltura

Determinazione del risultato economico

Lo scopo della pianificazione aziendale

Modello lineare a più processi e più fattori

Impostazione di un modello di pianificazione

Analisi comparata dell'efficienza aziendale

Bibliografia essenziale

Materiale didattico per il corso di Economia agraria, disponibile

presso il Servizio Fotocopie della Facoltà di Economia (Via Kennedy 6 – Parma).

Modalità di accertamento

L'accertamento della preparazione degli studenti avverrà indistintamente con prova scritta.

ECONOMIA AGROALIMENTARE

(SISTEMA E MERCATI)

(30 ore)

(Prof. Corrado Giacomini)

Obiettivi

Nelle economie sviluppate il sistema agroalimentare costituisce un complesso di imprese interdipendenti, che contribuisce in misura rilevante al reddito nazionale e alla bilancia commerciale.

Il corso di Economia Agroalimentare (Sistema e mercati) è caratterizzante del CLAM, pertanto gli argomenti vengono affrontati con un'ottica rivolta al mercato. Dopo aver definito i caratteri del sistema agroalimentare e gli aspetti evolutivi della domanda dei prodotti alimentari, il corso svilupperà i temi della qualità in relazione ai segni istituzionali che la garantiscono e alle strategie e alle politiche d'impresa.

Contenuti

1. Il sistema agro-alimentare

1.1 Gli strumenti interpretativi del sistema agroalimentare.

L'analisi della struttura del sistema agroalimentare.

1.3 L'agricoltura nell'economia nazionale.

L'industria agroalimentare in Italia.

Filiere e distretti agroalimentari.

2. Produzione agroalimentare e consumo

2.1 La produzione alimentare.

2.2 La dinamica del consumo alimentare.

2.3 I modelli di consumo alimentare.

2.3 I nuovi assetti dei canali distributivi nel sistema alimentare.

3. Le politiche alimentari per la qualità

3.1 Il concetto e il ruolo di qualità e di sicurezza nel settore agroalimentare.

3.2 La politica alimentare e la protezione dei consumatori.

3.3 L'approccio comunitario alla qualità

I segni della qualità nell'agroalimentare.

La qualità di processo e di prodotto nelle imprese agroalimentari.

La qualità di processo e di prodotto nelle imprese agroalimentari.

4. *Il mercato dei prodotti alimentari di qualità e tipici.*

Qualità, sicurezza alimentare e propensione al consumo

Qualità e strategie di segmentazione del mercato

Qualità e tipicità nelle strategie di vendita della distribuzione moderna

Modalità didattiche

Il corso prevede lezioni accademiche integrate da testimonianze di operatori del settore e di esperti. Durante il corso verranno presentati e discussi alcuni casi aziendali, anche in forma seminariale.

Testi d'esame

Letture scelte di Economia agroalimentare (Sistema e mercati), ed. 2003.

Letture aggiuntive consigliate

L. MALASSIS, G.GHERSI, *Introduzione all'economia agroalimentare*, IL MULINO, Bologna, 1995.

COMMISSIONE DELLE COMUNITÀ EUROPEE, *Salute del consumatore e sicurezza dei generi alimentari*, COM (97) 183 def.

COMMISSIONE DELLE COMUNITÀ EUROPEE, *Principi Generali della Legislazione in Materia Alimentare nell'Unione Europea*, COM (97) 176 def.

Modalità d'accertamento

L'accertamento della preparazione degli studenti avviene con prova scritta e/o orale. Durante il corso vengono tenute delle esercitazioni e dei seminari di approfondimento, che possono prevedere la redazione di elaborati da parte degli studenti, di cui si tiene conto ai fini della prova finale.

ECONOMIA AGROALIMENTARE

(LE IMPRESE)

(30 ore)

(Prof. Corrado Giacomini)

Obiettivi

Il corso di Economia agroalimentare (Le imprese) si propone di fornire gli strumenti per interpretare e misurare le relazioni tra le imprese attive nelle diverse filiere del sistema agroalimentare e i comportamenti gestionali di alcuni tipi d'impresa che lo caratterizzano. Cooperative e associazioni di produttori sono attori fondamentali delle filiere del sistema agroalimentare svolgendo un ruolo sia d'impresa che para-pubblico in attuazione di precise politiche nazionali e comunitarie. Le scelte d'impresa devono quindi coniugarsi con il ruolo che la politica agroalimentare nazionale e comunitaria assegna a queste forme associative.

Contenuti

1. Il mercato e l'impresa agricola

- 1.1 Il mercato dei prodotti agricoli.
- 1.2 I margini di distribuzione e la domanda derivata.
- 1.3 Il controllo pubblico dei prezzi dei prodotti agroalimentari.
- 1.4 L'integrazione europea e i suoi effetti sui mercati.
- 1.5 L'OMC e prospettive del commercio mondiale dei prodotti agroalimentari.

2. L'organizzazione del sistema agro-alimentare

- 2.1 I meccanismi di coordinamento verticale.
- 2.2 Le associazioni di produttori in agricoltura.
- 2.3 L'impresa cooperativa.
- 2.4 L'interprofessione.

3. L'analisi di gestione nell'impresa cooperativa

- 3.1 L'obiettivo economico dell'impresa cooperativa.
- 3.2 Rapporti tra impresa cooperativa e base sociale.
- 3.3 La particolarità del bilancio dell'impresa cooperativa.

3.4 L'analisi di gestione nell'impresa cooperativa.

Sviluppo e crisi della cooperazione agroalimentare.

4. *Associazioni e organizzazioni di produttori nell'agro-alimentare*

4.1 La legislazione sulle associazioni e organizzazioni di produttori;

4.2 Ruolo e attività svolta dalle associazioni e dalle organizzazioni di produttori;

4.3 Aspetti e problemi di gestione delle associazioni e delle organizzazioni di produttori;

5. *Logistica e commercializzazione dei prodotti agroalimentari*

Logistica e supply chain management

Le piattaforme logistiche e la catena del freddo

Logistica alimentare e razionalizzazione dei flussi commerciali

Modalità didattiche

Il corso prevede lezioni accademiche integrate da testimonianze di operatori del settore e di esperti. Durante il corso verranno presentati e discussi alcuni casi aziendali, anche in forma seminariale.

Testi d'esame

Lecture scelte di Economia agroalimentare (Le imprese), Edizione 2003.

Lecture aggiuntive consigliate

G.P. CESARETTI, A.C. MARIANI, V.SODANO, *Sistema agroalimentare e mercati agricoli*, IL MULINO, Bologna, 1994.

C.GIACOMINI, B.M.BONOMI, G.MARTORANA, *L'esperienza delle associazioni di produttori in agricoltura*, INEA, Roma, 1996.

A.PICCININI, *Leggere e capire i bilanci delle cooperative agricole*, Edagricole, Bologna, 1987.

Modalità d'accertamento

L'accertamento della preparazione degli studenti avviene con prova scritta e/o orale. Durante il corso vengono tenute delle esercitazioni e dei seminari di approfondimento, che possono prevedere la redazione di elaborati da parte degli studenti, di cui si tiene conto ai fini della

prova finale.

ECONOMIA AZIENDALE

(60 ore)

(Prof. Giuseppe Galassi)

Obiettivi

Il corso si propone di presentare gli elementi costitutivi delle politiche e strategie aziendali, cioè la sintesi dei contenuti essenziali delle strategie, sottolineando come la gestione strategica di un'azienda non può prescindere da una conoscenza profonda dell'economia della medesima, ossia dalle determinanti della redditività e del suo grado di rischio. Pone l'accento sul valore dell'azienda, non solamente dell'impresa, sui sistemi di creazione del valore aziendale e in particolare sulla metodologia del valore, quale strumento di analisi dei livelli di redditività aziendale.

Programma

- Economia aziendale, politiche e strategie.
- Processi di gestione strategica aziendale.
- Gestione dello sviluppo aziendale, nuovo valore ed etica economica.
- Il valore economico del capitale d'azienda.
- Teoria del valore e strategie aziendali.
- Strategie e determinazione del valore dell'azienda in ipotesi di cessione.
- Le grandezze proprie della formula di valutazione.
- Standards professionali e armonizzazione.
- Creazione del valore e valutazione economica della strategia.
- Valutazione delle strategie aziendali e contabilità per la direzione.
- Controllo, variabile fiscale e strategie di sviluppo delle aziende.

Testi d'esame

GALASSI G. (a cura di), *Lo sviluppo delle imprese tra opportunità e*

vincoli, Giuffrè, Milano, 2000.

VIGANÒ R., *Il valore dell'azienda*, CEDAM, Padova, 2001.

Lecture consigliate

AIROLDI G., BRUNETTI G., CODA V., *Economia Aziendale*, Il Mulino, Bologna, 1994, capp. XV; XX.

BERTINI U., *Scritti di politica aziendale*, Giappichelli, Torino, 1995.

CATTANEO M., *Principi di valutazione del capitale d'impresa*, Il Mulino, Bologna, 1998.

CODA V., *L'orientamento strategico dell'impresa*, UTET, Torino, 1988.

COLLIS D., MONTGOMERY C., *Corporate Strategy*, McGraw-Hill, Milano, 1999.

DONNA G., *La creazione di valore nella gestione dell'impresa*, Carocci, Roma, 1999.

FERRERO G., *La valutazione economica del capitale d'impresa*, Giuffrè, Milano, 1966.

GUATRI L., *Trattato sulla valutazione delle aziende*, Egea, Milano, 1998.

MOLTENI M. (a cura di), *Strategie in concerto*, Egea, Milano, 1998.

ZANDA G., LACCHINI M., ONESTI T., *La valutazione delle aziende*, Giappichelli, Torino, 2001.

Modalità d'esame

Prova scritta.

ECONOMIA AZIENDALE I

(CLES) (30 ore)

(Prof. Paolo Andrei)

Obiettivi

Il corso, dopo avere analizzato le principali caratteristiche di funzionamento e gli elementi distintivi che caratterizzano le aziende di produzione, pubbliche e *non profit*, si propone di sviluppare le tematiche attinenti alle determinazioni quantitative d'azienda orientate alle diverse finalità conoscitive proprie del sistema aziendale.

Programma

Il corso prevede lo sviluppo dei seguenti argomenti:

- Caratteristiche proprie delle diverse classi di aziende: le aziende di produzione, le aziende pubbliche, le aziende *non profit*.
- I processi di gestione, di organizzazione e di misurazione nelle aziende.
- L'economicità aziendale.
- Il sistema dei valori d'azienda.
- L'analisi delle condizioni di equilibrio delle aziende sotto il profilo economico, finanziario e patrimoniale.
- Il bilancio di esercizio delle imprese.
- Il bilancio di esercizio delle aziende *non profit*.

Testi

AA.VV., *Elementi di economia aziendale*, Giappichelli, Torino, 2002.
ANDREI P., *Lezioni di economia aziendale*, dispense a cura del docente.

Lecture di approfondimento consigliate:

AIROLDI G., BRUNETTI G., CODA V., *Economia Aziendale*, Il Mulino, Bologna.
ANDREI P. –FELLEGGARA A.M.(a cura di), *Contabilità generale e*

bilancio d'impresa, Giappichelli, Torino.

AZZINI L., *Istituzioni di economia d'azienda*, Giuffré, Milano.

BRUNETTI G., *Contabilità e bilancio d'esercizio*, Etas, Milano.

MARCHI L. (a cura di), *Introduzione all'economia aziendale*, Giappichelli, Torino.

Modalità di accertamento

Prova scritta, eventualmente seguita da un colloquio orale da sostenere nello stesso appello.

ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI

(30 ore)

(Prof. Massimo Regalli)

Obiettivi

Il corso si propone di fornire agli studenti del corso di laurea in Politica ed Economia per la Cooperazione allo Sviluppo gli strumenti conoscitivi essenziali per valutare le caratteristiche economiche dei sistemi finanziari. La prospettiva di analisi punterà a fornire modelli metodologici di riferimento per potersi orientare in un settore in continua evoluzione. Particolare attenzione verrà rivolta al ruolo svolto dai sistemi finanziari nei Paesi in via di sviluppo ed alle iniziative sviluppate dai Paesi occidentali per sostenere la cooperazione internazionale.

Programma

- Il mercato finanziario: ruoli e soggetti (intermediari, altri operatori, mercati, vigilanza).
- Gli strumenti finanziari di raccolta: caratteristiche e bisogni soddisfatti.
- Gli strumenti finanziari di impiego: caratteristiche e bisogni soddisfatti.
- Gli intermediari: le funzioni e gli equilibri gestionali.
- I mercati mobiliari: l'efficienza delle scelte di investimento.
- La valutazione finanziaria di un progetto di investimento: costruzione del piano finanziario, evidenziazione dei rischi.
- Finanza etica e finanza con obiettivi sociali: i fondi comuni etici e le banche etiche.
- Il microcredito: i progetti nei paesi in via di sviluppo ed i i progetti nei paesi sviluppati.
- Finanziarizzazione e globalizzazione del mercato finanziario.

Testi d'esame

Raccolta di letture e saggi selezionati dal docente.

Letture di approfondimento consigliate

P.L. FABRIZI – G. FORESTIERI – P. MOTTURA, 2000, Gli Strumenti Finanziari, EGEA, Milano;

G. FORESTIERI – P. MOTTURA, Ultima edizione, Il sistema finanziario, EGEA, Milano;

M. YUNUS, 1998, Il banchiere dei poveri, Feltrinelli, Milano.

Modalità di accertamento

Prova orale.

ECONOMIA DEI GRUPPI, DELLE CONCENTRAZIONI E DELLE COOPERAZIONI AZIENDALI

(60 ore)

(Prof. Stefano Azzali)

Obiettivi

Le aziende tendono alla concentrazione, alla cooperazione ed alla scelta della struttura a gruppo per affrontare efficacemente lo sviluppo dimensionale, la complessità ambientale, perseguire migliori condizioni di economicità e le finalità aziendali. Il corso propone la presentazione delle principali forme di concentrazione, di aggregazione e cooperazione aziendale ed approfondisce l'economia dei gruppi aziendali sotto il profilo delle cause che possono condurre alla preferenza della struttura a gruppo, delle principali classificazioni, degli aspetti peculiari che caratterizzano i momenti dell'amministrazione del gruppo e, soprattutto, delle modalità di costruzione ed interpretazione delle sintesi d'esercizio consolidate.

Programma

- Aggregazioni, concentrazioni e gruppi aziendali
- Le aggregazioni e le concentrazioni aziendali
- I gruppi aziendali
- Le strutture dei gruppi aziendali
- Motivazioni che possono condurre alla struttura a gruppo
- Le classificazioni dei gruppi aziendali
- L'economia dei gruppi aziendali
- La diffusione dei gruppi aziendali nel sistema economico
- La gestione e l'organizzazione dei gruppi aziendali
- Le operazioni interne ed i prezzi di trasferimento
- Le condizioni di equilibrio della gestione di gruppo
- Gruppi aziendali ed Antitrust
- Reddito e capitale di gruppo e bilancio consolidato

- I processi di determinazione del reddito e del capitale di gruppo
- Il bilancio consolidato
- L'area di consolidamento e le condizioni di omogeneità del sistema dei valori di gruppo
- Differenze di consolidamento e minoranze
- Redditi infragruppo non realizzati e valori reciproci
- L'equazione delle leva azionaria

Testi d'esame

AA.VV. *Le aggregazioni d'impresa*, Giuffrè, 1999.

S. AZZALI, *Bilancio consolidato*, casi ed esercizi, Giappichelli, 1999.

S. AZZALI, *Il Reddito e il capitale di gruppo*, Giuffrè, Milano, 2002.

Lecture consigliate

P. ANDREI, *Il bilancio consolidato nei gruppi internazionali*, Giuffrè, 1994.

L. AZZINI, *I gruppi aziendali*, Giuffrè, 1975.

G. GALASSI, *Concentrazione e cooperazione interaziendale*, Giuffrè, 1968.

Modalità di accertamento

Prova orale

ECONOMIA DEI PRODOTTI AGRO-ALIMENTARI TIPICI E TRADIZIONALI

(30 ore)

(Prof. Filippo Arfini)

Obiettivi

Lo scopo del corso è fornire agli studenti una serie di conoscenze di carattere teorico ed empirico sulle caratteristiche della filiera dei prodotti alimentari considerati “tipici e tradizionali” (PTeT) ai sensi dei recenti Regolamenti Comunitari che definiscono e tutelano questa particolare categoria di prodotti alimentari. Le produzioni tipiche, anche se in alcuni casi sono considerate “prodotti di nicchia”, rivestono un ruolo di grande importanza per il sistema agroalimentare italiano e europeo in quanto sono sempre più apprezzati dai consumatori, entrano a far parte dell’offerta della grande distribuzione e rappresentano lo strumento sul quale molte aree rurali basano il loro sviluppo economico. La gestione delle filiere dei prodotti tipici e tradizionali è comunque molto complessa dal punto di vista organizzativo in quanto coinvolge attori privati e pubblici con interessi e ruoli molto diversi tra loro discostandosi nettamente dalle filiere dei prodotti “industriali”. Per questo motivo occorrono competenze specifiche sulle normative, sulla organizzazione delle filiere, e sulle strategie di marketing che dovrebbero essere adottate. Questi ultimi elementi saranno forniti, oltre che mediante nozioni di tipo teorico, anche tramite l’analisi di casi di studio.

Contenuti

1. Definizioni, caratteristiche e aspetti normativi dei PTeT

Aspetti normativi comunitari e nazionali a tutela dei PTeT

Definizione e caratteristiche dei PteT

Relazione dei PTeT con le altre categorie dei beni alimentari

2. L’analisi delle filiere dei PTeT

Gli strumenti teorici ed analitici usati nell’analisi delle filiere dei PteT

I meccanismi di coordinamento orizzontale e verticale

IL ruolo dei Consorzi di Tutela

Gli strumenti e le strategie per sviluppare la reputazione sui PTeT

Analisi di casi di studio

3. *PTeT e territorio: economie e politiche di sviluppo*

Le origini della tipicità

I PTeT come strumenti per le politiche di sviluppo rurale

L'organizzazione produttiva territoriale e le politiche locali a supporto dei PTeT

Analisi di casi di studio

4. Il Marketing per i PTeT

Gli strumenti di marketing per i PTeT

Le abitudini, la percezione e le aspettative dei consumatori dei PTeT

La trasmissione delle informazioni per i PTeT (etichettatura e promozione)

Strategie commerciali e il ruolo della grande distribuzione

L'azione dei Consorzi di Tutela a supporto dell'immagine dei PTeT

5. *Esperienze e Seminari*

5.1 Visite di studio e seminari

Competenze acquisibili

Le competenze acquisibili durante il corso serviranno allo studente ad ampliare il livello di conoscenze su una categoria di prodotti molto importanti per le piccole e medie imprese del sistema agro-alimentare italiano per i quali, le “tradizionali” regole di marketing e di gestione della filiera non sempre risultano efficienti. Chi segue questo corso scoprirà “l'altra faccia” del sistema agro-alimentare, composto da piccole e medie imprese, da Consorzi di Tutela, da rapporti umani, da tradizioni e da valori che in un sistema economico sempre più globalizzato, rappresentano un modello di produzione e sviluppo profondamente radicato nel territorio e non esportabile.

Le modalità di esame

L'esame è articolato su due elementi di giudizio:

La stesura di una tesina che analizza un particolare aspetto di mercato dei PTeT.

La prova orale

Libro di testo

Lecture scelte, a cura del docente e reperibili presso l'ufficio fotocopie della Facoltà (Edizione 2002/2003).

VIII Rapporto Nomisma sull'agricoltura Italiana, 2000, Coldiretti
Rapporto OECD, *Appellations of Origin and Geographical Indications in OECD Member Countries: Economic and Legal Implications*, 2000, OECD

Lecture Consigliate

F. Arfini, C. Mora, *Typical and Traditional Products, Rural Effect and Agro-Industrial Problems*, Istituto di Economia Agraria e Forestale, Facoltà di Economia, 1998, Centro Grafico dell'Università di Parma.

F. Arfini, B. Sylvander, D. Barjolle, *The Socio-Economics of Origin Labelled Products in Agro-Food Supply Chains: Spatial, Institutional and Co-ordination Aspect*, 2000, INRA.

ECONOMIA DEL LAVORO

(30 ore)

(Prof. Mario Biagioli)

Obiettivi

Il corso si propone di approfondire le conoscenze di economia acquisite negli anni precedenti, estendendole sul terreno specifico dell'Economia del Lavoro. Ci si propone di orientare lo studio non soltanto alla comprensione dei modelli teorici, ma anche, e soprattutto, alla comprensione e all'approfondimento delle questioni più rilevanti riguardo alle politiche del lavoro messe in atto nell'attuale fase storico-economica.

Contenuti e Programma

- 1 – Il mercato del lavoro: modalità di funzionamento e caratteristiche peculiari.
- 2 – La domanda di lavoro, in condizioni di concorrenza perfetta e in condizioni di concorrenza imperfetta.
- 3 – L'offerta di lavoro.
- 4 – La teoria dell'investimento in capitale umano.
- 5 – Costo del lavoro, retribuzioni lorde e retribuzioni nette.
- 6 – Tasso “naturale” di disoccupazione ed equilibrio macroeconomico.
- 7 – Produttività e tasso “naturale” di disoccupazione.
- 8 – Tipi di disoccupazione e politiche adeguate.
- 9 – L'inflazione: cause e rimedi. Politiche dei redditi e politiche di “concertazione”.
- 10 – La struttura del mercato del lavoro in Italia e in Emilia-Romagna.

Modalità didattiche

Data l'impostazione del corso, esso sarà solo in parte svolta tramite lezioni frontali. Una parte rilevante sarà organizzata attraverso lezioni a base seminariale, aventi l'obiettivo di coinvolgere attivamente gli studenti frequentanti nella discussione dell'evoluzione recente delle

politiche del lavoro attuate in Italia.

Modalità di accertamento

Prova scritta, eventualmente seguita da un colloquio orale.

Materiali didattici e riferimenti bibliografici.

A) Per tutti gli studenti (frequentanti e non):

R. Solow: Il mercato del lavoro come istituzione sociale, Il Mulino, Bologna.

B) Ai frequentanti saranno indicati, in aggiunta al volume di cui al punto A, dispense e altro materiale di approfondimento dei temi trattati a lezione.

C) Per i non frequentanti (in aggiunta al volume di cui al punto A):

P. Sinclair: La disoccupazione. Teoria economica ed evidenza empirica, Il Mulino, Bologna; Capp. 1, 2, 3, 7, 8, 9, 11, 12, 14 e 16.

T. Treu: Politiche del lavoro. Insegnamenti di un decennio, Il Mulino, Bologna; capp. 1 e 2.

ECONOMIA DEL MERCATO MOBILIARE (SCELTE DI INVESTIMENTO MOBILIARE)

(30 ore)

(Prof. Gino Gandolfi)

Obiettivi

Il corso si propone di esaminare i principi che devono governare le scelte di investimento da parte di un investitore, i relativi criteri di valutazione e le tecniche operative.

L'analisi viene sviluppata sia per il comparto dei titoli obbligazionari, sia per i titoli azionari, sia per i titoli derivati e comporterà l'approfondimento dei seguenti temi:

- i meccanismi operativi del mercato mobiliare
- gli ordini di borsa
- il calcolo del rendimento e del rischio dei valori mobiliari
- la gestione delle posizioni di rischio sul mercato
- le scelte in tema di investimento e disinvestimento
- le regole di stop loss
- l'analisi tecnica ed i trading systems
- le scelte di asset allocation.

Si esamina inoltre il profilo della costituzione di un portafoglio finanziario nell'ottica di un investitore individuale ed i contenuti della consulenza finanziaria rivolta agli investitori privati.

Programma

La valutazione dei prezzi e dei rendimenti azionari: i principali criteri di analisi fondamentale

I principi e le metodologie dell'analisi tecnica

I trading systems

La gestione delle posizioni di speculazione

La consulenza finanziaria

L'organizzazione e il funzionamento della Borsa Valori in Italia

Microeconomia della negoziazione

Prospettive della Borsa Valori

Testi di riferimento

M. ANOLLI, *Elementi di economia del mercato mobiliare*, Il Mulino, 2001.

Set di materiali didattici disponibili in formato elettronico.

Durante il corso il docente proporrà alcune letture integrative e/o sostitutive per la preparazione dell'esame.

Modalità didattiche

Il corso comprenderà lezioni, esercitazioni, un trading game, discussioni guidate di modelli di simulazione. Durante il corso verranno realizzate alcune sessioni didattiche basate sui software di analisi finanziaria Omega Tradestation, Omega OptionStation, Metastock, Tenfore, Barra Donation Program.

Letture consigliate

AA.VV., *Rapporto IRS sul mercato azionario*, Il Sole 24 ore, Milano, 2002

L. ERZEGOVESI, *Valutazione dei titoli obbligazionari*, Il Sole 24 ore, Milano, 1993

A. FORNASINI, *Mercati finanziari: scelta e gestione di operazioni speculative*, Etas Libri, Milano, 1996

L. GALATI, *L'analisi frattale dei mercati finanziari*, UTET, Torino, 1998

Modalità di accertamento

Esame scritto. Il taglio operativo del corso consente di definire argomenti di approfondimento da assegnare agli studenti che vogliono variare il programma al fine dell'esame.

ECONOMIA DEL MERCATO MOBILIARE (SCELTE DI PORTAFOGLIO)

(30 ore)

(Prof. Gino Gandolfi)

Obiettivi

Il corso si propone di esaminare i principi che devono governare le scelte di composizione e di gestione di portafogli finanziari di un investitore.

L'analisi viene sviluppata sia per il comparto dei titoli obbligazionari ed azionari, sia per gli strumenti derivati e comporterà l'approfondimento dei seguenti temi:

- le teorie delle scelte di portafoglio
- il calcolo del rendimento e del rischio dei valori mobiliari
- la gestione delle posizioni di rischio sul mercato
- le tecniche di immunizzazione e di gestione del rischio dei portafogli mobiliari.
- i criteri di definizione e le funzioni dei benchmark
- la misurazione della performance di un portafoglio e la valutazione degli asset manager.

Programma

- Elementi di teoria del portafoglio.
- I benefici della diversificazione e la frontiera efficiente.
- Le tecniche di composizione e di gestione di un portafoglio obbligazionario.
- Le tecniche di composizione e di gestione di un portafoglio azionario.
- Le logiche di pricing dei futures e degli strumenti derivati a contenuto opzionale (options, warrant, covered warrant, premi).
- La gestione delle posizioni di speculazione e di copertura mediante l'utilizzo di strumenti derivati.
- Il benchmarking nell'attività di asset management.
- La misurazione e la scomposizione della *performance*.

- L'analisi degli stili di gestione.

Testi d'esame

F. CAPARELLI, *Economia dei mercati finanziari. Il mercato azionario*, McGraw-Hill, 1998.

R. J. FULLER, J. L. FARRELL, *Analisi degli investimenti finanziari*, McGraw-Hill, 1993.

E. CARLUCCIO (a cura di), *Strategie, benchmarking e performance nell'asset management. L'innovazione nell'industria del risparmio gestito in Italia*, Bancaria Editrice, 1999.

Durante il corso il docente indicherà le parti dei testi consigliati e proporrà alcune letture integrative necessarie per la preparazione dell'esame.

Modalità didattiche

Il corso comprenderà lezioni, esercitazioni, discussioni guidate di modelli di simulazione. Saranno previsti, inoltre, alcuni incontri con asset manager di importanti case di gestione italiane ed estere.

Modalità di accertamento

Ferme restando le norme generali che regolano le modalità di svolgimento degli esami di profitto, sarà offerta agli studenti la possibilità di dimostrare la propria preparazione attraverso una prova scritta.

ECONOMIA DEL SISTEMA FINANZIARIO

(30 ore)

(Prof. Luciano Munari)

Obiettivi

Il corso si propone di fornire agli studenti gli strumenti conoscitivi e le chiavi di interpretazione dell'ambiente finanziario, elemento ormai fondamentale del contesto in cui ogni impresa si trova ad operare nel mondo moderno. In questa prospettiva vengono analizzate le componenti del sistema finanziario (strumenti, mercati e intermediari) e i principi che giustificano la sua regolamentazione, più con lo scopo di evidenziare le opportunità che tale ambiente offre alla soluzione dei problemi finanziari delle aziende di produzione e di consumo che di testare modelli teorici. Le esemplificazioni riguarderanno quindi prevalentemente il contesto italiano ed europeo, pur senza trascurare confronti con altri contesti istituzionali per gli argomenti di maggiore rilievo.

Programma

Lo sviluppo dell'economia monetaria
Struttura finanziaria dell'economia e intermediazione finanziaria
Il sistema dei controlli sul sistema finanziario: finalità e assetti istituzionali
La vigilanza sul sistema finanziario
Il mercato monetario e il mercato dei cambi
I mercati mobiliari
I mercati degli strumenti derivati
L'efficienza dei mercati finanziari
Elementi per una teoria della intermediazione finanziaria
La domanda di strumenti finanziari
Le attività degli intermediari finanziari
Principi di gestione degli intermediari finanziari

Testo d'esame

G. FORESTIERI - P. MOTTURA, *Il sistema finanziario - Istituzioni, mercati e modelli di intermediazione*, EGEA, Milano, Ultima Edizione.

Modalità d'esame

Esame scritto o orale a scelta dello studente.

ECONOMIA DELL'AZIONE COLLETTIVA

(30 ore)

(Prof. Alessandro Arrighetti)

Obiettivi

L'insegnamento si propone di analizzare le possibilità e le difficoltà della cooperazione tra gli individui e tra le organizzazioni (imprese). L'azione collettiva (cooperazione) è decisiva per lo sviluppo dei paesi arretrati. L'ordine economico internazionale costituisce un ostacolo, talvolta una opportunità, per lo sviluppo dei paesi poveri. Ma un significativo contributo alla crescita dipende dalla capacità di azione collettiva delle comunità di villaggio, dei gruppi sociali e delle strutture amministrative ed economiche che operano a livello locale e regionale. Nei paesi più poveri, infatti, la valorizzazione delle risorse naturali, l'incremento dell'efficienza e della produttività e l'emergere di segmenti di industrie di trasformazione tendono a caratterizzarsi come processi collettivi (comunitari, di gruppo) e risultano associati in larga misura all'adozione di pratiche cooperative. Nelle esperienze più recenti è stato trovato conferma che il sostegno all'azione collettiva a livello comunitario risulta uno strumento di rilevanza primaria per la lotta alla povertà e allo stesso tempo per il rafforzamento della coesione sociale e culturale delle popolazioni più disagiate. La letteratura su questo tema ha messo in evidenza, insieme ai vantaggi, anche le notevoli difficoltà di avvio e di consolidamento di soluzioni di azione collettiva. Nel corso verranno, quindi, approfonditi i fattori che influenzano il livello dei benefici da cooperazione, le variabili che hanno impatto sui costi (di coordinamento e di regolazione) dell'azione collettiva e le condizioni (endogene e esogene al gruppo) che ne favoriscono la diffusione. Oltre alle componenti teoriche-analitiche del problema, una particolare attenzione verrà data all'analisi delle CPRs (*Common Property Resources*).

Testi

A.Arrighetti (2002), “Economia dell’azione collettiva”, (dispensa) (*Download*);

Reading list sui CPRs (*Download*)

Modalità di accertamento

L’esame si compone di tre parti:

Colloquio orale relativo ai contenuti del corso ed esposti nella dispensa A.Arrighetti, (2002), “Economia dell’azione collettiva” (*Download*). L’esame orale contribuirà al voto finale per un massimo di 18/30;

Presentazione di un elaborato scritto (circa 5.000 parole) riguardante l’analisi di uno o più paper contenuti nella Reading List (*Download*). L’elaborato contribuirà al voto finale per un massimo di 9/30);

Illustrazione e discussione dell’elaborato scritto nel corso del Seminario sui CPRs. La partecipazione attiva al seminario contribuirà al voto finale per un massimo di 3/30.

ECONOMIA DELL'INFORMAZIONE

(30 ore)

(Prof. Marco Ziliotti)

Obiettivi

Il corso intende approfondire la analisi economica dei problemi decisionali. A tale scopo, si forniscono gli strumenti che costituiscono una aggiornata “scatola degli attrezzi” per affrontare scelte economiche in condizioni di informazione incompleta, di cui si illustrano le applicazioni principali tramite esempi desunti da diversi ambiti della letteratura, con particolare enfasi su finanza di impresa e “network economy”.

Programma

Teoria dei contratti e teoria dei giochi: cenni.

“Moral hazard”: modelli e applicazioni.

“Adverse selection”: modelli e applicazioni.

Segnalazione: modelli e applicazioni.

Informazione in rete.

Effetto “lock-in”.

Esternalità di rete.

Testo d'esame

Marco Ziliotti. L'economia dell'informazione. Il Mulino 2001.

Prerequisiti

È indispensabile la conoscenza dei principali elementi di microeconomia.

Modalità di accertamento

Prova scritta con domande “aperte”. Con gli studenti frequentanti potranno essere concordate modalità complementari, quali elaborati su applicazioni specifiche.

ECONOMIA DELLE AZIENDE DI CREDITO

(30 ore)

(Prof. Stefano Monferrà)

Obiettivi

Il corso si propone di fornire una conoscenza approfondita delle problematiche gestionali legate all'impresa bancaria. In particolare, verranno trattati con attenzione i temi legati alla gestione del portafoglio prestiti, all'attività in titoli, alla raccolta e al capitale proprio nonché alla gestione della tesoreria dell'azienda banca. L'obiettivo è quello di offrire una conoscenza congiunta e sufficientemente articolata delle principali aree di gestione della banca fornendo, anche tramite la discussione di casi e la presenza di testimonianze di operatori del settore, una visione non solo teorica ma anche applicativa delle stesse. In relazione ai contenuti trattati, il corso riprende alcuni schemi concettuali proposti negli insegnamenti di Economia degli Intermediari Finanziari finalizzandoli agli obiettivi conoscitivi dello studio della banca.

Programma

Dimensione e composizione del portafoglio prestiti
La valutazione dei fidi
L'attività di intermediazione mobiliare
La gestione del portafoglio titoli
La gestione del passivo e le politiche di raccolta
La segmentazione del mercato e le politiche di pricing
Il capitale proprio: funzioni
Liquidità e gestione della tesoreria nella gestione bancaria
Le riserve di liquidità e la loro gestione
Gli strumenti di gestione della tesoreria
Il rischio operativo nell'attività bancaria e gli strumenti di gestione

Testi d'esame

La gestione della Banca, R. Ruozi, EGEA, 1995

Lecture consigliate

Eventuali letture saranno indicate dal docente in aula.

ECONOMIA DELLE AZIENDE DI CREDITO II (Rating interni e credit risk management)

(30 ore)

(Docente da definire)

Obiettivi

Il corso si prefigge di fornire agli studenti le chiavi di comprensione della profonda evoluzione delle scelte strategiche/organizzative delle banche nell'attività di prestito e delle metodologie di misurazione e gestione del rischio di credito assunto. Due sono i cardini della rivoluzione attualmente in atto nelle banche italiane e internazionali: la divisionalizzazione organizzativa delle banche per segmento di mercato e l'adozione dei sistemi di rating interno. L'analisi si snoda congiungendo continuamente i profili delle strategie e delle politiche competitive, dei modelli di gestione e delle collegate competenze, della struttura istituzionale/organizzativa e dei meccanismi operativi, dei sistemi informativi. Gli obiettivi formativi sono due: a) avvicinare lo studente alle concrete problematiche di gestione delle banche sviluppando competenze di general management, b) creare competenze specializzate di credit risk management spendibili sia in banca e negli altri intermediari finanziari, sia nelle società di consulenza e nelle società informatiche che stanno accompagnando l'evoluzione delle banche.

Programma

- Le basi del credit risk management
- I credit risk models e i sistemi di rating
- La diffusione dei rating nelle banche
- Il ruolo delle agenzie di rating e dell'informativa esterna
- Il contesto e la strategia delle banche italiane
- Il ruolo del "gestore impresa" (il client manager del segmento corporate)
- L'implementazione del sistema di rating

- I processi di rating quantification
- Le applicazioni dei rating interni: auditing dei processi creditizi, reporting direzionale, gestione del credito e del pricing, valutazioni di bilancio e trasparenza esterna.

Testi d'esame

G. DE LAURENTIS, *Rating interni e credit risk management*, Bancaria Editrice, 2001 (eccetto capitolo "La validazione del sistema di rating") (pp.392).

Modalità didattiche

Il corso comprende lezioni ed approfondimenti di una serie di casi aziendali relativi alle scelte strategiche/organizzative e alle modalità di sviluppo dei sistemi di rating e di gestione di portafoglio del rischio nelle principali banche italiane.

Modalità di accertamento

È prevista una prova di accertamento scritta.

ECONOMIA DELLE AZIENDE COOPERATIVE E NON PROFIT

(30 ore)

(Docente da definire)

Obiettivi

Da tempo si sono attivati filoni di ricerca sul ruolo del settore non profit e sui soggetti che lo compongono, la cui caratteristica peculiare è l'“eterogeneità” dei fini e dei comportamenti organizzativi, gestionali e di misurazione.

Tale interesse scientifico è la conseguenza dei molteplici cambiamenti sociali, economici e culturali che, portando ad una rapida e profonda trasformazione del ruolo e dell'intervento dello Stato, impongono, oggi, di coniugare questa eterogeneità con modelli e strumenti organizzativi, gestionali e di valutazione in grado di sostenere un miglioramento continuo del livello di efficacia e di efficienza operativa delle aziende non profit.

Da qui la necessità di trovare una sintesi tra la diversità dei soggetti e l'equilibrio dinamico nel tempo del livello quali-quantitativo delle risorse utilizzate per dar vita ai processi tipici e dell'output-outcome partendo dal riconoscimento delle condizioni di eterogeneità e codificando innovativi modelli e strumenti economico-aziendali, che risultano efficaci se flessibilmente adattabili, e quindi adatti, a soggetti con caratteristiche fortemente differenziate benché tutte riconducibili ad una cultura aziendale che funge da elemento unificante.

Contenuti

L'economia sociale e il concetto di azienda non profit:
dall'eterogeneità dei fini all'economicità nelle anp

Assetti istituzionali ed organizzativi (governance).

La gestione delle risorse umane nelle aziende non profit:
selezionare, “remunerare” e motivare dipendenti e volontari

Il marketing non profit:

dalla progettazione del servizio di pubblica utilità alla comunicazione

sociale

i principali modelli di marketing per le aziende non profit

metodi analitici e strumenti operativi: il fund raising, le sponsorizzazioni sociali il direct marketing

Relazioni tra aziende non profit e amministrazioni pubbliche: contratti e finanziamenti pubblici

I sistemi di misurazione delle aziende non profit e il sistema informativo aziendale: (bilancio e bilanci sociali)

Strategia e politiche delle aziende non profit e cooperative

Testo di esame

Economicità e sviluppo delle aziende non profit a cura di Antonello Zangrandi, Egea 1999

Anthony R.N. Young D. Il controllo di gestione nelle aziende non profit, capitolo 1, 2, 3.

Modalità didattiche

Esame orale. E' prevista una prova a fine corso.

ECONOMIA DELLE AZIENDE PUBBLICHE

(30 ore)

(Prof. Antonello Zangrandi)

Obiettivi

Il corso ha lo scopo fondamentale di cogliere gli elementi caratteristici di quelle aziende pubbliche che tipicamente non vedono nello scambio economico le modalità di gestione. Il corso vuole mettere in luce gli aspetti connessi alla gestione, alla organizzazione e alla misurazione economica in queste aziende al fine di valutare le condizioni idonee al raggiungimento della economicità nonché i fattori evolutivi ambientali e di settore pubblico.

Programma

I. Caratteristiche generali delle aziende composte pubbliche

Le aziende composte pubbliche.

Settore pubblico e aziende pubbliche.

Funzioni e servizi nelle aziende pubbliche.

La funzione di consumo e la funzione di produzione nelle aziende pubbliche.

L'economicità nelle aziende pubbliche.

Autonomia istituzionale, gestionale e finanziaria negli enti pubblici.

II. Caratteristiche funzionali delle aziende composte pubbliche.

La funzione finanziaria nelle aziende composte pubbliche.

L'organizzazione del lavoro nelle aziende composte pubbliche.

La gestione del personale nelle aziende pubbliche.

La programmazione nelle aziende pubbliche.

Il controllo tradizionale nelle aziende pubbliche.

Innovazione e cambiamenti nell'economia delle aziende pubbliche.

Evoluzione normativa, concorrenza ed economicità.

Il controllo di gestione e la responsabilità dei dirigenti.

La responsabilità e i contratti di lavoro.
Il marketing pubblico.

Evoluzione di specifiche aziende.

In questa parte sono prese in esame alcune tipologie di aziende composte pubbliche (in particolare gli Enti Locali e le Aziende Sanitarie Pubbliche), evidenziandone in special modo il sentiero di cambiamento in atto.

Testi d'esame

A. ZANGRANDI, *Autonomia ed economicità nelle aziende pubbliche*, Giuffrè, 1994.

A. ZANGRANDI, *Amministrazione delle Aziende Sanitarie Pubbliche: aspetti di gestione, organizzazione e misurazioni economiche*, Cap. 1, 2, 3, 4, Giuffrè, 1999.

Lecture consigliate

E. BORGONOVÌ, *Principi e sistemi aziendali per le amministrazioni pubbliche*, Egea, 1996.

R. RUFFINI, G. VALOTTI, *Aspetti istituzionali e governo delle aziende pubbliche*, Egea (Giugno 1996)

S. AZZALI, *Il sistema delle determinazioni nelle aziende pubbliche locali*, Giappichelli, 1996.

Modalità di accertamento

Prova orale. È previsto un appello per i frequentanti alla conclusione del corso.

ECONOMIA DELLE IMPRESE DI SERVIZI PUBBLICI

(30 ore)

(Prof. Marco Elefanti)

Obiettivi

Il corso intende identificare gli elementi che contraddistinguono l'evoluzione delle imprese di pubblici servizi con particolare riferimento al processo di progressiva liberalizzazione e di conseguente privatizzazione che sta interessando il settore. Tale processo prevede l'introduzione di meccanismi di concorrenza nel mercato e per il mercato nell'ambito di settori (energia, telecomunicazioni, ciclo idrico integrato, sistemi di trasporto pubblico, igiene urbana, distribuzione e vendita del gas metano, etc.) che, in quanto contraddistinti da situazioni di monopolio legale o naturale, sono stati storicamente estranei all'adozione di modelli competitivi. Il processo descritto impone una profonda trasformazione sia del ruolo e dei contenuti dell'azione degli enti pubblici, sia di quello delle imprese di pubblici servizi e, quindi, impone una significativa evoluzione dei sistemi territoriali.

Il corso intende sistematizzare i contenuti del processo di trasformazione degli assetti istituzionali e gestionali delle imprese pubbliche nonché fornire un quadro delle caratteristiche funzionali cui si devono orientare gli enti locali nell'esercizio del nuovo ruolo di progettazione del sistema dei servizi pubblici locali nonché di loro regolazione.

I contenuti

Il corso prevede lo sviluppo delle seguenti aree di contenuti:

- L'evoluzione del ruolo dell'ente locale nella definizione della struttura d'offerta dei servizi pubblici locali anche alla luce del processo di progressiva liberalizzazione dei settori di intervento delle public utilities introdotto dalle

diverse leggi di settore (Decreto Legislativo “Burlando” nel 1997 con riferimento al trasporto pubblico locale, Decreto Legislativo “Bersani” nel 1999 per l’energia, Decreto Legislativo “Letta” nel 2000 per la distribuzione e vendita del gas) e dall’art. 35 della legge finanziaria 2002 ;

- Evoluzione funzionale e ruolo assegnato alle imprese pubbliche locali alla luce del processo di evoluzione in corso anche alla luce della progressiva privatizzazione degli assetti proprietari;
- Le forme miste per la gestione dei servizi pubblici locali: il ruolo del socio privato e quello del socio pubblico;
- I meccanismi di tutela della concorrenza: il ruolo delle autorità locali e quello delle autorità di settore;
- Le diverse forme contrattuali adottate dalle imprese nel rapporto con enti locali e utenti: i contratti di servizio e la carta dei servizi;
- Le modalità di formazione delle tariffe dei servizi pubblici locali: modelli teorici di riferimento e analisi di alcuni casi applicativi;
- I diversi modelli di sviluppo dei servizi pubblici a livello locale: il ruolo dell’ente locale nella definizione di strategie di sviluppo del sistema di offerta locale nelle diverse “filiera”;
- Analisi di un processo di liberalizzazione dell’offerta di servizi pubblici e le implicazioni sui sistemi di sviluppo locale: Il caso del trasporto pubblico locale nella Provincia di Parma

Modalità didattiche

Il corso prevede l’utilizzo di modalità didattiche articolate che

prevedono:

- lezioni frontali;
- la discussione di casi aziendali;
- le testimonianze di alcuni operatori del settore;
- la presentazione e la discussione da parte degli studenti di alcune case history.

Bibliografia di riferimento:

- A cura di Sergio Vaccà, Problemi e prospettive dei servizi locali di pubblica utilità in Italia, Franco Angeli, Milano, 2002;
- G. Valotti, Imprese, istituzioni e regole nella produzione dei servizi di pubblica utilità, Franco Angeli, Milano, 1996.

ECONOMIA DELLE OPERAZIONI DI GESTIONE STRAORDINARIA

(30 ore)

(Prof. Fabio Sandrini)

Obiettivi

Il corso si propone lo studio delle operazioni che modificano radicalmente il modo di essere di una azienda in connessione a nuovi indirizzi strategici assunti e/o a mutamenti negli assetti istituzionali delle imprese.

Si rendono così necessari interventi volti a modificare l'architettura economico – giuridica delle imprese o del gruppo di imprese.

Gli strumenti economico – giuridici mediante i quali si raggiunge un nuovo corretto rapporto impresa – ambiente sono dette operazioni straordinarie. E così si parlerà di fusione, di scissione, di conferimenti, di scorpori, di liquidazione, ecc.

Tali operazioni per la pluralità degli aspetti coinvolti saranno esaminate non solo nei risvolti economici ma anche in quelli civilistici e fiscali in modo da offrire allo studente un'idea della complessità della “finanza straordinaria”.

I temi trattati consigliano l'intervento di testimoni di impresa.

Programma

Le operazioni straordinarie

La cessione di azienda.

La cessione di partecipazioni sociali.

Il conferimento d'azienda.

L'affitto di azienda.

La fusione.

La scissione.

La trasformazione.

La liquidazione.

Le operazioni sul capitale.

Testi d'esame

R.PEROTTA – G. GAREGNANI, *Le operazioni di gestione straordinaria*, Giuffrè, 1999.

Lecture consigliate

F. DEZZANI – P. PISONI – L.PUDDU, *Fusione, scissioni, trasformazioni e conferimenti*, Giuffrè.

Durante il corso saranno forniti altri riferimenti bibliografici

Modalità di accertamento

Prova scritta e/o orale

ECONOMIA E AMMINISTRAZIONE AZIENDALE

(30 ore)

(Prof.ssa Anna Maria Fellegara - A-K)

(Prof. Paolo Andrei - L-Z)

Obiettivi

Il corso intende mettere in luce le caratteristiche di funzionamento delle aziende, la loro struttura e le specifiche condizioni che ne delineano gli assetti istituzionali e tecnici. Dopo avere sviluppato gli elementi distintivi attinenti alle diverse classi di aziende, il corso si propone di introdurre i principali sistemi di misurazione adottabili al fine del controllo dell'economicità aziendale. Lo scopo fondamentale è quello di presentare agli studenti adeguati modelli interpretativi atti a valutare, con riferimento alle diverse unità economiche, le principali problematiche interne e di relazione con l'ambiente. Con l'apprendimento dei contenuti forniti nel corso gli studenti saranno in grado di interpretare e applicare i più diffusi modelli di analisi aziendale, nonché di affrontare gli studi successivi connessi alle metodologie di determinazione quantitativa orientate alle informazioni interne ed esterne d'impresa.

Programma

Il corso prevede lo sviluppo dei seguenti argomenti:

- Le caratteristiche delle varie classi di aziende.
- L'ambiente economico: le relazioni tra aziende, mercati e settori.
- La struttura delle aziende: assetto istituzionale, assetto tecnico e patrimonio.
- Cenni sulla struttura organizzativa.
- Il principio di economicità.
- Le metodologie di determinazione quantitativa: aspetti generali.
- Introduzione al sistema di contabilità generale e al bilancio

d'esercizio.

Testi d'esame

AA.VV., *Elementi di economia aziendale*, Giappichelli, Torino, 2002.

Lecture aggiuntive consigliate

AZZINI L., *Istituzioni di economia d'azienda*, Giuffrè, Milano.

AIROLDI G. – BRUNETTI G. – CODA V., *Economia aziendale*, Il Mulino, Bologna.

MARCHI L. (a cura di), *Introduzione all'economia aziendale*, Giappichelli, Torino.

Modalità di accertamento

Prova scritta, eventualmente seguita da un colloquio orale da sostenere nello stesso appello d'esame.

ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE

(60 ore)

(Prof. Valentino Gandolfi - A-K)

(Prof. Edoardo Sabbadin - L-Z)

Obiettivi

Il corso si propone innanzitutto di fornire agli studenti una visione organica del processo di sviluppo dell'impresa, a cui ricondurre gli apporti delle altre discipline di carattere aziendale e in particolare di quelle funzionali. Secondariamente, il corso mira a fornire le categorie concettuali fondamentali per approcciare criticamente ed operativamente la realtà delle imprese, in particolare di quelle industriali, attraverso le quali si esprime in maniera emblematica il cambiamento dei sistemi produttivi.

Programma

Introduzione: Cambiamento e governo d'impresa

I parte – Elementi generali dell'impresa

Il sistema delle attività aziendali

Connotazioni sistemiche dell'impresa

Obiettivi aziendali

Finalità imprenditoriali

Vincoli gestionali: efficienza ed efficacia

II parte – Il quadro di riferimento

La varietà di imprese

Grandi imprese e gruppi di imprese

Piccole e medie imprese

Microimprese e imprese artigiane

Medie imprese

Sistemi produttivi locali

La relazione tra dimensione aziendale e competitività

Il cambiamento ambientale

La nuova tecnologia

La globalizzazione

Nuovi comportamenti delle soggettività ambientali
Interpretazione del cambiamento odierno
Industrializzazione, imprese, management
La prima industrializzazione
Il fordismo
Il post fordismo
La new economy
L'innovazione Internet
Dimensioni distintive old – new economy
Fondamenti dell'economia digitale
Gli effetti delle nuove tecnologie digitali sull'organizzazione dell'economia
Le manifestazioni del paradigma post fordista
Evoluzione delle concezioni d'impresa
L'impresa tradizionale
L'impresa manageriale
L'impresa evolutiva
Archetipi di management
Archetipi di produzione
Archetipi di marketing
Archetipi di controllo
III parte – Le basi del governo d'impresa
Imprenditorialità e managerialità
La connotazione sociale dell'impresa
Il vantaggio competitivo
La conoscenza per l'innovazione e la competitività
Il sistema di risorse e competenze
La gestione delle risorse umane
La governance d'impresa
IV parte – Decisioni strategiche di sviluppo
Missione, visione, business idea
I confini dell'impresa
Diversificazione
Integrazione verticale
Internazionalizzazione
Segmentazione dell'attività

Assetto organizzativo – Modello reticolare
Sviluppo esogeno e cooperazione interaziendale
V parte – La gestione del business
Strategie di business
Il trade-off internalizzazione / esternalizzazione
L'integrazione dei processi
Il business process reengineering
Il sistema informativo
VI parte – Il processo strategico - organizzativo
Strategia generale
La pianificazione strategica
Gli approcci parziali di pianificazione
La progettazione organizzativa
La valutazione della performance
Le matrici portafoglio
Il benchmarking
La performance economica
La performance competitiva
La performance sociale

Testi consigliati

Testo in preparazione a cura dei Docenti del corso.
Le parti precise del testo da portare all'esame verranno indicate all'inizio delle lezioni in aula e sul sito web dell'insegnamento.

Lecture consigliate

Verranno indicate durante le lezioni ai fini di approfondimenti individuali e di discussioni d'aula.

Modalità didattiche

Le lezioni saranno intercalate da interventi di docenti di altre Università e da testimonianze di esperti e dirigenti di imprese.

Modalità di accertamento

L'accertamento della preparazione avverrà tramite prova scritta, cui potrà seguire una prova orale.

Per gli studenti frequentanti sono previste due prove parziali (una intermedia e una a fine lezioni).

ECONOMIA E GESTIONE DELLE RISORSE TERRITORIALI

(30 ore)

(Prof.ssa Franca Miani)

Obiettivi

L'approccio geografico allo sviluppo locale è incentrato sull'analisi delle strutture territoriali e del sistema produttivo, che rappresentano il riferimento dell'organizzazione del territorio nei confronti della quale vanno realizzate tutte le politiche di incentivazione delle condizioni che favoriscono l'attrazione di nuove iniziative, tese a sviluppare il tessuto economico-sociale. In tale prospettiva, l'azione promozionale esamina le condizioni più idonee per l'evoluzione competitiva del sistema produttivo locale, individuando gli strumenti adeguati a favorire nuove localizzazioni e specificazioni produttive, rispondenti al rafforzamento del suo processo di internazionalizzazione. Contemporaneamente, l'analisi delle leve di incentivazione si rivolge alla considerazione delle risorse umane ed ambientali, con particolare riguardo verso la struttura e le trasformazioni delle città e del loro territorio.

Contenuti

Nel suo svolgimento il corso affronterà i temi relativi alle singole componenti di sistema in termini di:

- Risorse ambientali
- Beni culturali
- Organizzazione e rinnovamento urbano e territoriale
- Sistemi locali di impresa
- Tecnologia, innovazione e processi localizzativi
- Organizzazione istituzionale e sociale nel quadro dei processi di globalizzazione
- Analisi dei sistemi regionali complessi
- Marketing urbano e territoriale come strumento di innovazione

Modalità didattiche

Il corso sarà articolato in una serie di lezioni frontali, cui potranno far seguito seminari di approfondimento, con l'intervento di testimoni privilegiati di settore.

Testi d'esame

Il materiale didattico verrà precisato e comunicato dal docente prima dell'inizio del corso.

Modalità di accertamento

Prova orale.

ECONOMIA E MARKETING DEI SERVIZI PUBBLICI

(30 ore)

(Prof.ssa Carla Canali)

Obiettivi

La finalità del processo di liberalizzazione che ha interessato i servizi di pubblica utilità è di garantire un miglioramento dell'efficienza del sistema, stimolando un più razionale uso delle risorse in termini allocativi, tramite interventi regolatori e di promozione della concorrenza volti a garantire all'utenza servizi a prezzi più bassi e di migliore qualità. Nello stesso tempo, si è avviato un graduale ma sensibile mutamento nell'orientamento gestionale ed un avvicinamento al marketing delle aziende del settore. Il corso si propone di esaminare i problemi teorici e pratici di applicazione del marketing e delle sue politiche alle aziende di pubblici servizi, nonché le fasi dello sviluppo e dell'implementazione .

Contenuti

1. Il settore dei pubblici servizi
2. La domanda, i caratteri e struttura dell'offerta
3. Lo sviluppo del marketing
4. La gestione del processo di produzione/erogazione
5. Le politiche di distribuzione e di erogazione

Modalità didattiche

Alla parte teorica farà seguito l'esame di alcune realtà aziendali.

Testi d'esame

Verranno indicati dal docente

Modalità di accertamento

Prova scritta.

ECONOMIA E MARKETING DEL TURISMO

(30 ore)

(Prof.ssa Carla Canali)

Obiettivi

Seguendo un approccio di tipo economico il corso si propone di delineare il modello comportamentale del turista e delle attività turistiche. Particolare attenzione sarà rivolta all'evoluzione e alle peculiarità della domanda e dell'offerta, all'azione decisiva del marketing nel turismo ed alle attività tipiche delle imprese di viaggi.

Contenuti

Il nuovo concetto di turismo

Identificazione del mercato

La formulazione del prodotto turistico

Le attività turistiche e le peculiarità dei servizi

I modelli della segmentazione del mercato turistico e l'analisi della soddisfazione del turista

Il sistema distributivo nel settore del turismo: marketing privato e pubblico

La politica promozionale del tour operator e del tour organizer

L'articolazione strutturale della organizzazione turistica pubblica

Modalità didattiche

Alla parte teorica farà seguito l'esame di alcune realtà aziendali.

Testi d'esame

Verranno indicati dal docente

Modalità di accertamento

Prova scritta.

ECONOMIA E POLITICA DELLO SVILUPPO (INTRODUZIONE)

(30 ore)

(Prof. Gilberto Seravalli)

Obiettivi

L'insegnamento si propone di introdurre i principali elementi empirici che qualunque teoria economica dello sviluppo non può ignorare. Si propone, inoltre, di illustrare come le idee sono nate, come hanno influito sulla politica economica e come sono cambiate in seguito alla percezione dei successi e dei fallimenti. Il quadro evolutivo teorico sarà così costantemente affiancato all'analisi dei fatti. Entrambi questi due ingredienti dell'insegnamento, l'uno di natura teorica e l'altro di natura empirica, sono progettati per fornire strumenti culturali e abilità pratiche molto richiesti oggi nel mondo del lavoro. In un tempo di crescente internazionalizzazione delle attività economiche le imprese valorizzano il personale che sappia leggere e capire i processi di sviluppo alla scala mondiale e che sappiano pertanto reperire ed utilizzare le banche dati internazionali e la ricerca applicata sui profili di crescita economica dei diversi paesi del mondo.

Programma

Sviluppo economico, definizioni e misure

Sviluppo, ricchezza e povertà

I fatti stilizzati: crescita, distribuzione del reddito e cambiamenti strutturali

Decollo e crescita secolare

Rapporti internazionali e sviluppo economico

Testo consigliato

L. Boggio e G. Seravalli *Sviluppo e Crescita Economica: un'Introduzione*, McGraw-Hill, Milano, 1999, da pagina 1 a pagina 104 e da pagina 219 a pagina 264.

ECONOMIA E POLITICA DELLO SVILUPPO (APPROFONDIMENTO)

(30 ore)

(Prof. Gilberto Seravalli)

Obiettivi

L'insegnamento costituisce un secondo modulo (avanzato) che completa il programma del primo modulo (I fatti stilizzati ed alcune semplici interpretazioni). Esso si propone di proseguire il discorso teorico, concentrando l'attenzione soprattutto sulla moderna teoria della crescita. Il quadro evolutivo teorico continuerà ad essere affiancato all'analisi dei fatti. Sarà dato anche ampio spazio alle conseguenti considerazioni di politica dello sviluppo.

Programma

Il progresso tecnico e lo sviluppo economico
Ritardo, rincorsa e convergenza
Rendimenti crescenti e crescita cumulativa
La teoria della crescita endogena

Testo consigliato

Boggio e G. Seravalli *Sviluppo e Crescita Economica: un'introduzione*, McGraw-Hill, Milano, 1999, da pagina 105 a pagina 218.

ECONOMIA E POLITICA MONTANA E FORESTALE

(60 ore)

(Prof. Alberto Benassi)

Obiettivi e contenuti

1. Il territorio, i diritti di uso e il bosco

- 1.1 L'azione antropica.
- 1.2 Il regime fondiario, gli usi civici e le proprietà zallettive.
- 1.3 Il legno ed i benefici immateriali del bosco.
- 1.4 Il bosco: bene privato e bene pubblico.

2 - Il mercato dei prodotti legnosi

- 2.1. Il legno.
- 2.2 Il mercato del legno.
- 2.3 La domanda.
- 2.4 L'offerta.
- 2.5 Il prezzo di mercato e il prezzo di trasformazione (macchiatico).

3 - Il legno nell'economia nazionale

- 3.1 Le statistiche.
- 3.2 Le utilizzazioni legnose.
- 3.3 Importazione, esportazione e consumo apparente.
- 3.4 La selvicoltura e l'industria della trasformazione

4. Economia della produzione legnosa

- 4.1 La produzione di legno.
- 4.2 Sviluppo vegetativo e funzione di produzione.
- 4.3 L'ottima dimensione fisica della produzione del legno.
- 4.4 L'ottima dimensione finanziaria della produzione del legno.
- 4.5 La ricerca dell'ottima dimensione di produzione di legno.
- 4.6 La produzione nella selvicoltura.
- 4.7 Il turno forestale.
- 4.8 Da prodotto pluriennale ad annuale.
- 4.9 Vischiosità e rigidità della provvigione legnosa.

5. Dai diritti del bisogno agli usi del benessere

- 5.1 Dall'economia raccoglitrice alla libera usufruizione.
- 5.2 Le esternalità della produzione di legnosa.
- 5.3 Internalizzazione delle esternalità positive.
- 5.4 Il surplus del consumatore e le utilità senza prezzo.
- 5.5 Variazione compensativa ed equivalente.
- 5.6 Il valore dei "beni senza prezzo"
- 5.7 La rilevazione delle preferenze.
- 5.8 I parchi, le riserve e le oasi naturalistiche.

6. L'economia della risorsa foresta

- 6.1 L'ecosistema forestale.
- 6.2 Il concetto di sviluppo sostenibile.
- 6.3 Esternalità negative e costi sociali.
- 6.4 Internalizzazione delle esternalità negative.
- 6.5. I diritti di proprietà e le negoziazioni.
- 6.6 Norme, standard, tasse e canoni.
- 6.7 Tasso di sconto sociale ed etica dell'ambiente.

La politica montana e forestale nazionale

- La politica ambientale nella CEE.
- La politica forestale nella CEE.
- La politica montana e forestale nazionale.

Bibliografia essenziale

Fotocopie di appunti e letture disponibili presso la Segreteria di Istituto.

Letture aggiuntive consigliate

- M. BRESSO, *Per una economia ecologica*, NIS, 1994.
- D. PEARCE, K. TURNER, *Economia delle risorse naturali e dell'ambiente*, Il Mulino, 1991.

Modalità di accertamento

L'accertamento della preparazione degli studenti avverrà con prova orale. Ai fini della preparazione, si consiglia di frequentare preventivamente il corso di Matematica Finanziaria. Eventuali incontri di approfondimento della materia saranno concordati direttamente con gli studenti.

ECONOMIA E SVILUPPO DEL TERRITORIO RURALE

(30 ore)

(Docente da definire)

Obiettivi

Lo sviluppo delle aree rurali è divenuto uno degli obiettivi prioritari per l'Europa e ad esso sono collegate le politiche di coesione regionale, quelle relative all'allargamento dell'Unione e le politiche legate alla difesa ed alla valorizzazione dell'ambiente.

Obiettivo del corso è fornire allo studente le cognizioni di base, necessarie per affrontare le attività di programmazione e di valutazione delle politiche di sviluppo rurale.

Programma

L'agricoltura fra competitività ed assistenzialismo

La politica per l'ammodernamento delle strutture produttive agricole

Il miglioramento delle strutture di trasformazione e di commercializzazione

Le riforme dei fondi strutturali

La definizione degli obiettivi

La delimitazione delle aree di intervento

L'individuazione delle opportunità di finanziamento

Le prime esperienze per uno sviluppo integrato dei territori rurali

I piani di intervento comunitario

I PIM e i progetti Leader

Il ruolo delle istituzioni nell'attività di programmazione

I rapporti fra la Comunità, lo Stato e le Regioni

La partecipazione democratica all'attività di programmazione

Il ruolo delle istituzioni intermedie

Lo studio dei territori rurali: dati statistici e sistemi informativi

La valutazione delle politiche di sviluppo rurale

La ricerca di una corretta allocazione della spesa pubblica

Significato politico ed inquadramento normativo delle valutazioni ex

ante, in itinere ed ex post
Strumenti per la valutazione delle politiche di sviluppo rurale

Modalità di accertamento

L'accertamento della preparazione degli studenti avverrà con prova orale. Eventuali incontri di approfondimento saranno concordati direttamente con gli studenti.

ECONOMIA E TECNICA DELLA PUBBLICITA'

(30 ore)

(Prof. Davide Pellegrini)

Obiettivi

Il corso affronta il tema della comunicazione aziendale concentrandosi sull'utilizzo della pubblicità. Dopo lo studio del ruolo sociale ed economico della pubblicità, l'analisi si sposta sul fronte dell'offerta (mezzi) della domanda (utenti) e degli intermediari (agenzie e centri media). Il corso assume taglio operativo descrivendo il funzionamento dell'agenzia, la creazione dei messaggi, la pianificazione degli spazi e la misurazione dei risultati.

Contenuti

Il dibattito socio-economico sulla pubblicità

Il mercato dei mezzi

Il funzionamento delle agenzie

Immagini e parole nella comunicazione.

La misurazione dell'efficacia pubblicitaria

Modalità didattiche

Nel corso si seguirà un approccio orientato alle applicazioni, partendo da problemi concreti d'interesse aziendale e ricorrendo a simulazioni e testimonianze aziendali.

Testi d'esame

La *Pubblicità*, di V. Codeluppi, Ed. Zanichelli

Dispense a cura del docente

Modalità d'esame

Prove scritte ed eventuali integrazioni orali.

ECONOMIA INDUSTRIALE

(60 ore)

(Prof. Alessandro Arrighetti)

Obiettivi

L'economia industriale studia il comportamento delle imprese e la struttura dei mercati. Gli interrogativi centrali su cui si articola il corso riguardano i motivazioni dell'esistenza dell'impresa, gli strumenti adottati per regolare gli scambi all'interno dell'impresa e nei mercati e le modalità attraverso cui si sviluppa la concorrenza. Verrà posto inoltre una particolare enfasi sul ruolo delle istituzioni nell'influenzare le condotte delle imprese e le forme di competizione nei settori.

Programma

1) Teoria dell'impresa

Motivazioni dell'esistenza e natura dell'impresa
L'impresa nei modelli neoclassico, transazionale ed evolutivo
Costi organizzativi e forme organizzative
Proprietà, controllo e tipi di organizzazione
Motivazioni e vincoli alla crescita dimensionale
Innovazione tecnologica e spese in ricerca e sviluppo
Differenziazione di prodotto

2) Legami azionari e relazioni verticali tra imprese

Teoria dei gruppi di impresa
I processi di acquisizione e le loro motivazioni
Relazioni di scambio continuative tra imprese
Contenuto e osservabilità dello scambio
Durata del contratto
Regolazione contrattuale e autoregolazione

3) Il mercato e le relazioni concorrenziali tra le imprese

Struttura dei settori e la concentrazione industriale
Forme di mercato: concorrenza e oligopolio

Barrie all'entrata

Contendibilità dei mercati e costi irrecuperabili

Mercati nazionali e commercio estero

Le istituzioni di disciplina della concorrenza

4) La politica industriale

“Fallimenti” del mercato e “fallimenti” dello stato

Politica industriale strutturale, regionale e dell'innovazione

La politica industriale comunitaria

Testi consigliati

a) CARLTON, Dennis W. - PERLOFF, Jeffrey M. *Organizzazione industriale*, Edizione italiana a cura di Gianmaria Martini e Laura Solimene, McGraw-Hill Libri Italia, Milano

b) Raccolta di saggi distribuiti durante il corso

ECONOMIA INDUSTRIALE II (NETWORKS ECONOMICS)

(30 ore)

(Prof. Augusto Schianchi)

Obiettivi:

I sistemi economici (e sociali) odierni sono caratterizzati dalla presenza di legami sottostanti tra le diverse componenti del sistema stesso; in altre parole, di relazioni diffuse, *a rete*. Ne costituiscono –tra gli altri- esempi trasversali: i distretti industriali (ovvero reti tra imprese), le imprese multinazionali (reti all'interno dell'impresa), le industrie di telecomunicazione (settore strutturato a rete).

Nel corso verranno analizzati i temi correlati a questo fondamentale aspetto dell'economia attuale; attraverso l'approfondimento teorico e la ricerca applicata su casi specifici.

Contenuti

Richiami ed approfondimenti di economia industriale. Le *reti* nei sistemi economico-sociali.

Introduzione alla Networks Economics.

Networks Economics: le *esternalità* di rete, loro effetti su prezzi e struttura di mercato.

Networks Economics: gli approcci *macro* e *micro*.

Le questioni di *compatibilità*, *coordinamento* per gli standards tecnologici, effetti su prezzi e qualità dei servizi.

Il valore dei *networks links*; il problema dell'*interconnessione*.

Lecture consigliate

L. Cabral: Economia industriale, Editore Carocci, 2002.

N. Economides: The Economics of Networks, in <http://www.stern.nyu.edu/networks/top.html>

Modalità didattiche

Il Corso prevede 2 parti:

la prima relativa alla parte teorica, con l'esposizione consueta,
la seconda di approfondimento per i casi specifici, con una ricerca
scritta (max 3000 parole) svolta dallo studente nei siti della Networks
Economics, ad esempio

<http://netec.wustl.edu/WebEc/webeczn.html>

<http://www.stern.nyu.edu/networks/site.html>

<http://www.sims.berkeley.edu/resources/infoecon/Networks.html>

Su tali basi verrà altresì eseguita la prova d'esame.

ECONOMIA INTERNAZIONALE

(30 ore)

(Prof. Mario Biagioli)

Obiettivi

Il corso si propone di estendere le conoscenze di Economia Politica e di Economia dello Sviluppo acquisite nel primo anno, passando dall'analisi in condizioni di economia chiusa in essi svolte a quella, lievemente più avanzata, delle condizioni che si determinano, per i singoli paesi e per l'economia mondiale nel suo complesso, in economie aperte agli scambi con l'estero. Ci si propone, altresì, di orientare lo studio non solamente alla comprensione dei modelli teorici ma anche di fornire indicazioni sulla rilevanza, ed eventualmente i limiti, dei modelli economici come strumenti di interpretazione dell'attuale fase storico-economica.

Contenuti e Programma

- 1 - Bilancia dei pagamenti e contabilità nazionale in economia aperta.
- 2 - Teorie del commercio internazionale:
 - I vantaggi comparati (Ricardo)
 - La dotazione di risorse (Heckscher-Ohlin)
 - Le economie di scala (Krugman).
- 3 - Il mercato dei cambi.
- 4 - Il concetto di equilibrio esterno.
- 5 - Mercati monetari nazionali e mercato dei cambi.
- 6 - Il sistema monetario internazionale: distinzione tra sistemi a cambi fissi e sistemi a cambi flessibili.
- 7 - La politica economica in economia aperta: il modello di Mundell e Fleming.
- 8 - Aspettative e politica economica.
- 9 - Il sistema monetario internazionale in pratica: Gold Standard, Gold Exchange Standard, cambi fluttuanti e aree valutarie.
- 10 - La globalizzazione.

Modalità didattiche

La parte più rilevante del corso verrà svolta tramite lezioni frontali. Al termine di ogni “blocco” di argomenti saranno organizzate lezioni a base seminariale, aventi l’obiettivo di coinvolgere attivamente gli studenti frequentanti, in particolare cercando di collegare i contenuti teorici esaminati alla realtà storica recente e a temi di attualità.

Modalità di accertamento

Prova scritta, eventualmente seguita da un colloquio orale.

Materiali didattici e riferimenti bibliografici.

Il testo di base, al quale si farà riferimento nello svolgimento delle lezioni e riguardo alla preparazione dell’esame, tanto per gli studenti frequentanti quanto per gli altri, è:

Dominick Salvatore: Economia internazionale, nuova edizione; Carocci editore, Roma. Capp. 1-1.5; 2.1-2.6; 5.1-5.6; 6.1-6.5 e appendici A.6.1 e A.6.2; 13.1-13.5; 14.1-14.7.1; 15.1-15.5; 16; 17; 18.1-18.5; 19.1-19.4 e 20.

ECONOMIA INTERNAZIONALE - MONETARIA

(30 ore)

(Prof. Mario Biagioli)

Obiettivi

Il corso si propone di approfondire le conoscenze di economia acquisite nei primi due anni, estendendole sul terreno specifico dell'Economia Monetaria Internazionale. 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 di tali istituzioni e delle regole preposte alla gestione del sistema monetario internazionale.

Contenuti e Programma

- 1 Bilancia dei pagamenti e contabilità nazionale in economia aperta.
- 2 Equilibrio e squilibrio della bilancia dei pagamenti internazionale.
- 3 Sistema monetario internazionale e regime dei cambi.
- 4 Il mercato dei cambi.
- 5 Mercato dei cambi e mercati monetari nazionali.
- 6 Il sistema monetario internazionale: distinzione tra sistemi a cambi fissi e sistemi a cambi flessibili.
- 7 La politica economica in economia aperta: il modello di Mundell e Fleming.
- 8 Aspettative e politica economica.
- 9 Il sistema monetario internazionale in pratica: Gold Standard, Gold Exchange Standard, cambi fluttuanti e aree valutarie.
- 10 La globalizzazione.

Modalità didattiche

La parte più rilevante del corso verrà svolta tramite lezioni frontali.

Al termine di ogni “blocco” di argomenti saranno organizzate lezioni a base seminariale, aventi l’obiettivo di coinvolgere attivamente gli studenti frequentanti, in particolare cercando di collegare i contenuti teorici esaminati alla realtà storica recente e a temi di attualità e a discutere l’evoluzione in corso nel dibattito sul futuro delle istituzioni internazionali..

Modalità di accertamento

Prova scritta, eventualmente seguita da un colloquio orale.

Materiali didattici e riferimenti bibliografici.

P. De Grauwe: Economia monetaria internazionale, Il Mulino, Bologna. (I capitoli specifici saranno indicati nel corso delle lezioni).
Dispense e altro materiale che sarà distribuito contestualmente alle lezioni.

ECONOMIA MONETARIA

(ISTITUZIONI)

(30 ore)

(Prof. Giovanni Verga)

Obiettivi

Il corso si occupa del funzionamento del settore finanziario di un'economia moderna e della politica monetaria. Viene data molta enfasi al comportamento della Banca Centrale Europea e al riflesso che la sua politica ha sul comportamento degli operatori.

Molto spazio viene dato anche alla struttura dei tassi d'interesse per scadenza e alle informazioni che se ne possono ricavare riguardo alle opinioni degli operatori sul futuro andamento dei tassi e sulla politica della Banca Centrale Europea.

Il contenuto del corso è sostanzialmente applicativo. Sono approfondite alcune relazioni della macroeconomia, come la rilevanza del credito per l'equilibrio macroeconomico, il ruolo delle aspettative e dell'incertezza, i diversi approcci di politica monetaria, elementi che costituiscono la base per la descrizione della politica monetaria in Europa.

La Banca Centrale Europea viene analizzata sia dal lato della sua organizzazione e del suo funzionamento, sia dal lato della sua strategia e della sua operatività. Lo studente imparerà anche a conoscere e a valutare i principali documenti ufficiali.

Contenuti

Il ruolo dei mercati finanziari e del credito

La struttura per scadenza dei tassi d'interesse

Le previsioni dei tassi d'interesse e l'influenza della Banca Centrale

Rilevanza dell'andamento dei tassi, della moneta e del credito per il controllo dell'economia

I mercati finanziari in un sistema globalizzato

Le principali strategie di politica monetaria

La politica monetaria della BCE

Un confronto tra la politica della BCE e della Fed.

Modalità didattiche

Il corso si svolge principalmente nelle forme della lezione frontale. Vengono presentati e discussi anche con la partecipazione degli studenti di casi concreti relativi alle previsioni dei tassi e alla politica della Banca Centrale.

Bibliografia essenziale per il superamento dell'esame

(si consiglia di visitare anche il sito internet con tutte le informazioni sul corso:

http://www.unipr.it/arpa/dipseq/Corsi/Economia_Monetaria_Istituzioni.html)

a) Pittaluga G.B. (1999), *Economia Monetaria* (Seconda Edizione), Hoepli, Milano

cap. 2: 25-28; 31-34; 51-53.

cap. 3: 67-72.

cap. 4: 99-104; 112-116.

cap.10: 277-279; 282-286; 289-294.

cap.11: 311-322; 324-325.

cap.13: 390-395.

cap.14: 405-407, 409-414 (tranne caso a), 417-421.

cap.15: 423-424, 432-438, 442-443.

cap.16: 467-474

b) Dispense di Economia monetaria (Mercati) presso l'ufficio fotocopie della facoltà di Economia e disponibile on line:

[Struttura dei tassi per scadenza](#): tutto

- La trasmissione della politica monetaria nell'area dell'euro (in: Bollettino mensile della BCE: luglio 2000, pp.41-56, sito int.: http://www.bancaditalia.it/bce/mb200007/boll_bce_07_00.pdf)

- La politica monetaria in presenza d'incertezza (in: Bollettino mensile della BCE: gennaio 2001, pp.43-55, sito internet: http://www.bancaditalia.it/bce/mb200101/boll_bce_01_01.pdf)

The monetary Policy of the ECB, (August 2001, pp.37-69, sito

internet: <http://www.ecb.int/pub/pdf/monetarypolicy2001.pdf>) oppure:
Verga G. (1999), The European Central Bank: Targets, Strategies and Behaviour, in “Rivista internazionale di Scienza Sociali”, luglio-settembre, pp. 327-381, ripubblicata sul sito internet: <http://www.vitaepensiero.it/riviste/sommari/riss.asp?numeroannosculto=3/1999> (disponibili quattro copie presso la Biblioteca Centrale della Facoltà di Economia; la versione italiana è disponibile presso l’Ufficio Fotocopie della Facoltà di Economia).

Altro materiale sarà comunicato in seguito e reso disponibile su internet e presso l’Ufficio fotocopie.

Modalità dell’esame

Prova scritta con domande aperte. Lo studente è tenuto a rispondere a due domande a scelta su 3.

ECONOMIA MONETARIA

(MERCATI)

(30 ore)

(Prof. Giovanni Verga)

Obiettivi

Il corso si occupa dei principali canali che uniscono i risparmiatori e i prenditori di fondi, cioè i mercati e il credito. Si parte dallo studio del comportamento dei prezzi delle attività quotate in mercati efficienti, analizzando in particolare i due concetti di efficienza informativa e valutativa. Vengono poi presentate le principali anomalie dei prezzi di mercato, come “bolle” e “mode” e atteggiamenti irrazionali degli operatori, presentando anche casi concreti. Si passa poi al problema delle asimmetrie informative, della “segnalazione” e del rapporto principale-agente. Il caso del credito viene poi presentato come derivante in buona parte da un problema di asimmetrie informative. La differenza tra tasso contrattuale e tasso effettivo (al netto delle insolvenze), aggiunta alle ipotesi sul comportamento dei richiedenti fondi di fronte al problema del rischio, porta poi a situazioni di razionamento, di cui si studiano le cause e gli effetti per il sistema economico. Il corso si conclude con alcune ulteriori applicazioni della teoria sui mercati e sul credito al problema del cambio e all’efficienza degli investitori istituzionali.

Programma

L’equilibrio del mercato di un’attività finanziaria.
Rendimenti effettivi e attesi, uniformità e eterogeneità delle aspettative.
L’efficienza informativa.
L’efficienza valutativa.
Bolle e mode nei prezzi delle attività.
La selezione avversa e l’equilibrio con segnalazione.
Il ruolo del credito nel caso di asimmetrie informative.
Il razionamento del credito.

Diversificazione dei portafogli e misure dell'efficienza.
Applicazioni al cambio dell'euro

Modalità didattiche

Il corso si svolge principalmente nelle forme della lezione frontale. Vengono presentati e discussi applicazioni concrete della materia trattata a lezione.

Bibliografia essenziale

(si consiglia di visitare anche il sito internet con tutte le informazioni sul corso:

http://www.unipr.it/arpa/dipseq/Corsi/Economia_Monetaria_Mercati.html)

Vaciago G. e Verga G. (a cura di) (1995) Efficienza e stabilità dei mercati finanziari, Il Mulino, Bologna::

pp. 9-19, 21-24, 32-38 (tranne test di ortogonalità di fine p.35)

pp. 56-57, 65-66, 68-77, p.87

pp. 91-116

pp. 116-119, 132-134

pp. 141-151

pp. 158-178, 187-192

pp. 200-203, 218-226

pp. 233-235, 238-239 fino alla formula (1) [nota: nelle formule g corrisponde a $1/(1+r)$]

pp.291-292, 296-299, 304 (dal capoverso che inizia: "II. In questo...")-305, 308-309

pp.311-318, 320-325, 327 (dall'inizio della pagina)-329, 331-335, 340-342, 344-345

2) Pittaluga G.B. (1999), Economia Monetaria, seconda edizione, Hoepli, Milano.

pp. 37-38,

pp. 72-91

pp. 193-210.

3) Materiale depositato presso Ufficio Fotocopie della Facoltà di Economia e disponibile on line

[Appunti sull'efficienza dei mercati finanziari: equilibrio di flussi e stock - Prezzi e rendimenti di equilibrio - L'efficienza informativa - Valore intrinseco o valore fondamentale di un'attività - La valutazione della performance dei fondi \(parte iniziale\)](#)

Fitoussi, Jean-Paul (2001), Economic and monetary conditions in the Euro area: The ECB, the FED and the euro, Briefing paper n°2 for the Committee for Economic and Monetary Affairs of the European Parliament in May 2001:
http://www.europarl.eu.int/comparl/econ/pdf/emu/speeches/20010528/20010528_fitoussi.pdf

Portes, Richard (2001), MONETARY POLICY ISSUES 2001 Q1, London Business School and CEPR, 5 March in:
http://www.europarl.eu.int/comparl/econ/pdf/emu/speeches/20010305/portes/default_en.pdf

Altro materiale sarà comunicato in seguito e reso disponibile su internet e presso l'Ufficio fotocopie.

Modalità dell'esame

Prova scritta con domande aperte. Lo studente è tenuto a rispondere a due domande a scelta su 3.

ECONOMIA POLITICA I

(60 ore)

(Prof. Francesco Daveri - A-D)

(Prof. Marco Ziliotti - E-N)

(Prof. Paolo Fabbri - O-Z)

Obiettivi

Il corso ha lo scopo di familiarizzare lo studente con i principi, i metodi e l'oggetto di analisi della microeconomia.

Contenuti

Introduzione all'economia politica

Come funzionano i mercati: domanda e offerta

Applicazione pratica: politica economica nello schema di domanda e offerta

Mercati e benessere

Applicazioni pratiche: il costo delle imposte, il commercio internazionale

L'economia del settore pubblico

Applicazione pratica: Meno tasse per tutti?

Il comportamento di imprese e organizzazioni industriali

Applicazioni pratiche: politica antitrust, OPEC, pubblicità

Mercati del lavoro

Applicazioni pratiche: economia della discriminazione, politiche per ridurre la povertà

Il corso comprende anche una serie di esercitazioni, rivolte a facilitare l'apprendimento degli argomenti più importanti. Le esercitazioni sono lezioni a tutti gli effetti.

Competenze da acquisire

Abitudine a pensare da economista, cioè a discutere un problema in termini di incentivi e vincoli. Abitudine a leggere e interpretare grafici

e tabelle.

Testi

Mankiw, N.G., *Principi di economia*, Zanichelli editore, 2002, capp.1-20

Krugman, P.R., *Meno tasse per tutti ?*, Garzanti, 2001

Modalità di esame

L'esame è scritto. E' prevista una prova intermedia a metà corso. Il voto conseguito nell'esame scritto può essere integrato oralmente. La prova orale è riservata a coloro che abbiano conseguito almeno 18/30 nella prova scritta. La prova orale può far variare il voto della prova scritta di $\pm 2/30$.

ECONOMIA POLITICA II

(60 ore)

(Prof. Salvatore Curatolo e Mario Menegatti - A-K)

(Prof. Augusto Schianchi - L-Z)

Obiettivi

Il corso è dedicato alla Macroeconomia. Esso ha, infatti, la funzione di fornirvi una descrizione rigorosa e critica del funzionamento di un sistema economico nel suo complesso. Differentemente dai corsi di Microeconomia, qui l'attenzione è posta sui grandi aggregati macroeconomici (PIL, tasso di disoccupazione, tasso di inflazione, tasso di interesse, deficit pubblico, ecc.) allo scopo di aiutarvi ad analizzare e a comprendere:

le ragioni della crescita o declino di queste grandezze nel tempo;
il modo in cui queste grandezze interagiscono tra loro all'interno del paese;
le influenze del grado di apertura del paese al commercio internazionale sull'economia nazionale;
il modo e la misura in cui le Autorità di Politica Economica (Governo, Banca Centrale) possono influire su queste grandezze allo scopo di migliorare la situazione economica del paese;
la storia, il funzionamento e l'importanza dell'Unione Monetaria Europea.

L'analisi è condotta sviluppando i principali modelli teorici di riferimento e mostrando come essi siano in grado di consentire una migliore comprensione dei fatti macroeconomici recenti ed attuali.

Libro di Testo

Olivier Blanchard, Macroeconomia, (seconda ed. 2000), Il Mulino, Bologna, limitatamente alle seguenti parti*:

* La casa editrice Il Mulino ha annunciato una nuova edizione del manuale di

Capitoli da 2 a 21 (pagg. 49-567): tutto, inclusi tutti i riquadri “Focus”, incluso il riquadro “Un passo in più” da pag. 123 a pag 127 (esclusi i paragrafi "il moltiplicatore della politica fiscale" e "il moltiplicatore della politica monetaria", esclusi tutti gli altri riquadri “Un passo in più”);
appendici 2 e 3: pagg. 777-785.

Il programma complessivo che dovete studiare per il superamento dell'esame consiste di circa 490 pagine di manuale più i testi delle esercitazioni (circa 50 pagine).

Nel corso delle esercitazioni, che sono parte integrante del corso, verranno svolti esercizi tratti dal manuale di Blanchard sopracitato e verranno fornite le tecniche e i corretti metodi di approfondimento necessari al superamento delle prove d'esame.

Il materiale relativo alle esercitazioni verrà fornito durante il corso.

Blanchard per l'autunno 2002. Il programma dettagliato relativo a tale edizione, con le relative variazioni e integrazioni, sarà fornito agli studenti all'inizio del corso.

ECONOMIA PUBBLICA
(TASSAZIONE E SISTEMA FISCALE ITALIANO)
(30 ore)

(Prof. Gianni Geroldi)

Obiettivi

Il corso si propone di offrire un quadro economico e normativo del sistema fiscale italiano. Dopo aver passato in rapida rassegna i principali elementi che caratterizzano la struttura di un sistema fiscale, il corso si sofferma sulle singole principali imposte, aggiornando il quadro con tutti gli interventi in campo fiscale delle ultime leggi finanziarie. Da ultimo, il corso contiene anche una parte dedicata alla descrizione degli strumenti fiscali e contributivi utilizzati per incentivare l'inserimento al lavoro di persone che beneficiano passivamente di sostegni al reddito.

Programma

Classificazione delle imposte.
Elementi costitutivi dell'imposta e criteri di prelievo.
Imposta personale sui redditi.
L'imposizione sulle società.
L'imposizione dei redditi di capitale.
IRAP, ICI: i tributi locali.
IVA e imposte indirette.
Strumenti fiscali e contributivi per le politiche di *welfare-to-work*

Testi e materiali didattici

- a) P.Bosi e M.C.Guerra, *I tributi nell'economia italiana*, il Mulino, Bologna (ultima edizione)
- b) Articoli, appunti e altri materiali segnalati nel corso delle lezioni.

Note

L'esame prevede una prova scritta ripetibile anche parzialmente e integrabile con interrogazione orale. All'inizio del corso, viene reso

disponibile per gli studenti un programma dettagliato, contenente tutte le informazioni per reperire le pubblicazioni e gli altri materiali didattici necessari a sostenere la prova d'esame. Sempre all'inizio, saranno inoltre fornite agli studenti indicazioni precise sulle modalità per sostenere la prova d'esame.

FINANZA AZIENDALE

(30 ore)

(Prof. Giulio Tagliavini - A-K)

(Prof. Eugenio Pavarani - L-Z)

Obiettivi

Il corso ha per oggetto la problematica del governo del fattore capitale nella gestione delle imprese industriali, compito che qualifica la <<funzione finanziaria>> nell'ambito del management aziendale. In riferimento a questa area del management, vengono presentati i principi guida forniti dalle teorie finanziarie e le coerenti tecniche di analisi della dinamica finanziaria della gestione.

Il corso si propone l'obiettivo di fornire agli studenti un quadro concettuale e metodologico per l'ottimizzazione delle decisioni in ordine al reperimento ed all'impiego dei capitali necessari per il supporto del posizionamento competitivo dell'impresa in condizioni di equilibrio gestionale (solvibilità e creazione di valore).

Programma

Compiti e finalità della funzione finanziaria nel management delle imprese

Il ciclo di sviluppo della funzione finanziaria

Qualità della funzione e competitività delle imprese

L'analisi degli equilibri finanziari

La riclassificazione del bilancio per le analisi finanziarie

L'analisi finanziaria attraverso gli indici di bilancio

Analisi dei rischi operativi e dei rischi finanziari

L'analisi della dinamica finanziaria

Le metodologie per la previsione del fabbisogno finanziario

Analisi e discussione di casi aziendali

Testo d'esame

E. Pavarani (a cura di), *Analisi finanziaria*, McGraw-Hill, 2002, capitoli da 1 a 6 e 8.

Modalità di accertamento
Prova scritta

GEOGRAFIA DEI PAESI IN VIA DI SVILUPPO (GEOGRAFIA DELLA POVERTÀ E DELLA RICCHEZZA)

(30 ore)

(Prof. Corrado Truffelli)

Obiettivi

Il corso si propone di introdurre i concetti fondamentali della geografia economica, con particolare enfasi alla distribuzione spaziale della ricchezza e delle risorse.

L'insegnamento inoltre è finalizzato a illustrare le teorie che interpretano le differenze territoriali dello sviluppo e l'emergere di modelli nazionali e continentali di specializzazione economica.

Testi

S. Conti (1996), Geografia Economica, Torino UTET.

Modalità di accertamento

Esame orale.

INFORMATICA DI BASE

(30 ore)

(Prof. Marco Riani - II° anno A-Z e III° anno A-K]

(Prof.ssa Isabella Morlini - III° anno L-Z]

Obiettivi

Il corso di Informatica di base è finalizzato a fornire una competenza di carattere generale sull'informatica. Dopo una prima introduzione sulla struttura dell'elaboratore e sui sistemi di reti, il corso si focalizzerà sui sistemi operativi (in particolare, Windows Xp) e sui programmi Microsoft Office (Word Xp, Excel Xp, PowerPoint Xp). Non sono richiesti pre-requisiti di tipo informatico, ma esclusivamente delle competenze elementari di matematica e statistica (per cui si consiglia allo studente di seguire il corso solo dopo aver frequentato i corsi di Matematica Generale e Statistica I).

Lo studente che avrà seguito il corso e superato la prova finale, avrà una preparazione adeguata per sostenere l'esame di "Microsoft Office User Specialist" (MOUS). La certificazione MOUS, rilasciata dalla Microsoft, è lo standard riconosciuto in tutto il mondo che attesta la capacità di utilizzo delle applicazioni Microsoft Office, in contesti organizzativi di ogni tipo.

Contenuti

Cenni sulla struttura dell'elaboratore e delle periferiche ad esso collegate (stampanti, modem, ...). Memorie volatili e non volatili, codificazione dei dati, linguaggio binario. Cenni sulle reti intra net ed extra net.

Il sistema operativo Windows Xp.

Il software WinZip.

Word Xp

Excel Xp

PowerPoint Xp.

Testi d'esame

Riani, M. (2002), *Office Xp e WinZip senza sforzo*, Pitagora Editrice, Bologna

Lecture consigliate (non obbligatorie per l'esame)

Raho, G. (2002) *Lezioni di informatica applicata con esercitazioni*, Bottega del Libro, Parma

Modalità d'esame

Prova pratica presso il Laboratorio di Informatica Didattica.

Ulteriori informazioni sui testi adottati e sulle modalità di svolgimento dell'esame sono reperibili nella pagina web del docente <http://www.riani.it>

INFORMATICA PER INTERNET

(30 ore)

(Prof. Marco Riani)

Obiettivi

Il corso di Informatica per Internet si divide in 2 parti. L'obiettivo della prima parte è quello di fornire una competenza di carattere generale sull'informatica (sistemi operativi, software di utilità e programmi Microsoft Office). Nella seconda parte del corso vengono forniti agli studenti i requisiti informatici necessari per la creazione, registrazione e gestione delle pagine web. Nell'ultima parte del corso si introduce il software di gestione della grafica su Internet (FLASH) ed il software per gestire gli aspetti legati alla sicurezza nelle transazioni (PGP).

Contenuti

Sistema operativo (Windows XP)

Videoscrittura (Word 2002)

Elaborazione dati (Excel 2002)

Gestione data base (Access 2002)

Software di utilità (Winzip 8.1)

Creazione e gestione delle pagine web (Front Page 2002)

Grafica su Internet (FLASH)

Sicurezza nelle transazioni (PGP)

Modalità didattiche

Il corso prevede un'interazione continua tra docente e studenti al fine di velocizzare i processi di acquisizione e di utilizzo dei diversi software. Tutte le operazioni svolte con i diversi software verranno eseguite in diretta dal computer del docente e proiettate sulla lavagna luminosa.

Testi d'esame

Riani, M. Office XP e Winzip senza sforzo, Pitagora Editore,

Bologna, 2002.

Riani, M. Informatica per Internet senza sforzo, Pitagora Editore, Bologna, 2001.

Modalità d'esame

Prova pratica al computer.

Ulteriori informazioni sui testi adottati e sulle modalità di svolgimento dell'esame sono reperibili nella pagina web del docente <http://www.riani.it>

ISTITUZIONI DI DIRITTO PRIVATO

(30 ore)

(Prof. Antonio Giovati - A-D)

(Prof. Luigi Angiello - E-N)

(Prof. Luca Di Nella - O-Z)

Obiettivi

L'insegnamento ha la finalità di illustrare agli studenti i fondamentali principi e le principali norme che governano il c.d. diritto patrimoniale privato. Il corso si articola idealmente in cinque parti: *l'ordinamento giuridico*, quale contesto "ambientale" nel quale sorgono e si svolgono tutte le relazioni giuridiche a contenuto patrimoniale; *i soggetti*, quali titolari degli interessi, di natura patrimoniale o non patrimoniale, che possono essere soddisfatti per il tramite delle relazioni patrimoniali e quali titolari delle correlative facoltà di azione; *i beni*, quali cose che possono formare oggetto di diritti; *le tipologie di relazioni a contenuto patrimoniale* (relazioni di tipo reale e relazioni di tipo obbligatorio), quale strumenti giuridici idonei a soddisfare interessi, anche di natura non patrimoniale (nell'ambito di questa parte, troveranno trattazione sintetica i principali diritti reali, le principali fonti di obbligazione, alcuni importanti contratti tipici); *la responsabilità*, quale strumento atto a tutelare e soddisfare interessi in caso di violazione di obblighi di prestazione o di obblighi di protezione, e il danno, sotto il profilo della tipologia (danno patrimoniale, non patrimoniale, biologico) e del risarcimento.

Il corso si articolerà in 30 ore di lezione in aula, le quali potranno essere integrate con esercitazioni aventi ad oggetto casi pratici.

La valutazione conclusiva si svolgerà mediante prove di esame in forma orale e secondo modalità tradizionali. Tali prove potranno essere precedute od integrate da verifiche intermedie dello stato dell'apprendimento, sia in forma orale, sia in forma scritta, secondo modalità che verranno di volta in volta decise e comunicate.

Analiticamente, il programma si articola come segue.

1.- L'ORDINAMENTO GIURIDICO

1.1. Il diritto privato ed il diritto pubblico. Individuazione dell'oggetto del corso.

1.2. Le fonti del diritto civile.

1.3. I fatti e gli effetti giuridici. La norma giuridica, l'interpretazione della legge, i fatti e gli atti giuridici, le situazioni soggettive, il rapporto giuridico e le sue vicende, la prescrizione e la decadenza.

2.- I SOGGETTI

2.1. La persona fisica. La capacità giuridica, la capacità di agire, la capacità naturale, le incapacità, i luoghi in cui la persona esercita le sue attività e radica i suoi interessi, l'estinzione della persona.

2.2. I diritti della personalità. Generalità e singoli tipi.

2.3. Le persone giuridiche. Generalità e singoli tipi.

2.4. Le organizzazioni dotate di soggettività giuridica.

3.- I BENI

3.1. I beni. Nozione e classificazioni.

3.2. Il regime giuridico della circolazione dei beni. La trascrizione.

4.- LE RELAZIONI A CONTENUTO PATRIMONIALE

4.1. Le relazioni di tipo reale. I diritti reali e loro caratteristiche.

4.2. I singoli diritti reali.

4.3. I modi di acquisto della proprietà e degli altri diritti reali.

4.4. Il possesso. Le azioni possessorie e petitorie.

4.5. Le relazioni di tipo obbligatorio. Le fonti dell'obbligazione. L'obbligazione e le sue caratteristiche. Gli obblighi di prestazione e gli obblighi di protezione. Le obbligazioni senza obbligo di prestazione.

4.6. La titolarità del rapporto obbligatorio e le modificazioni soggettive ed oggettive del rapporto medesimo.

4.7.- L'estinzione del rapporto obbligatorio. L'adempimento e

gli altri modi di estinzione dell'obbligazione.

4.8.- Il contratto in generale. Definizione, classificazioni, l'accordo e l'autonomia contrattuale, i procedimenti di formazione dell'accordo, la forma ed il contenuto, gli elementi essenziali ed accidentali, l'efficacia, l'invalidità, lo scioglimento del rapporto contrattuale.

4.9.- I singoli contratti (donazione, mandato e compravendita).

5.- LA RESPONSABILITA'

5.1.- La responsabilità contrattuale.

5.2.- La responsabilità extracontrattuale. I fatti illeciti. Le varie forme di responsabilità aquiliana

5.3.- La responsabilità per violazione di regole interne ad un rapporto avente fonte diversa dal contratto e dal fatto illecito.

5.4 - Il danno risarcibile, patrimoniale e non patrimoniale.

5.5. – Il danno alla persona: dal danno biologico al danno esistenziale.

5.6. – Le tecniche risarcitorie.

Competenze acquisibili

Al termine del corso gli studenti dovrebbero avere acquisito, oltre alle conoscenze generali, gli strumenti di base per operare, dal punto di vista giuridico, nei rapporti privatistici.

Inoltre dovrebbe acquisirsi, da parte degli studenti, una conoscenza delle nozioni fondamentali in tema di responsabilità civile con particolare riguardo agli effetti dell'illecito e al risarcimento del danno.

Testi consigliati

B. Troisi, *Diritto civile. Lezioni*, Napoli, E.S.I., ultima edizione.

P. Perlingieri, *Istituzioni di diritto civile*, Napoli, E.S.I., ultima edizione.

M. Bessone (a cura di), *Lineamenti di diritto privato*, Torino, Giappichelli, ultima edizione.

A. Torrente e P. Schlesinger, *Manuale di diritto privato*, Milano, Giuffrè, ultima edizione.

ISTITUZIONI DI ECONOMIA

(60 ore)

(Prof. Guglielmo Wolleb)

Premessa

Il corso si compone di due parti. La prima è la parte microeconomica che studia il funzionamento delle economie di mercato partendo dall'analisi del comportamento dei singoli soggetti che vi operano. La seconda è la parte macroeconomica che studia il funzionamento delle economie di mercato partendo direttamente dall'analisi dei grandi aggregati in cui si è soliti classificare le attività economiche.

Istituzioni di Economia -Parte 1

Obiettivi

Il corso di Economia Politica 1 ha lo scopo principale di spiegare come funziona l'allocazione delle risorse in una economia di mercato. Studiare un sistema di allocazione di risorse significa studiare i meccanismi attraverso cui le scelte dei diversi soggetti economici- consumatori ed imprese- determinano "cosa viene prodotto", "quanto viene prodotto di ogni cosa", "come (con che tecnologie)ogni cosa viene prodotta", "in che modo si distribuiscono, fra i vari comparti di un'economia, il lavoro ed il capitale".

Diversi sistemi economici sono basati su diversi sistemi di allocazione delle risorse. Nelle economie di mercato, il meccanismo principale che sovrintende l'allocazione delle risorse è il sistema dei prezzi. Attraverso il sistema dei prezzi si determina la composizione della produzione e l'allocazione del lavoro e del capitale. Il corso esaminerà pertanto i meccanismi attraverso cui si formano i prezzi ed illustrerà le diverse funzioni svolte dal sistema dei prezzi.

Per spiegare come si formano i prezzi si esamineranno le funzioni di domanda dei consumatori e le funzioni di offerta dei produttori (le imprese). Una funzione di domanda è la relazione che lega la domanda dei consumatori per un determinato bene al suo prezzo. Una funzione di offerta è la relazione che lega l'offerta dei produttori di un determinato bene al suo prezzo. L'interazione fra domanda ed offerta è

alla base della formazione dei prezzi. Il corso dedicherà ampio spazio a spiegare come si formano domanda ed offerta, a quali fattori possono cambiarle, a quali possono essere gli effetti di tali cambiamenti sui prezzi e sulle quantità prodotte di ciascun bene.

Per ciò che riguarda l'offerta dei produttori, si vedrà che le sue caratteristiche dipendono dal tipo di mercato in cui le imprese vengono ad operare. Si vedrà che esistono mercati concorrenziali, dove uno stesso bene viene prodotto da tantissime imprese in concorrenza tra loro, mercati oligopolistici dove lo stesso bene è realizzato da poche grandi imprese e mercati monopolistici, dove non c'è concorrenza perché c'è solo un'impresa a produrre un determinato bene. Si vedrà che le regole di comportamento che le imprese avranno convenienza a seguire sono diverse in ciascuno di questi mercati.

Il corso sarà composto sia da una parte di analisi positiva sia da una parte di analisi normativa. Questo significa che non ci si limiterà a descrivere il funzionamento di una economia di mercato (analisi positiva) ma si cercherà di dare un giudizio sulla sua desiderabilità (analisi normativa). Si vedrà allora che l'economia di mercato possiede in genere alcune qualità che lo rendono un sistema desiderabile, ma si vedrà anche che esistono diverse situazioni in cui l'economia di mercato produce risultati socialmente non ottimali. In questi casi si parlerà di fallimenti di mercato e si valuterà l'opportunità di un intervento dello Stato per correggere o sostituire il mercato nella sua funzione di allocazione delle risorse.

Istituzioni di Economia -Parte 2

Obiettivi

Il corso si propone due scopi fondamentali. Da un lato esso vuole fornire agli studenti una adeguata conoscenza delle principali grandezze macroeconomiche di una economia (Pil, Consumi, Investimenti, Spesa pubblica, Inflazione, Disoccupazione,...) e degli strumenti impiegati per analizzarle. Dall'altro esso esamina le più importanti tematiche connesse al funzionamento, allo sviluppo ed alla stabilizzazione di un sistema economico.

Il corso analizza, in primo luogo, le caratteristiche dell'equilibrio dei mercati dei beni e della moneta e gli effetti di politica fiscale e monetaria nel breve periodo in un'economia chiusa (ossia in

un'economia in cui si assume per semplicità che non esistano rapporti con l'estero). Tale analisi viene successivamente completata dall'esame degli effetti delle transazioni con le altre economie e del ruolo del cambio fra le valute. Nell'ultima parte del corso vengono, infine, studiati il funzionamento del mercato del lavoro, la costruzione della funzione aggregata di offerta di un sistema economico e la relazione fra inflazione e disoccupazione.

Le lezioni proposte saranno costituite sia da lezioni teoriche in cui verrà presentata un'ampia modellistica connessa alle tematiche citate sia da specifiche applicazioni ed esercitazioni.

Programma

(prima parte)

- 1 Il comportamento delle famiglie
 - 1.1 La scelta del consumatore
 - 1.2 La curva di domanda
 - 1.2 L'elasticità della domanda
 - 1.3 L'offerta di lavoro
 - 1.4 Le decisioni di risparmio
- 2 Il comportamento delle imprese
 - 2.1 L'impresa ed i suoi obiettivi
 - 2.2 La tecnologia
 - 2.3 I costi di produzione
 - 2.4 La curva di offerta
- 3 I mercati
 - 3.1 Il mercato concorrenziale
 - 3.2 Il mercato monopolistico
 - 3.3 Il mercato oligopolistico
- 4 I fallimenti del mercato
 - 4.1 L'asimmetria informativa
 - 4.2 Le esternalità
 - 4.3 I beni pubblici

(seconda parte)

1. La contabilità nazionale e le principali grandezze macroeconomiche
2. L'equilibrio del mercato dei beni
3. L'equilibrio dei mercati finanziari

4. L'equilibrio di breve periodo: il modello IS-LM
5. La politica fiscale e monetaria nel breve periodo
6. Le transazioni con l'estero
7. I mercati finanziari in economia aperta
8. Il ruolo del tasso di cambio
9. Il funzionamento del mercato del lavoro
10. L'interazione fra domanda aggregata ed offerta aggregata
11. L'equilibrio di lungo periodo
12. La relazione fra inflazione e disoccupazione: la curva di Phillips

Testi

Verranno indicati dal Docente

Modalità di accertamento

L'esame consiste di una prova scritta

**ISTITUZIONI E DOTTRINE
ECONOMICO AZIENDALI COMPARATE
(RAGIONERIA INTERNAZIONALE)**
(30 ore)

(Prof. Stefano Azzali)

Obiettivi

Nell'ambito dei processi di integrazione in atto a livello di Unione Europea e a livello globale, il corso intende approfondire il tema dell'armonizzazione internazionale delle informazioni di bilancio ed illustrare il loro ruolo nell'ambito di un funzionamento efficiente ed efficace dei mercati economici e finanziari. Particolare attenzione è riservata ai principi contabili internazionali dell'International Accounting Standards Board (IASB) in quanto riferimento obbligatorio per i gruppi quotati nella redazione del bilancio consolidato.

Programma

L'armonizzazione internazionale dei bilanci
Le differenze tra i bilanci a livello internazionale
I confini dell'armonizzazione internazionale
I principi contabili internazionali
La convergenza dell'Unione Europea verso i principi dello IASB
L'azione dell'Unione Europea verso i principi contabili internazionali
Lo IASB: evoluzione storica e prospettive future
Lo schema concettuale dello IASB
Le differenze tra Italia e principi contabili internazionali dello IASB
Le differenze nella redazione dei bilanci d'esercizio e consolidati
Le soluzioni applicative per i gruppi aziendali
Le potenzialità informative dei principi contabili internazionali

Testi d'esame

S. AZZALI (a cura di), *Il bilancio consolidato secondo i principi contabili internazionali*, Ilsole24ore, Milano, 2002.

Lecture consigliate

P.ANDREI, *Sistemi contabili e informativa di bilancio in Francia. Tratti evolutivi e tendenze in atto*, Giuffrè, Milano, 2000.

S. AZZALI, *Il sistema delle informazioni di bilancio delle aziende di produzione, il modello dell'international accounting standards committee*, Giuffrè, Milano, 1996.

A.VIGANO (a cura di), *Elementi di ragioneria internazionale*, Egea, Milano, 1997.

Modalità di accertamento

Prova orale

LINGUE STRANIERE

Sito web Lingue Estere - Facoltà di Economia:
<http://www.unipr.it/arpa/facecon/weblingue/homepage.htm>

Le prove di idoneità di lingua sono basate su esami al livello 'soglia' (secondo livello) riconosciuto dal Common European Framework elaborato dal Consiglio d'Europa e dall'ALTE (Association of Language Testers in Europe). Si tratta di prove che verificano le capacità linguistiche necessarie per poter comunicare in modo soddisfacente, anche se semplice, in situazioni sociali e di lavoro, in un ambiente internazionale. Riguardano le quattro abilità: scrittura, espressione orale, lettura e ascolto.

Enti membri dell'ALTE sono l'Alliance Française per la lingua francese, UCLES (University of Cambridge Local Examinations Syndicate) per la lingua inglese, Instituto Cervantes e l'Universidad de Salamanca per la lingua spagnola, Il Goethe-Institut e il DVV (Deutscher Volkshochschul-Verband) per la lingua tedesca.

Allo studente o alla studentessa in possesso di un certificato corrispondente al livello 'soglia' (o ad un livello superiore) rilasciato esclusivamente da un membro dell'ALTE è automaticamente rilasciato l'idoneità.

È inoltre riconosciuta l'idoneità allo studente che sceglie di conseguire un certificato rilasciato dagli enti sopracitati. In questo caso lo studente potrà avvalersi di una preparazione offerta dalla Facoltà e conseguirà un titolo riconosciuto in tutta Europa.

All'inizio del primo semestre vengono organizzati per ciascuna lingua dei test d'ingresso / accertamento per permettere allo studente non-principiante di valutare il suo livello di preparazione. Tali test saranno strutturati come la prova conclusiva di idoneità linguistica, ponendosi quindi al medesimo livello di quest'ultima.

Agli studenti che superino tale test d'ingresso viene riconosciuta immediatamente l'idoneità linguistica.

I corsi di preparazione istituiti dalla Facoltà s'intendono rivolti a tutti

coloro che non hanno ancora raggiunto il livello previsto.

Indicazioni ulteriori sui corsi, sui testi utili per la preparazione delle prove, materiale didattico, facsimili degli esercizi in cui si articoleranno le prove, e l'elenco di dizionari e testi di grammatica consigliati verranno esposti in bacheca e riportati sul sito web.

Consultare le bacheche e il sito web per indicazioni riguardanti orari e luoghi dei test e dei corsi.

LINGUA FRANCESE

(60 ore)

(Docente da definire)

(Collaboratori Linguistici: Dott.ssa Rosalba Del Maestro - Dott.ssa Fabienne Winkler)

La prova di lingua francese è basata sull'esame C.E.F.P. 2 Certificat d'Etudes de Français Pratique o sull'esame DELF A1 A2 A3 A4 Diplôme d'Etudes en Langue Française

Questo esame verifica le capacità linguistiche necessarie per poter comunicare in modo soddisfacente, anche se semplicemente, in situazioni sociali e di lavoro in ambienti francofoni e/o internazionali. Questo presuppone una capacità di comprensione orale nel senso globale e una capacità scritta ed orale che permettano scambi sociali in situazioni linguistiche abituali

L'esame consiste in prove di lettura e scrittura, d'ascolto e di conversazione. Di conseguenza la prova d'idoneità si articolerà in tre aspetti:

1 Lettura-scrittura

1.1 Comprensione scritta

Comprensione di testi autentici di 400 parole minimo

Accertamento: avviene mediante domande risposte (qcm a 3-4 opzioni, vero-falso, repérage)

1.2 Produzione scritta

Produzione di brevi scritti informativi, formulazione d'opinioni personali, descrizioni d'eventi e circostanze in modo semplice e coerente.

Accertamento: avviene mediante la trasformazione grammaticale di frasi con l'uso dei tempi, delle parole chiave e la capacità di riformulazione, -e la stesura di un testo di 120-150 parole ad esempio

una lettera, una relazione...

2 Ascolto

2.1, Comprensione di documenti autentici di 2 mn di durata come ad esempio flash radio, avvisi, dialoghi...

Accertamento:-avviene mediante domande risposte (qcm a 3-4 opzioni, vero-falso, discriminazione di sentimenti e opinioni....)

3 Produzione orale

3.1 Capacità di riferire un'esperienza o un avvenimento, di descrivere un obiettivo, di fornire ragioni e Spiegazioni brevi relative ad un'idea o ad un progetto, di esprimere la propria opinione, e di partecipare a "role-play" in situazioni di realtà quotidiana.

Accertamento: presentazione e discussione su diversi argomenti di interessi generali e/o dialoghi in esempi di situazioni autentiche.

Testi consigliati:

F.BIDAUD, Grammaire du Français pour italophones; - la Nuova Italia

R. DEL MAESTRO, F.WINKLER, Paris, Paname, Ripa; - Azzali

LINGUA INGLESE
(60 ore)

(Docente da definire)

(Collaboratori linguistici: Prof. ssa Lois Clegg - Dott.ssa Irene Frederick - Dott.ssa Susan Garton - Dott.ssa Nicoletta McCarthy)

Organizzazione della prova di Lingua Inglese

La prova PET, e di conseguenza l'esame di idoneità di lingua inglese, consiste in quattro parti (tre prove):

1) Letture e scrittura (50%)

Letture

Comprensione di avvisi, comprensione dettagliata di brevi testi scritti, comprensione globale di testi scritti con riferimento allo scopo comunicativo del testo.

ACCERTAMENTO – avviene mediante domande a risposta chiusa (True/False, scelta multipla, matching, ecc.).

Scrittura

Produzione di brevi testi informativi, formulazione di opinioni personali, descrizioni di eventi e circostanze semplici.

ACCERTAMENTO – avviene mediante la trasformazione grammaticale di frasi, un esercizio cloze (gap-fill) e la stesura di un testo di circa 100 parole (ad esempio una lettera, una relazione ecc.).

2) Ascolto (25%)

Comprensione di brevi testi, tipo notiziari, avvisi, dialoghi ecc., per acquisire informazioni dettagliate, e di testi più lunghi per una comprensione più generale.

ACCERTAMENTO – Avviene mediante esercizi a risposta chiusa (True / False, scelta multipla, matching).

3) Prova orale (25%)

Capacità di presentarsi e di conversare di se stesso a livello semplice, di partecipare ad attività di ‘role-play’ in situazioni di realtà quotidiana, e capacità di descrivere scene di attività varie.

ACCERTAMENTO - Per la prova orale i candidati vengono esaminati a coppie e viene loro chiesto di parlare con uno degli esaminatori e tra di loro in situazioni comunicative autentiche.

LINGUA SPAGNOLA
(60 ore)

(Prof. Michele Pallottini)

La prova di idoneità in lingua spagnola è articolata nelle due parti seguenti:

Parte scritta

Versione in Spagnolo di alcune frasi che contengono:

a) tipi elementari di morfologia e sintassi
lessico professionale tecnico-economico
modismi di pubblica relazione;

Retroversione in Italiano di qualche frammento o brano in lingua spagnola, tratto da testi adoperati durante l'attività didattica;

Redazione in Spagnolo di messaggi brevi (10 righe massimo) su un argomento assegnato dal docente o liberamente scelto dal pubblico studentesco;

Correzione scritta di errori lessicali, grammaticali e/o sintattici sottolineati nel testo di prova.

Parte orale

Controllo della lettura per verificare:

la conoscenza fonetica di base
un'accettabile intonazione di frase
un adeguato livello di esercizio linguistico;

Controllo di comprensione della lettura per chiarire:

il contenuto del testo
il senso letterale di qualche enunciato o
risposte a domande informative;

Controllo di comprensione uditiva di qualche domanda resa in Spagnolo;

Controllo di un livello linguistico di soglia, applicato alla conversazione in Spagnolo su qualsiasi argomento predisposto liberamente dall'esaminando(a).

Il programma assembla questi obiettivi e criteri didattici;

Obiettivi preliminari

Descrivere i caratteri della fonetica di lingua spagnola secondo le varietà geografiche; impartire dal vivo norme fondamentali di morfologia, anche attraverso raffronti con l'Italiano (e/o altre lingua); compiere assidui esercizi di lettura corretta, a livello fonetico e di intonazione; iniziare tentativi di conversazione intelligente evitando strutture complesse; tradurre dallo Spagnolo testi di vario contenuto (culturale, economico, pratico);

Obiettivi ulteriori

Espandere notevolmente il campo del lessico e delle locuzioni idiomatiche, sempre a livello di soglia; migliorare lettura e traduzione di testi di lingua spagnola; introdurre forme basilari di sintassi; stabilire un grado accettabile di conversazione; fare brevi esercizi di redazione (messaggi per posta, fax, e.mail, ecc.);

Modalità didattiche generali

Analisi empirica delle forme e metodo induttivo (dall'uso alle regole) guidano l'apprendimento linguistico convogliando un'esperienza mentalmente piacevole dello Spagnolo.

Durante i semestri verranno distribuiti volta per volta al pubblico studentesco testi diversi in lingua spagnola come materiale didattico.

Fra le grammatiche e i dizionari si consigliano:

G. BELLINI Grammatica della lingua spagnola, LED Milano, 1994

Oppure

G. FRANCINI – G. MORELLI, Espanol actual EGEA, Milano, 1995

e

S. CARBONELLI, Dizionario fraseologico Italiano-spagnolo e Spagnolo-Italiano, Hoepli, Milano, 1981, 2 voll..

LINGUA TEDESCA
(60 ore)

(Docente da definire)

(Collaboratori linguistici: Dott. Lucia Spocci)

La prova di idoneità di lingua tedesca è basata sul Zertifikat Deutsch del Goethe Institut, e tende ad accertare il consolidamento delle conoscenze acquisite durante i corsi. Consiste in un'esercitazione scritta e in un colloquio. Essa si articola nel seguente modo:

1 Lettura e comprensione di un testo
(articolo di stampa, annuncio e simili)

1.1 Verifica delle conoscenze grammaticali e lessicali
(sulla base di un testo simile a quelli indicati al punto precedente)

2 Ascolto
(di testi brevi, conversazioni, interviste e simili).

3 Espressione scritta
(redazione di una lettera, fax e simile sulla base di indicazioni fornite in precedenza; ordinamento logico dei punti di un testo forniti in ordine casuale).

4 Prova orale
(dialogo e discussione su temi trattati durante i corsi).

Durante i corsi verranno di volta in volta indicati e forniti i materiali e le letture che costituiranno l'oggetto delle lezioni; si segnalano tuttavia fin d'ora, a titolo indicativo, i seguenti testi:

Principianti: A. Biguzzi, *Schritte und Fortschritte*, Valmartina, vol. 1
Intermedi: A. Biguzzi, *Schritte und Fortschritte*, Valmartina, vol. 2
Avanzati: Verranno forniti i materiali durante il corso.

Per coloro che dovranno sostenere l'esame di profitto si aggiunge il seguente testo: L. SPOCCI, *Grundprinzipien der Wirtschaft*, TLC.

MARKETING DEI PRODOTTI AGROALIMENTARI

(30 ore)

(Prof.ssa Cristina Mora)

Obiettivi del corso

Il corso si propone di fornire agli studenti conoscenze professionalizzanti sugli aspetti economici, gestionali ed etici relativi al marketing dei prodotti agroalimentari, facendo particolare riferimento ai temi delle politiche di prodotto, di promozione e comunicazione tese alla valorizzazione della qualità e della sicurezza alimentare.

Le problematiche legate alla qualità e sicurezza alimentare sono sempre più di attualità e le imprese della filiera devono affrontarle con rapidità. Si pensi al caso dei prodotti derivati o contenenti organismi geneticamente modificati (OGM) o alle recenti crisi alimentari (di cui il caso BSE è stato sicuramente il più grave). Alcuni recenti trend, quali il progressivo affermarsi delle produzioni biologiche e la continua corsa delle imprese della filiera alla certificazione, il controllo della qualità ed alla rintracciabilità, sono nella sostanza segnali del valore che il consumatore attribuisce alla sicurezza degli alimenti. A questa domanda crescente di sicurezza alimentare, le imprese, le filiere e le istituzioni collettive cercano di fornire risposte adeguate attraverso l'adozione di strategie di membership verticale.

I contenuti teorici saranno esposti attraverso lezioni frontali e grazie alla discussione di casi aziendali con la presenza di testimoni della filiera.

Aspetti introduttivi

L'etica degli alimenti

Evoluzione della domanda agroalimentare: salute, sicurezza, qualità, varietà e convenienza.

Evoluzione delle filiere e dei canali

Le politiche di prodotto: aspetti specifici del sistema agroalimentare
La politica di promozione e comunicazione per i prodotti agroalimentari
Le politiche di marca nel comparto agroalimentare
La legislazione vigente sui processi, sui prodotti e sull' etichettatura
Gli standard volontari: alcune definizioni (norme ISO, standard BRC, norme EUREP-Gap, ecc.)

Qualità e sicurezza nel sistema agroalimentare

Il vissuto del consumatore europeo dopo la crisi BSE
La risposta delle Istituzioni: la nascita della European Food Safety Authority
Il principio di precauzione in Europa
L'approccio statunitense alla sicurezza alimentare
La concertazione a livello internazionale in tema di sicurezza alimentare
La rintracciabilità ed etichettatura della carne bovina come risposta europea alla crisi
Identificazione del prodotto e delle responsabilità

Aspetti di mercato e di marketing

La differenziazione di prodotto per le imprese del sistema agroalimentare
L'adozione di strategie volontarie di filiera e i sistemi di confidenza
I mercati esteri e la sicurezza: esportare prodotti finiti di qualità ed importare materie prime di qualità
I segni e i segnali della qualità nell'agro-alimentare oggi
La sicurezza alimentare: quale strategia ? Difensiva o strumento di marketing ?
La comunicazione interna: aspetti tecnici
La comunicazione con i clienti in materia di sicurezza alimentare: l'informazione sui prodotti e l'educazione alimentare
Sicurezza e fedeltà del consumatore: la comunicazione per riacquistare la fiducia
La gestione degli scandali in tema di sicurezza alimentare: i rischi per l'insegna

Le strategie vincenti in tema di sicurezza alimentare: l'esperienza della distribuzione italiana ed europea

I prodotti a filiera controllata e il marketing di filiera

L'economia della sicurezza alimentare

I costi per offrire sicurezza: il caso della carne bovina fresca

Disponibilità a pagare e livello di sicurezza alimentare

Sicurezza alimentare e commercio internazionale: protezione del consumatore o protezionismo ?

Il sostegno pubblico per la sicurezza e la tracciabilità degli alimenti e delle materie prime

Costi e benefici sociali della sicurezza: il problema distributivo

Cosa ci riserva il futuro

La membership verticale e i disciplinari di produzione

Filiere controllate e tracciabilità

L'etichettatura degli alimenti come soluzione per tutti i problemi ?

Il dibattito sulla carne con gli ormoni tra Europa e Stati Uniti

L'identity preservation e i suoi costi: ancora in tema di OGM

La fine dell'agricoltura biologica

I probiotici: tra alimenti e farmaci

Le fonti di informazione essenziali

I siti web da consultare ogni giorno

Bibliografia per l'esame

Mora Cristina, *Lecture scelte di Marketing dei prodotti agroalimentari*, Facoltà di ECONOMIA, Università degli Studi di Parma, in corso di stampa.

Modalità di accertamento

Per gli studenti frequentanti le modalità di verifica saranno concordate all'inizio del corso. Per gli studenti non frequentanti l'esame sarà scritto sulla base dei testi indicati nella Bibliografia.

MARKETING
(DIRECT, DATABASE E INTERNET MARKETING)
(30 ore)

(Prof.ssa Cristina Ziliani)

Obiettivi

Il corso si propone di fornire agli studenti le conoscenze riguardanti il marketing diretto e interattivo nelle forme che ha assunto nel tempo, di pari passo con l'evoluzione tecnologica. Direct marketing, Database marketing, marketing relazionale, one-to-one marketing e Internet marketing sono i tanti volti di una sola logica e modalità di collegamento dell'impresa al mercato che si distingue per:

l'importanza delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT), sia come strumenti di contatto sia per la raccolta dei dati sulla clientela,

l'impiego di canali brevi,

la mancanza o la ridotta importanza delle infrastrutture fisiche di vendita (*no store*),

la rilevanza della dimensione *relazionale* con la clientela,

la pari dignità assegnata all'acquisizione e alla conservazione della clientela nel tempo,

la centralità delle tecniche statistiche di analisi e previsione dei comportamenti della clientela,

la misurazione puntuale dei costi/ricavi di cliente e delle azioni di marketing,

la peculiarità delle strategie e del marketing mix.

Per tali ragioni, che costituiscono altrettanti temi sviluppati nel programma che segue, il corso adotta un *approccio integrato alle nuove forme di marketing*.

Nell'ambito del corso è prevista la discussione in aula di casi aziendali e l'intervento di manager di imprese leader nel database marketing, tra cui Cemit Interactive Media (Gruppo Mondadori).

Programma

Parte Prima

Un approccio integrato a direct, database e Internet marketing

Storia ed evoluzione del marketing: dal marketing di massa al marketing relazionale e one-to-one

La “Rivoluzione dell’informazione”

La fedeltà della clientela

Il marketing interattivo

Parte Seconda

Direct Marketing e Database Marketing

La storia del direct marketing: dalle vendite per corrispondenza al database marketing

Il database di marketing

Le strategie di database marketing

Il piano di database marketing

I media per il marketing interattivo

Il geomarketing

Il Caso L.L. Bean

Il Caso Il Sole 24 Ore

Parte Terza

Internet marketing

Concetti e strumenti di Internet: E-mail, Web, Newsgroups, Chat, nuove applicazioni

Impatto di Internet sull'impresa e sul settore

La creazione di valore nel mercato virtuale: il Caso Wine.com

Lo sviluppo e la promozione di un sito Web

Il caso Boo.com

Problematiche della privacy e della tutela dei dati personali

Bibliografia per l'esame

ZILIANI, C., *E-marketing: direct, database e Internet Marketing*, McGraw-Hill, Milano, 2001.

Lecture consigliate

Peppers, D., e Rogers, M., *Impresa one to one*, APOGEO, Milano, 2001.

Dichè, J., *E-data*, APOGEO, Milano, 2000.

Corniani, M., *Sistema informativo aziendale e dinamiche competitive*, Giappichelli, Torino, 2000.

Blattberg, R. C. e Glazer, R., Marketing in the Information Revolution, in Blattberg, R. C. et al., *The Marketing Information Revolution*, Harvard Business School Press, Boston, 1994.

Ciotti, F. - Roncaglia, G., *Il mondo digitale. Introduzione ai nuovi media*, Laterza, Roma-Bari, 2000.

Demattè, C., (a cura di), *E-business: condizioni e strumenti per le imprese che cambiano*, ETAS Libri, 2001.

The Economist, *Internet economics - a thinker's guide*, 15 marzo 2000.

Modalità di esame

Per gli studenti frequentanti le modalità di esame saranno concordate con il docente durante il corso. Per gli studenti non frequentanti l'esame verrà svolto sulla base del testo indicato nella Bibliografia e di una Lettura consigliata, da scegliere tra quelle sopra indicate, secondo le preferenze individuali.

MARKETING DISTRIBUTIVO

(60 ore)

(Prof. Gianpiero Lugli)

Obiettivi

Il corso si propone di illustrare il ruolo economico della distribuzione nei diversi contesti settoriali. In particolare, si intende approfondire il marketing di vendita e di acquisto delle imprese commerciali nel comparto dei beni di largo e generale consumo dove è maggiore l'autonomia imprenditoriale della distribuzione. L'insegnamento è finalizzato alla traduzione dei principi economici in regole empiriche di decisione e alla comprensione del comportamento competitivo delle imprese commerciali. Un rilevante spazio è riservato alla illustrazione delle strategie di collaborazione orizzontale e verticale, che sono il presupposto per affrontare con successo le nuove dimensioni della concorrenza. Inoltre, il corso si propone di illustrare l'impatto delle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione sul marketing delle imprese commerciali e industriali.

Contenuti

La domanda di servizi commerciali
La missione delle imprese commerciali nei diversi contesti settoriali
Il "prodotto" delle imprese commerciali
Il mercato e lo sviluppo delle imprese commerciali
Formazione e variazione dell'assortimento
La formazione e la variazione dei margini commerciali
La manovra delle leve di merchandising
La politica di marca del distributore
La comunicazione del distributore
La qualità del servizio commerciale
Potere contrattuale, negoziazione delle condizioni commerciali e delle prestazioni di marketing

Modalità didattiche

Il corso consiste in trenta lezioni frontali di due ore su tre giorni la settimana nel secondo semestre. Al termine di ciascuna lezione, il docente proporrà una serie di quesiti per la verifica dell'apprendimento. I suddetti quesiti, unitamente ad un glossario delle parole chiave e alla bibliografia di approfondimento, possono essere reperiti anche alla fine di ciascun paragrafo del libro di testo. Le slide proiettate in aula possono essere scaricate dal sito della facoltà o reperite su formato cartaceo presso il servizio fotocopie della facoltà.

Testi d'esame

G. Lugli-L. Pellegrini, Marketing distributivo , UTET, 2002

Lecture consigliate (non obbligatorie per l'esame)

G. Lugli – G. Cristini, Category Management: principi di gestione integrata del valore, Il Sole 24 ore 2001

C. Ziliani, e-marketing, McGraw-Hill, 2001

D. Fornari, Rivoluzione commerciale e trade marketing, Egea 1999

Modalità d'esame

L'accertamento della preparazione verrà realizzato in forma scritta e, su richiesta degli interessati, anche in forma orale.

MARKETING DEI BENI ARTISTICI E CULTURALI

(30)

(Prof. Edoardo Sabbadin)

Obiettivi

L'industria culturale, il cinema, il teatro, la televisione, la musica, le arti visive e l'editoria stanno assumendo un'importanza sempre maggiore. La domanda di prodotti artistici e culturali si sta espandendo e vede protagonisti segmenti sempre più ampi della popolazione. Anche le implicazioni economiche delle attività artistiche sono sempre più rilevanti: possono condizionare i flussi turistici, rivitalizzare aree urbane e creare nuove opportunità occupazionali. Le nuove tecnologie, inoltre, stanno investendo anche questi settori e stanno rivoluzionando le tradizionali modalità produttive, distributive e di comunicazione.

Il corso si propone di chiarire come le organizzazioni culturali italiane possono rispondere alla nuova pressione competitiva internazionale ed utilizzare le variabili di marketing per ottenere l'attenzione dei consumatori e attirare risorse. I contenuti del corso possono essere utili anche per operare in aziende innovative nel campo del design e della moda che presentano alcune analogie con l'industria della creatività.

Programma

Il corso svilupperà i seguenti temi:

- Il sistema di offerta dei beni artistici complessi
- La struttura della domanda di prodotti culturali
- La segmentazione del mercato dei prodotti artistici e culturali
- Il posizionamento competitivo dell'offerta di prodotti artistici e culturali
- La distribuzione dei prodotti artistici e culturali complessi
- La sponsorizzazione delle attività artistiche e culturali

- Le relazioni tra arte ed imprese industriali e di servizi
- I modelli di marketing nel settore dell'editoria e della musica
- Il marketing dei musei e delle arti visive
- Il marketing del settore cinematografico, televisivo e del teatro
- Le ricerche di mercato per il marketing dei beni artistici e culturali

Testi d'esame

Colbert F., Il marketing delle arti e della cultura, Milano, ETAS libri, 2000

Lecture consigliate

Caves, R., L'industria della creatività. Economia delle attività artistiche e culturali, Milano, ETAS, 2001

MARKETING INTERNAZIONALE

(60 ore)

(Prof. Daniele Fornari)

Obiettivi

L'obiettivo del corso è quello di fornire agli studenti gli strumenti di analisi e quelli operativi per valutare le attività di pianificazione e gestione delle politiche di marketing nei mercati internazionali. In particolare il corso si prefigge di rispondere a diversi interrogativi. Come sta cambiando il commercio internazionale? Qual è il posizionamento dei paesi industrializzati, dei paesi emergenti e dei paesi in via di sviluppo? Esiste un consumatore globale? Qual è il peso delle culture locali per le politiche aziendali? Quali sono gli stili di negoziazione internazionali? Quali sono i fattori di globalizzazione dei settori/mercati? Quali sono i criteri di selezione dei paesi/mercato? Fino a che punto i prodotti, i prezzi, la pubblicità, i canali di vendita, le promozioni possono essere standardizzate e/o adattate? Qual è la natura e quali sono le prospettive delle alleanze tra imprese? Attraverso quali modalità è possibile entrare nei diversi paesi/mercati? Qual è la configurazione organizzativa delle imprese internazionali? Quali sono i fattori critici di successo delle imprese globali? Come si costruisce e si implementa un piano di marketing internazionale? In generale il corso punterà a mettere a confronto i modelli teorici con la prassi aziendale.

Contenuti

La definizione e gli orientamenti di marketing internazionale
La evoluzione della struttura del commercio internazionale
I fattori di globalizzazione dei settori e dei mercati
La valutazione dei modelli di consumi e degli stili di vita internazionali
La selezione dei paesi e la valutazione della attrattività dei mercati esteri
Le forme di presenza e le alleanze nei mercati internazionali
I sistemi di distribuzione nei diversi paesi

L'adattamento e la standardizzazione delle politiche di prodotto
Le politiche di prezzo sui mercati esteri
Le forme di promozione sui mercati esteri
Le strategie pubblicitarie nei diversi paesi/mercato

Modalità didattiche

Le lezioni del docente saranno integrate con la discussione di casi aziendali e la presenza in aula di testimoni di impresa (managers e imprenditori). Inoltre come è ormai tradizione per il corso verrà offerta agli studenti la possibilità di partecipare volontariamente ad un'attività di lavoro di gruppo su temi specifici del corso. I risultati di questo lavoro saranno presentati dagli studenti al termine del corso nell'ambito di un convegno pubblico.

Testi d'esame:

D. FORNARI, *La selezione dei mercati esteri nelle strategie di marketing internazionale*, in «Micro & Macro Marketing», n.2, 1995 (da pag 233 a pag. 253)

B- G. PELLICELLI, *Il marketing internazionale*, (Mercati Globali e nuove strategie competitive) ETAS, 3^a Edizione, 1999 (esclusi capitoli 3, 18, 19, 20).

Per gli studenti frequentanti esiste la possibilità di sostituire alcune parti dei testi indicati per l'esame con il materiale discusso e presentato nelle lezioni del corso.

Lecture consigliate (non obbligatorie per l'esame)

P. Cateora, J. Graham, N.G. Hauri, *International Marketing*, Mc Graw Hill, 2000

G. Lafay, *Capire la globalizzazione*, Il Mulino, 1996

J.J. Lambin, *Comunicazione di impresa e modelli di marketing europeo*, in *Sinergie* n. 43/44, 1997 (pag. 99-113)

A. Piccaluga (a cura di), *Mercato e competizione globale*, Guerini & Associati, 1997

Modalità d'esame

Per gli studenti frequentanti le modalità di esame saranno concordate

con il docente durante il corso. In particolare è prevista la possibilità di dividere l'esame in due parti sostenendo la prova intermedia a metà del corso. Per gli studenti non frequentanti l'esame verrà svolto sulla base dei contenuti dei testi indicati nei punti A, B.

MARKETING OPERATIVO

(60 ore)

(Prof. Guido Cristini)

Obiettivi

Il corso intende approfondire le modalità e le strumentazioni adottate dal marketing nel processo di interazione con il mercato e di creazione di valore da parte dei diversi soggetti economici.

In tale contesto, particolare attenzione verrà riconosciuta ai principali paradigmi che attengono alle strategie di segmentazione e posizionamento, nonché alle politiche di marketing mix gestite per il raggiungimento degli obiettivi prestabiliti.

L'analisi dei modelli e della strumentazione applicativa viene proposta alla luce di un costante riscontro con la realtà operativa realizzata mediante la discussione di casi e il diretto coinvolgimento di alcuni managers provenienti da imprese particolarmente avanzate in chiave di strumentazioni di marketing adottate.

Contenuti

Definizione di marketing

La pianificazione strategica di marketing e la ricerca delle opportunità

Il comportamento del consumatore

Le ricerche di mercato ed il sistema informativo

La segmentazione ed il posizionamento

La gestione del prodotto e i processi di sviluppo dell'innovazione

Le politiche di pricing e la relazione con costi, domanda e concorrenza

Il communication mix

Le vendite dirette

Obiettivi della pubblicità e strumenti utilizzati

Promozioni delle vendite e pubbliche relazioni

L'organizzazione, la programmazione ed il controllo del marketing

Modalità didattiche

Nel corso è prevista una costante integrazione tra aspetti di natura

teorica e riscontri pratici.

In particolare, è previsto uno spazio di approfondimento per la preparazione e la stesura di un Marketing Plan caratterizzato da particolare valenza applicativa. Per tale attività lo studente potrà avvalersi del supporto di un tutor accademico.

Testi d'esame

Pellicelli Giorgio, (1999), Il Marketing, Torino, Utet , 2 edizione
(pagg.3-52; 71-95; 137-158; 203-454; 596-786)

Modalità d'esame

L'accertamento della preparazione verrà realizzato in forma scritta e, su richiesta degli interessati, anche in forma orale.

Per gli studenti frequentanti le modalità di esame saranno concordate con il docente durante il corso.

MARKETING STRATEGICO

(30 ore)

(Prof. Roberto Ravazzoni)

Obiettivi

Il corso si propone di illustrare gli strumenti concettuali di base e i principali modelli di analisi utilizzati dalle imprese di produzione e di servizi per individuare e qualificare le caratteristiche strutturali e competitive degli ambiti concorrenziali in cui insistono con la loro offerta, al fine di scegliere un efficace posizionamento competitivo.

In particolare, si intende fornire agli studenti un quadro di riferimento sulle diverse possibili opzioni strategiche di cui dispongono le imprese che operano lungo la filiera dei beni di largo e generale consumo per quanto attiene alle loro decisioni di marketing.

Seguendo questa impostazione, le lezioni saranno incentrate sui seguenti aspetti:

lo studio delle articolate relazioni in essere tra l'impresa e l'ambiente esterno;

l'esame del sistema competitivo nelle sue diverse componenti;

l'illustrazione dei criteri e dei metodi di definizione e di segmentazione del mercato di riferimento;

la presentazione dei principali modelli di analisi per la scelta del posizionamento competitivo;

i profili di sviluppo del Marketing Strategico

Contenuti

I RAPPORTI TRA IMPRESA E AMBIENTE

Il concetto di impresa proattiva

Il Marketing Strategico

L'ambiente e i suoi strati

L'analisi delle macrovariabili ambientali

ANALISI DEL SISTEMA COMPETITIVO

L'analisi della struttura del settore

I modelli interpretativi delle forme di mercato

I modelli di analisi dell'evoluzione del settore
I concetti di concorrenza dinamica
I nuovi livelli di concorrenza: concorrenza allargata, sviluppo dei mercati e comportamento incrementale
DEFINIZIONE E SEGMENTAZIONE DEL MERCATO DI RIFERIMENTO
Criteri e metodi per la definizione del mercato
Le modalità di segmentazione del mercato
La segmentazione del mercato dei beni di largo consumo
La segmentazione del mercato dei beni industriali (cenni)
SCELTA DEL POSIZIONAMENTO COMPETITIVO
Le fonti del vantaggio: capacità "market driving" e risorse
"Customer satisfaction": una nuova sfida
Il posizionamento strategico del prodotto
Modelli di analisi del portafoglio delle attività dell'impresa
Il portafoglio-clienti
LE NUOVE DIMENSIONI DELLE STRATEGIE DI MARKETING
Nuove strategie di mercato per nuove dimensioni della concorrenza
Le strategie di confronto
La "guerra di movimento": le strategie di "market creation"
Le manovre di innovazione per l'attacco indiretto o la creazione di un nuovo mercato
La "guerra di imitazione": le strategie di inseguimento
La creazione di barriere di blocco e di impedimento all'imitazione
La "guerra di posizione": le strategie di "market sharing"
Il marketing creativo
La riorganizzazione aziendale richiamata dalle nuove dimensioni del marketing strategico

Modalità didattiche

Il corso verrà sviluppato integrando le lezioni del docente con esercitazioni, discussioni di casi e qualificate testimonianze aziendali.

Testi d'esame

R.M. Grant, L'Analisi Strategica per le Decisioni Aziendali, Il Mulino, Bologna, 1999

(testo riservato agli studenti frequentanti; Capitoli: 1-3-4-5-7-8-9-10-12-13-15)

Raccolta di letture selezionate dal docente

(per gli studenti frequentanti)

E. Valdani, Marketing Strategico, Etas Libri, Milano, 1995 (ristampa 1999)

(testo per gli studenti non frequentanti; Capitoli: 2-3-4-5-6-7-8-9-11-16)

Letture consigliate (non obbligatorie per l'esame)

L. Sicca, La Gestione Strategica dell'Impresa. Concetti e Strumenti, Cedam, Padova, 2001.

R.S. Winer, Marketing Management, Apogeo, Milano, 2000.

P. Kotler-G. Armstrong-J. Saunders-V. Wong, Principi di Marketing, Isedi, Torino, 2001.

L. Guatri-S. Vicari-R. Fiocca, Marketing, Mc Graw-Hill, Milano, 1999.

J.J. Lambin, Marketing Strategico. Una prospettiva europea, Mc Graw-Hill, Milano, 1996.

D. Besanko-D. Dranove-M. Shanley, Economia Industriale e Strategie d'Impresa, Utet Libreria, Torino, 2001.

L. Barbarito, L'Analisi di Settore. Metodologia e Applicazioni, Franco Angeli, Milano, 1999.

P. Kotler, Marketing Management, Isedi, Torino, 1986.

S. Faccipieri, Concorrenza Dinamica e Strategia d'Impresa, Cedam, Padova, 1988.

S. Vicari, Le nuove dimensioni della concorrenza, Egea, Milano, 1989.

C. Mauri, Concorrenza Dinamica. Modelli di analisi, Egea, Milano, 1990.

J. Tirole, Teoria dell'organizzazione industriale, Hoepli, Milano, 1991.

G.S. Day, Strategie di mercato e vantaggio competitivo, Isedi, Torino, 1991.

G.S. Day, Strategie per i mercati, Etas Libri, Milano, 1992.

E. Valdani (a cura di) Marketing, Enciclopedia dell'impresa, Utet

Libreria, Torino, 1995.

Modalità d'esame

L'accertamento della preparazione verrà realizzato con una verifica scritta, integrata su richiesta con una prova orale

MARKETING STRATEGICO

(STRATEGIE DI SVILUPPO DEI NUOVI PRODOTTI)

(30 ore)

(Prof.ssa Maria Grazia Cardinali)

Obiettivi

Il Corso si propone di illustrare il ruolo strategico rivestito dai processi di innovazione e di sviluppo dei nuovi prodotti ai fini della creazione e del mantenimento di un vantaggio competitivo stabile e duraturo. In questo quadro, si intende fornire agli studenti una visione integrata dell'intero processo di sviluppo dei nuovi prodotti, dalla generazione delle idee, alle fasi di testing e di mercato, alla definizione delle politiche di lancio dei nuovi prodotti sul mercato, individuando le specificità che connotano diversamente il lancio dei beni ad elevato contenuto tecnologico dai beni di largo e generale consumo.

Il Corso è idealmente strutturato in tre parti. Nella prima parte si illustrano le alternative strategiche a disposizione delle imprese ed il processo decisionale alla base della strategia di sviluppo dei nuovi prodotti. Nella seconda parte, si esamina il processo sequenziale di sviluppo dei nuovi prodotti, dalla fase di generazione delle idee alla elaborazione e gestione di un piano di lancio del nuovo prodotto. Infine, nella terza parte, si illustra l'organizzazione del processo di sviluppo dei nuovi prodotti, dedicando particolare attenzione al ruolo svolto dalle diverse funzioni aziendali e ai nuovi modelli organizzativi, sia interni che nelle relazioni tra le imprese.

Il Corso prevede l'intervento di testimonianze qualificate e l'incontro con manager delle più importanti realtà aziendali, al fine di verificare la rispondenza tra i modelli teorici sviluppati e la prassi aziendale.

Contenuti

-- Parte prima

La strategia di innovazione
Innovazione di prodotto e strategia aziendale
Le alternative strategiche di sviluppo dei nuovi prodotti
La collaborazione tra marketing e R&S nella definizione dei nuovi prodotti
L'integrazione interfunzionale nella strategia dei nuovi prodotti

-- Parte seconda

Il processo sequenziale di sviluppo dei nuovi prodotti
Identificazione delle opportunità
La generazione delle idee
Le fonti delle nuove idee di prodotto
Le tecniche per la generazione delle idee
La gestione delle idee
La selezione delle idee
Analisi del business
Sviluppo del progetto
Test preliminari al lancio
Definizione del piano di lancio del nuovo prodotto

-- Parte terza

Gli aspetti organizzativi dell'innovazione
Il ruolo delle diverse funzioni nello sviluppo dei nuovi prodotti
I modelli di integrazione
Lo sviluppo dell'innovazione "in rete"

Testi d'esame

G.L. Urban – J.R. Hauser, Design e marketing dei nuovi prodotti, Isedi, Torino, 1997 (*per gli studenti non frequentanti*)
Raccolta di letture selezionate dal docente (*per gli studenti frequentanti*)

Letture consigliate (non obbligatorie per l'esame)

N. Buratti, Lo sviluppo di nuovi prodotti. Modelli ed esperienze nei mercati industriali, G. Giappichelli Editore, Torino, 2000.
G. Verona, Innovazione continua. Risorse e competenze per sostenere

il vantaggio competitivo, Egea, Milano, 2000.

J. Tidd – J. Bessant – K. Pavitt, Management dell'innovazione, Guerini e Associati, Milano, 1999.

G. Cocco, Creatività, ricerca e innovazione, Franco Angeli, Milano, 1992.

S. Castaldo – G. Verona, Lo sviluppo di nuovi prodotti. Teoria e analisi empiriche in una prospettiva cognitiva, Egea, Milano, 1998.

A. Gilardoni, Tecnologia, innovazione e crescita aziendale, Egea, Milano, 1998.

Modalità d'esame

Per gli studenti frequentanti le modalità di esame saranno concordate con il docente durante il corso. Per gli studenti non frequentanti l'esame verrà svolto sulla base del programma e del testo indicato nella bibliografia.

MARKETING TERRITORIALE DEGLI INSEDIAMENTI PRODUTTIVI

(30 ore)

(Prof.ssa Sabrina Latusi)

Obiettivi

Negli attuali contesti economici, imprese e territori *coevolvono* nella ricerca di vantaggi competitivi, essendo le une reciprocamente risorse critiche per la competitività degli altri. Dal lato delle imprese, le politiche competitive sono sempre più dipendenti dalle specificità del contesto territoriale e dalla qualità sistemica dell'ambiente in cui sono localizzate. Dal lato dei territori, si assiste ad un contemporaneo incremento di concorrenzialità, che impone l'adozione di logiche e di strumenti competitivi, al fine di migliorare la capacità di attrarre investimenti e di offrire alle imprese serie prospettive di radicamento in ambienti forniti di elevate esternalità.

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 all'esterno della struttura produttiva locale, che delle iniziative destinate a potenziare la capacità

attrattiva dell'area verso potenziali investitori esterni.

Contenuti

1. Legami tra competitività dei territori e competitività delle imprese e cause del crescente confronto competitivo tra sistemi territoriali
2. Governo strategico dell'offerta territoriale e applicazione delle metodologie di marketing alle problematiche di sviluppo competitivo ed economico del territorio
3. Definizione, contenuti e funzioni del marketing territoriale per gli investimenti
4. Contenuti e processo di formulazione della strategia di marketing territoriale per gli investimenti
 - Audit del territorio
 - Analisi delle esigenze della domanda e dei criteri che presiedono alle scelte localizzative
 - Analisi competitiva
 - Selezione dei segmenti prioritari di domanda e posizionamento
 - Strategie di marketing territoriale di base
5. Politiche operative di marketing territoriale per gli investimenti
 - La politica di prodotto
 - La politica di prezzo
 - La politica di comunicazione

- La politica di vendita e di assistenza pre e post insediamento
6. Le agenzie di sviluppo territoriale
 7. Strumenti di programmazione negoziata in una prospettiva di marketing strategico
 8. Nuovi scenari del marketing territoriale per gli investimenti in Italia e in Europa

Modalità didattiche

Il corso verrà sviluppato con un approccio didattico tradizionale, integrato dalla presentazione e discussione guidata di iniziative di eccellenza a livello europeo ed italiano e testimonianze di operatori attivi sul fronte dell'attrazione di investimenti.

Testi d'esame

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

Napolitano M.R., *Dal marketing territoriale alla gestione competitiva del territorio*, Napoli, Edizioni Scientifiche Italiane, 2000 (capitoli: 3, 4, 5.3, 6) .

Lecture consigliate (non obbligatorie per l'esame)

Bellini N., (a cura di), *Il marketing territoriale. Sfide per l'Italia nella nuova economia*, Milano, Franco Angeli, 2000.

Caroli M.G., *Il marketing territoriale*, Milano, Franco Angeli, 1999.

- Kotler P., Haider D.H. e Rein I., *Marketing Places*, New York, Free Press, 1993.
- Paoli M., *Marketing d'area per l'attrazione di investimenti esogeni*, Milano, Guerrini e Associati, 1999.
- Porter M.E., *The Competitive Advantage of Nations*, New York, The Free Press, 1990 (Ed. it., *Il vantaggio competitivo delle nazioni*, Milano, Mondadori, 1991).
- Porter M.E., *The Competitive Advantage of the Inner City*, *Harvard Business Review*, mag-giu, 1995.
- Valdani E. e Ancarani F., (a cura di), *Strategie di marketing del territorio*, Milano, Egea, 2000.

Modalità d'esame

L'accertamento della preparazione verrà realizzato con una verifica scritta, integrata su richiesta degli interessati con una prova orale.

MATEMATICA FINANZIARIA I

(30 ore)

(Prof. Roberto Dieci – A-K)
(Prof.ssa Annamaria Olivieri – L-Z)

Obiettivi

Scopo del corso è l'uso di modelli e metodi quantitativi di base idonei a valutare gli strumenti finanziari e creditizi (che in termini qualitativi sono analizzati in corsi precedenti, in particolare nel corso di Economia degli intermediari finanziari – Strumenti finanziari). Dal punto di vista degli operatori che offrono strumenti finanziari e creditizi, sono analizzate sia la costruzione sia la gestione degli strumenti stessi. Dal punto di vista degli investitori, è analizzata la scelta tra più forme di investimento. In un'ottica di formazione dei prezzi sul mercato finanziario, si analizza la struttura dei prezzi dei titoli obbligazionari.

Competenze acquisibili

Al termine del corso lo studente sarà in grado di valutare da un punto di vista quantitativo i principali strumenti finanziari e creditizi, confrontare i prezzi di mercato dei titoli obbligazionari e gestire in ottica quantitativa un problema di scelta finanziaria. Il corso, inoltre, stimolerà nello studente la sensibilità finanziaria e la capacità di analisi critica richieste ad un laureato in Economia che operi nel settore finanziario come gestore di fondi o come investitore (nell'ambito di imprese industriali, commerciali, di servizi, di intermediazione finanziaria, ecc.).

Le conoscenze di base acquisite nel corso troveranno approfondimento, sotto il profilo quantitativo, nei corsi di Metodi e modelli matematici per i mercati finanziari e Teoria matematica del portafoglio finanziario, che possono essere scelti dagli studenti del c.l. triennale a titolo di attività a scelta (nonché dagli studenti del c.l. quadriennale quale insegnamento libero).

Argomenti

Capitalizzazione (montante), attualizzazione (valore attuale).
Valutazione di c/c e rendite.

Prezzo e rendimento dei titoli obbligazionari. Struttura a termine dei tassi d'interesse (tassi spot e tassi forward). Duration.

Contratti di prestito (ammortamento). Leasing.

Scelte finanziarie. Valore Attuale Netto, Tasso Interno di Rendimento.
Valore Attuale Netto e Economic Value Added.

Al termine delle lezioni sarà messo a disposizione, anche su Internet, il programma dettagliato del corso.

Libro di testo

E. CASTAGNOLI, L. PECCATI, *La Matematica in azienda: strumenti e modelli (I - Calcolo finanziario con applicazioni)*, Egea, Milano, 2002.

Modalità d'esame

Prova scritta ed eventuale integrazione orale.

Avvertenza per gli studenti del c.l. quadriennale

Si segnala che il corso di Matematica Finanziaria (30 ore), ufficialmente attivato nell'ambito del c.l. triennale, costituisce di fatto la prima parte dell'analogo insegnamento (di 60 ore) previsto nel c.l. quadriennale.

MATEMATICA GENERALE

(30 ore)

(Prof.ssa Annamaria Olivieri - A-D)

(Prof.ssa Paola Modesti - E-N)

(Prof.ssa Paola Azzimondi - O-Z)

Obiettivi

Il corso intende fornire alcune tra le conoscenze matematiche di base rispondenti alla necessità di sviluppare la capacità di ragionamento logico (per descrivere e analizzare i problemi) e alla necessità di saper utilizzare alcuni strumenti di calcolo (per risolvere i problemi, anche numericamente).

Contenuti

Il corso si articola idealmente in due parti.

In una parte sono studiati alcuni problemi analitici di base, quali primi elementi di teoria degli insiemi, nozione di funzione, funzioni elementari, rappresentazione grafica di una funzione, che si ritiene debbano necessariamente far parte del bagaglio minimo culturale di un laureato in Economia.

In un'altra parte si propone un esempio di modellizzazione di uno o più problemi economico-finanziari allo scopo di consentire allo studente di esercitare la propria capacità di ragionamento logico e quella di utilizzazione degli strumenti di calcolo. Si forniscono pertanto alcuni strumenti analitici, precisamente di algebra lineare, che successivamente sono impiegati per analizzare e risolvere problemi economico-finanziari. I problemi esaminati possono essere diversi da un anno all'altro.

Al termine delle lezioni sarà messo a disposizione, anche su Internet, il programma dettagliato del corso.

Competenze acquisibili

Al termine del corso lo studente dovrebbe avere acquisito alcuni strumenti matematici di base per l'analisi di problemi economici ed

avere altresì esercitato la propria capacità di ragionamento.

Libro di testo

Le indicazioni bibliografiche saranno fornite all'inizio del corso e rese disponibili anche su Internet.

Modalità d'esame

Prova scritta ed eventuale integrazione orale.

MATEMATICA PER L'ECONOMIA

(60 ore)

(Prof. Corrado Scaravelli)

Obiettivi

Il Corso intende fornire allo studente le conoscenze e gli strumenti Matematici più utili per l'Economia, l'Azienda e la Finanza.

Programma

Il programma partirà dagli argomenti già svolti nel Corso di Matematica Generale dell'a.a. 2001-02, e, spaziando dalle funzioni reali di più variabili reali agli elementi più importanti di Calcolo Integrale, arriverà alle equazioni differenziali ordinarie e alle equazioni differenziali stocastiche. Per ogni argomento sono previste le relative applicazioni.

Eventuali variazioni ed approfondimenti di programma saranno concordati con gli studenti frequentanti.

Testo d'esame

C. SCARAVELLI, *Appunti di Matematica Generale con alcuni elementi di Matematica per l'Economia*, SANTA CROCE S.A.S., Parma, 2002, Parte II.

Riferimento per gli argomenti di Matematica Generale

C. SCARAVELLI, *Appunti di Matematica Generale con alcuni elementi di Matematica per l'Economia*, SANTA CROCE S.A.S., Parma, 2002, Parte I.

METODI E MODELLI MATEMATICI PER I MERCATI FINANZIARI

(30 ore)

(Prof.ssa Paola Modesti)

Obiettivi

Negli ultimi vent'anni il panorama degli strumenti matematico-finanziari a disposizione degli agenti che operano su un mercato finanziario si è arricchito enormemente. Scopo del Corso è presentare alcuni tra i modelli oggi maggiormente utilizzati dagli operatori nei principali mercati finanziari.

In particolare, nella prima parte del Corso si illustra lo *State Preference Model* che analizza i rapporti che intercorrono tra i prezzi e i *payoff* (aleatori) dei titoli presenti nel mercato. Il Corso prosegue con lo studio del processo di evoluzione del prezzo di un titolo e dei suoi derivati, con particolare riferimento alle opzioni.

I modelli presentati sono largamente diffusi ed accettati come linea guida dagli operatori dei mercati in Italia e in ambito internazionale ed essendo, almeno in parte, nati per rispondere ad esigenze concrete, costituiscono un ottimo esempio della reciproca funzione di stimolo di Matematica e Scienze Economiche.

Programma

State Preference Model

Il modello uniperiodale – Portafogli finanziari – Prezzi e *payoff* – Portafogli di arbitraggio - Vettore delle probabilità neutrali rispetto al rischio – Vettore dei prezzi degli stati.

Sui Mercati Finanziari.

Mezzi derivati: contratti *forward* e contratti *futures* – Calcolo stocastico: processi di Wiener e Lemma di Ito – La formula di Black e Scholes e alcune sue applicazioni finanziarie – Il prezzo di mercato del rischio.

Le opzioni.

Opzioni *put* e *call*, europee ed americane - Il modello binomiale –

Cenno alla formula di Black e Scholes per le opzioni.

Testi di riferimento

J. HULL, *Opzioni, futures e mezzi derivati*, Il Sole 24 ore Ed., Milano, 1997.

Ulteriori indicazioni bibliografiche saranno fornite all'inizio del Corso.

Modalità d'accertamento

Prova orale.

METODI E MODELLI PER LA LOGISTICA

(30 ore)

(Docente da definire)

Obiettivi

Il corso si propone di fornire allo studente le conoscenze di base della Logistica Aziendale.

Dopo aver presentato il concetto di Logistica integrata, la sua evoluzione e le attività tipiche, si approfondiscono le aree della Logistica Distributiva: la gestione delle scorte di prodotti finiti, il servizio al cliente, la progettazione della rete distributiva, la gestione dei magazzini, la programmazione dei trasporti.

Programma

- 1 - *La Logistica Aziendale*: definizione della funzione e sua evoluzione.
- 2 - *Le attività della Logistica: Materials Management e Physical Distribution Management*.
- 3 - *Il servizio al cliente*: definizioni, possibili misurazioni e scelta del livello da offrire.
- 4 - *La rete distributiva ed i relativi costi*.
- 5 - *La progettazione del sistema distributivo*: i fattori principali che influenzano la configurazione della rete distributiva.
- 6 - *Dimensionamento e posizionamento delle scorte in rete*.
- 7 - *Distribution Requirement Planning*.
- 8 - *Efficient Consumer Response*.
- 9 - *La gestione dei magazzini*: funzioni e aree operative.
- 10 - *Sistemi di stoccaggio per unità di carico pallettizzate*.
- 11 - *Sistemi di picking/sorting*.
- 12 - *Fasi di progettazione di un sistema di picking*.
- 13 - *La gestione dello spazio all'interno del magazzino*: allocazione delle merci.
- 14 - *Il trasporto merci*: aspetti gestionali e organizzativi.

15 - *La programmazione dei trasporti nelle imprese di autotrasporto merci.*

Testi d'esame

Materiale didattico a cura del docente.

Lecture consigliate

C.FERROZZI, R.D.SHAPIRO, J.L.HESKETT, *Logistica & Strategia I*, ISEDI, Torino, 1993.

C.FERROZZI, R.D.SHAPIRO, *Dalla Logistica al Supply Chain Management*, ISEDI, Torino, 2001.

G.URGELETTI TINARELLI, *La gestione delle scorte nelle imprese commerciali e di produzione*, ETASLIBRI, Milano, 2001.

Modalità di accertamento

L'esame consiste in una prova orale.

METODI E MODELLI PER LE SCELTE ECONOMICHE

(1° Modulo – 30 ore - Prof.ssa Giulia Urgeletti)
(2° Modulo – 30 ore – Docente da definire)

Obiettivi

Obiettivo del corso è mostrare come metodi razionali, e in particolare quelli quantitativi, possano servire a rappresentare e a risolvere problemi di scelta aziendali.

Nella prima parte del corso si fa cenno ai problemi di scelta e alla loro formalizzazione, con particolare riferimento alle scelte in condizioni di incertezza.

Vengono poi trattati problemi rappresentabili con modelli lineari e se ne indicano alcuni metodi risolutivi.

Nella seconda parte viene trattata la Logistica Aziendale, con particolare riferimento alla gestione delle scorte nella produzione e nella distribuzione, sia con metodi tradizionali sia presentando casi aziendali.

La Logistica è una disciplina relativamente nuova che non viene solitamente insegnata in Università ma che, recentemente, ha trovato ampio spazio in azienda dove è passata dall'essere una funzione del tutto sconosciuta fino a diventare uno degli aspetti più interessanti del management.

Durante il corso saranno organizzate conferenze di esperti aziendali su problemi di Logistica e visite guidate alle aziende.

Programma

1 - *I problemi di scelta* economici e la loro formulazione mediante modelli matematici - Scelte in condizioni di certezza e di incertezza - I principali criteri di scelta.

2 - Problemi aziendali formalizzabili con *modelli lineari*: mix produttivo e miscelazione - Programmazione lineare - Il caso di due e di più variabili d'azione - Problemi di trasporti e di assegnazione.

3 - *La Logistica aziendale*, una funzione trasversale - Le varie attività

che dipendono dal Logistico - Il *Materials* e il *Distribution Management* – Il *Supply Chain Management*.

4 - *La programmazione della produzione*: la produzione in serie e su commessa. - I metodi matematici di programmazione della produzione (CPM, PERT).

5 - *La gestione delle scorte*: generalità - I costi di gestione delle giacenze - Analisi ABC e indici di rotazione - I modelli matematici di gestione delle giacenze - Modello di Wilson, (Q,S₀), (T,S) - La gestione differenziata in base all'analisi ABC - La gestione delle parti componenti (MRP) - La gestione a scorte zero (JIT).

Testi d'esame

G.URGELETTI TINARELLI, *Appunti di Ricerca Operativa*, Ed. CUSL, Parma, 1990.

G.URGELETTI TINARELLI, *La gestione delle scorte nelle imprese commerciali e di produzione. EOQ, MRP, JIT*, EtasLibri, Milano, 2001.

Lecture consigliate (non obbligatorie per l'esame)

C.FERROZZI, R.D.SHAPIRO, J.L.HESKETT, *Logistica & Strategia I*, ISEDI, Torino, 1993.

C.FERROZZI, R. D. SHAPIRO, *Dalla Logistica al Supply Chain Management*, ISEDI, Torino, 2001.

Modalità didattiche

Nel corso si seguiranno modalità didattiche tradizionali ma, ove possibile, gli argomenti saranno presentati utilizzando casi aziendali.

Modalità d'esame

L'esame consiste in una prova orale.

METODOLOGIA DELLE SCIENZE SOCIALI (Argomentazione e scrittura)

(Prof. Gulielmo Wolleb)
(Docente da definire)

Obiettivi

La risposta razionale ad un interrogativo conoscitivo richiede il supporto di adeguati metodi per formulare le ipotesi e raccogliere, elaborare e interpretare le informazioni rilevanti. Nell'affrontare un quesito scientifico come nella ricerca della soluzione di un problema tecnico o operativo devono essere adottate procedure che garantiscano la corretta definizione dell'interrogativo a cui si vuole dare risposta, l'individuazione degli strumenti analitici da utilizzare e la valutazione del grado di certezza o di affidabilità delle conclusioni a cui si giunge. Sia in ambito universitario (redazione della tesi), sia durante la vita professionale (elaborazione di progetti operativi, pareri, comunicazioni, ricerche) è frequentemente richiesto di affrontare problemi che possono essere superati soltanto attraverso la predisposizione di percorsi di riflessione e di analisi complessi e articolati. In questi casi è necessario individuare quali sono le componenti fondamentali del problema a cui vogliamo dare risposta, quali ipotesi analitiche e interpretative devono essere formulate, come reperire le informazioni necessarie, come verificare la correttezza dei risultati raggiunti. La qualità e la coerenza delle risposte ottenute da tale percorso di riflessione e di analisi dipendono in larga misura dalle risorse logico-argomentative impiegate, dalla bontà e appropriatezza degli strumenti metodologici utilizzati e dalla varietà e completezza delle fonti informative individuate. A ciò si aggiunge che ogni risultato di ricerca o di riflessione deve essere generalmente trasferito a soggetti che spesso non hanno preso parte al processo conoscitivo e che devono essere informati delle conclusioni raggiunte mettendoli in grado di capire e di verificare i risultati acquisiti. Ogni percorso conoscitivo, pur essendo specifico rispetto all'ambito in cui viene formulato o al processo decisionale a cui vuole essere di supporto, presenta alcuni elementi metodologici, argomentativi ed

espositivi comuni e ricorrenti. L'approfondimento di questi elementi è l'oggetto del presente corso.

Struttura del corso

- Dalla formulazione delle ipotesi alla compilazione della tesi.
La tesi come link con il mondo del lavoro

- Il testo nel processo comunicativo: leggere e scrivere con la regola della consapevolezza
- La struttura della tesi

- La ricerca in biblioteca: cataloghi di biblioteche e servizi offerti dalle biblioteche
- La ricerca dell'informazione su fonti elettroniche: linguaggi di interrogazione e tecniche di pianificare delle strategie di ricerca.
- La ricerca dell'informazione in campo economico: banche dati e periodici elettronici (parte 1°)
- La ricerca dell'informazione in campo economico: banche dati e periodici elettronici (parte 2°) su fonti elettroniche
- Valutazione e selezione delle informazioni offerte dalla Rete

- L'organizzazione del testo: raccolta, generazione e organizzazione delle idee. Finalità e complessità del testo. Testo informativo, argomentativo, tecnico.

- Il concetto di argomentazione
- Argomentazione definitoria e causale-esplicativa. Valutazione dell'argomentazione
- Strategie argomentative e principali errori argomentativi. Etica dell'argomentazione

- La redazione del testo: struttura del testo, sintassi della frase semplice, sintassi della complessa, frase stile e retorica.
- Gli aspetti grafici. Qualità della scrittura, Gli standard di riferimento (indice, note, citazioni, tabelle, bibliografia, ecc.)

- La post-produzione del testo: controllo chiarezza e coerenza dei concetti esposti, revisione ortografica, sintattica, coesione dei periodi, stile. Tecniche di presentazione scritta e orale
- La voce come strumento di comunicazione
- I contatti con il mondo del lavoro: curriculum e colloquio professionale

Modalità di accertamento

Prova scritta

METODOLOGIE E DETERMINAZIONI QUANTITATIVE DI AZIENDA

(30 ore)

(Prof. Fabio Sandrini)

Obiettivi

Il tema della valutazione di azienda, nell'attuale momento di radicale evoluzione del contesto nel quale le imprese operano, è di estrema rilevanza.

Infatti i processi di ristrutturazione e di accorporamento in atto ne rendono necessaria la misurazione.

Il corso affronterà le diverse metodologie di determinazione del valore delle imprese (reddituale, finanziarie, patrimoniali e miste) esaminandone da un lato le condizioni di applicabilità e dall'altro i limiti.

In corso si concluderà con l'analisi di alcune applicazioni dei metodi esposti a casi concreti di valutazioni di azienda.

Programma

I principi di misura dei valori.

Il criterio dei valori – flusso e la scelta del tasso.

I metodi reddituali.

I metodi finanziari.

I metodi patrimoniali.

I metodi misti patrimoniali - reddituali.

Analisi di alcuni casi di valutazione del capitale economico di imprese e di gruppi.

Testi d'esame

L. GUATRI, *Trattato sulla valutazione delle aziende*, EGEA 1998 (ristampa 2000).

Lettere consigliate

La valutazione delle aziende a cura di G. Zanda, M.Lacchini e T.

Onesti, 2° edizione rivenduta e ampliata – Torino – Giappichelli 1994.
Romagnoli Ilaria, *la valutazione del capitale economico dei gruppi di imprese: tecniche e metodologie di stima*, Torino – Giappichelli 1998
Durante il corso saranno forniti altri riferimenti bibliografici

Modalità di accertamento

Prova scritta e/o orale

ORGANIZZAZIONE AZIENDALE

(60 ore)

(Prof. Giuseppe Daccò)

Il corso sarà articolato come segue:

- lezioni;
- seminari su argomenti di particolare interesse;
- visite aziendali (eventuali).

Programma del corso

a) Teoria generale delle organizzazioni

Concetto di organizzazione. L'aspetto ontologico. L'aspetto psicologico. I comportamenti decisionali. I conflitti. L'aspetto sociologico.

I criteri generali di validità organizzativa. Le regole di condotta.

Patologia delle organizzazioni.

Aspetti particolari della problematica organizzativa.

b) L'organizzazione aziendale

L'evoluzione dottrinale. I principali ordinamenti organizzativi. L'aspetto formale.

L'odierno scenario di rilevanza aziendale.

Le possibili forme giuridiche dell'impresa. La scelta del tipo di società.

Il problema della localizzazione.

Le grandi dimensioni aziendali e la concentrazione industriale.

Le tecniche direzionali ed i sistemi aziendali avanzati.

Gli studi di fattibilità

Ricerca, sviluppo e innovazione. Il venture capital. Management buy out e management buy in.

Lo sviluppo diversificato.

Meccanizzazione, automazione e robotizzazione. I diversi aspetti della flessibilità.

La programmazione operativa. La produzione just in time.

I capi. Lo stile di direzione.

La crisi d'impresa.
Relazioni industriali e partecipazione dei lavoratori alla realtà aziendale.
Il brainstorming. L'analisi del valore. I circoli della qualità. I gruppi di progetto.
La teoria y di Douglas Mc Gregor.
Notizie storiche e generalità sui sistemi di elaborazione automatica dei dati. Hardware, software, orgware e brainware.
Time-sharing, multiprogrammazione, multiattività e multielaborazione. Il teleprocessing. Batch processing e real time.La telematica.
La cibernetica aziendale.
Il sistema informativo aziendale. Le decisioni aziendali.
I processi risolutivi di tipo euristico (cenni).
Informatica e normativa giuridica (cenni).
I presupposti logico-matematici dell'informatica.

Bibliografia per l'esame

G.DACCO', *L'organizzazione aziendale*, CEDAM, Padova, 1998 (369 pagine).

G.DACCO', *Informatica aziendale. Aspetti tecnici, organizzativi, contabili e fiscali*, Azzali Editori, Parma /ultima edizione (158 pagine).

Il dettaglio delle parti e delle pagine che possono essere tralasciate verrà specificato durante le lezioni.

Lecture consigliate per eventuali approfondimenti

S.SCIARELLI, *Il sistema d'impresa*, CEDAM, Padova (ultima edizione).

S.SCIARELLI, *La crisi d'impresa*, CEDAM, Padova, (ultima edizione).

S.SCIARELLI, *Il processo decisionario nell'impresa*, CEDAM, Padova (ultima edizione).

W.KIRSCH - H.MEFFERT, *Organisationstheorien und Betriebswirtschaftslehre*, Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler, Wiesbaden (ultima edizione).

R.LIGUORO - A.VERRILLI, *Dizionario di Economia Aziendale*,

Edizioni Simone, Napoli (ultima edizione).

Modalità d'esame

Le prove d'esame potranno avere luogo anche in forma scritta.

ORGANIZZAZIONE E PIANIFICAZIONE DEL TERRITORIO

(30 ore)

(Prof.ssa Franca Miani)

Obiettivi

Il corso mira a fornire gli strumenti analitici ed interpretativi dell'organizzazione e delle politiche di pianificazione e gestione del territorio. In modo particolare saranno approfondite le interazioni tra l'evoluzione del sistema economico e l'organizzazione del territorio, con speciale riguardo ai rapporti tra la dimensione globale e quella locale, nell'intento di agevolare la comprensione delle complesse dinamiche organizzative della realtà attuale.

Viene articolato in tre parti fondamentali:

- 1) *Organizzazione del territorio e pianificazione urbana in Italia;*
- 2) *Organizzazione del territorio e pianificazione urbana nel resto del mondo;*
- 3) *La programmazione e la pianificazione a scala locale e regionale.*

Programma

Il territorio e la sua organizzazione.

Problemi storici ed evoluzione della disciplina urbanistica in Italia.

La pianificazione urbanistica nell'ordinamento vigente.

Il contributo dell'urbanistica allo sviluppo sostenibile.

Dalla città macchina alla città sistema complesso.

Il marketing urbano e territoriale per lo sviluppo locale.

Le politiche di riqualificazione urbana.

Evoluzione storica dell'urbanistica in USA.

Nuova cultura post-moderna e nuovi paesaggi urbani.

La programmazione negoziata degli enti locali.

La pianificazione regionale in Emilia-Romagna.

Gli argomenti del corso potranno essere oggetto di attività seminariale svolta da tecnici del settore.

Testi d'esame

F.MIANI, *Temi di Organizzazione del territorio e Pianificazione urbana e regionale*, Parma, Azzali Editore, 2002.

N.B. I testi consigliati per l'esame potranno essere integrati da appunti che verranno forniti dal docente durante lo svolgimento del corso. Ogni altra variazione del programma verrà esposta nell'apposita bacheca della Sezione.

Modalità di accertamento

Prova orale.

ORIGINE E SVILUPPO DELLA COMUNICAZIONE PER I MERCATI

(30 ore)

(Prof. Stefano Magagnoli)

Obiettivi

Il corso illustrerà le tappe principali della storia della comunicazione, mettendo in luce la stretta relazione esistente tra crescita economica e sviluppo dei sistemi di raccolta, trattamento e trasferimento delle informazioni di natura economica e di mercato. Adottando un'ottica internazionale saranno affrontati i temi riguardanti lo sviluppo e la trasformazione tecnologica delle forme e dei mezzi di comunicazione sia all'interno delle imprese, sia all'esterno di esse. L'arco cronologico prescelto dal corso va dalla nascita dello Stato moderno, quando iniziano a svilupparsi le prime reti permanenti di comunicazione, alle soglie degli anni Cinquanta, quando si afferma il paradigma del marketing management.

Contenuti

- 1) Il concetto di comunicazione;
- 2) Nascita e sviluppo dei sistemi di comunicazione;
- 3) La comunicazione commerciale: forme e mezzi;
- 4) Comunicazione e pubblicità.

Modalità didattiche

Il corso si articola in quindici lezioni frontali. In aggiunta al libro di testo indicato, il docente fornirà all'inizio del corso altro materiale didattico (lucidi, dispense, ecc.), sulla cui base gli studenti elaboreranno un paper che rappresenterà la prova di esame.

Testo d'esame

Patrice Flichy, *Storia della comunicazione moderna: sfera pubblica e dimensione privata*, Bologna, Baskerville, 1994 (3^a ed. 2000).

PIANIFICAZIONE FINANZIARIA

(30 ore)

(Prof. Eugenio Pavarani)

Obiettivi

Il corso ha per oggetto la problematica degli equilibri gestionali nello sviluppo dell'impresa. In particolare, vengono proposti modelli e metodologie di analisi utili a raccordare i processi di crescita con condizioni di equilibrio finanziario e di equilibrio economico prospettici. Il corso si pone l'obiettivo di sviluppare capacità di controllo anticipato della dinamica del fabbisogno finanziario, di impostare politiche di finanziamento congruenti con la qualità/quantità del fabbisogno finanziario, di monitorare l'attitudine delle scelte gestionali a generare valore per gli azionisti.

Programma

Relazioni tra strategie competitive e fabbisogni finanziari
Percorsi di analisi per la pianificazione finanziaria
Piano finanziario e scelta degli obiettivi da perseguire
Modelli sintetici per la valutazione della sostenibilità finanziaria dei piani di sviluppo
Preventivi finanziari pluriennali e budget di cassa
Sviluppo dell'impresa e creazione di valore
Analisi degli investimenti in beni strumentali
Analisi e discussione di casi aziendali

Testo d'esame

E. Pavarani (a cura di), *Analisi finanziaria*, McGraw-Hill, 2002, capitoli 7,8,9,10,14,15.

Modalità di accertamento

Prova scritta

POLITICA ECONOMICA

(60 ore)

(Prof. Eugenio Somaini)

Obiettivi e contenuti

Parte I

a) Tassi di cambio, macroeconomia internazionale e politiche macroeconomiche

Krugman e Obstfeld, capp. 14, 15, 16, 17, 18, 19 (solo i paragrafi 19.4, 19.5 e 19.6) e 20

b) Aree valutarie ottimali e economie regionali

Krugman e Obstfeld, capp. 8 e 21

Parte II

a) Le istituzioni e le politiche dell'Unione Europea

la bibliografia per questa parte sarà comunicata più avanti

b) L'Unione Monetaria e la Banca Centrale Europea

Papadia e Santini (tutto)

Parte III

Politiche commerciali internazionali, unioni doganali, aree di libero scambio

Krugman e Obstfeld, capp. 9, 10 e 12

Bibliografia

Krugman e Obstfeld, *Economia internazionale*, 2a edizione, Hoepli 1995.

Papadia e Santini, *La banca centrale europea*, il Mulino 1998.

Note

Le Appendici ai capitoli di Krugman e Obstfeld sono facoltative.

PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO (CORSO BASE)

(30 ore)

(Prof. Andrea Cilloni)

Obiettivi

La programmazione e il controllo nelle aziende assume la duplice funzione di sviluppare un sistema decisionale in contesti caratterizzati da incertezza e di coordinare il complesso sistema delle operazioni aziendali. Nel corso si espongono i caratteri istituzionali del *budgeting* e del *reporting*, nonché si presentano soluzioni nuove applicabili alla prassi aziendale. I modelli decisionali e di *budgeting* sono sperimentati tramite un *software* applicativo di simulazione dei risultati di gestione dell'azienda di produzione. Tali strumenti sono atti a guidare le scelte del *management*. La misurazione delle *performance* atte a monitorare lo scostamento dai piani e dai programmi elaborati, completa il corso.

Programma

Evoluzione nella dottrina e nella prassi del controllo e della programmazione aziendale.

Information systems: l'asimmetria.

I processi decisionali. La teoria dell'informazione-agenzia, *cenni*.

Sistemi di *budgeting*, *software* per la simulazione aziendale.

Modalità di svolgimento dell'esame

Prova scritta.

Testo d'esame

M. BERGAMIN BARBATO, *Programmazione e controllo in un'ottica strategica*, UTET, Torino, 1997. Capp. I, III e IV.

Lecture consigliate

S. BARALDI, C. DE VECCHI (a cura di), *I sistemi di pianificazione, programmazione e controllo*, vol. II, Giappichelli, Torino, 1995.

S. TERZANI, *Lineamenti di pianificazione e controllo*, CEDAM, Padova, 1999.

PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO (CORSO PROGREDITO)

(30 ore)

(Prof. Andrea Cilloni)

Obiettivi

Il corso approfondisce l'analisi dei sistemi di programmazione e controllo con particolare attinenza ai processi decisionali del *management*. Si analizza l'apporto che il sistema di *planning & control* offre alla razionalizzazione delle decisioni aziendali in un contesto caratterizzato da incertezza e asimmetria informativa.

Nel corso si espongono i caratteri progrediti del *budgeting* e, più in generale, di *management accounting*. I modelli decisionali e di *budgeting* sono sperimentati tramite *softwares* applicativi di simulazione, in contesti stocastici, dei risultati di gestione dell'azienda di produzione.

Programma

Decisioni d'azienda in contesti probabilistici.

La teoria dell'informazione-agenzia e il controllo delle decisioni del *management*.

Software applicativi per la simulazione e le decisioni aziendali.

Analisi comparativa dei sistemi di *Management Accounting* adottati nel contesto internazionale.

Modalità di svolgimento dell'esame

Prova scritta

Testo d'esame

M. BERGAMIN BARBATO, *Programmazione e controllo in un'ottica strategica*, UTET, Torino, 1997. Capp. I, II-11, II-12, III, IV.

Lecture consigliate

S. BARALDI, C. DE VECCHI (a cura di), *I sistemi di pianificazione, programmazione e controllo*, vol. II, Giappichelli, Torino, 1995.

M. BERGAMIN BARBATO, *Il controllo di gestione nelle imprese italiane, progettazione, funzionamento e processi di adeguamento ai mutamenti ambientali*, ETASLIBRI, Milano, 1990.

G. GALASSI, *Misurazioni differenziali, misurazioni globali e decisioni d'azienda*, Giuffrè, Milano, 1983.

S. TERZANI, *Lineamenti di pianificazione e controllo*, CEDAM, Padova, 1999.

RAPPORTI VERTICALI DI FILIERA

(30 ore)

(Prof.ssa Beatrice Luceri)

Obiettivi

Il corso affronta il tema delle relazioni tra imprese approfondendone gli aspetti contrattuali, competitivi e collaborativi. L'analisi è sviluppata dedicando particolare attenzione a questi ultimi perché rappresentano una fonte importante del vantaggio competitivo. La soddisfazione delle aspettative della clientela assicura infatti la sua fedeltà e ne stabilizza la relazione. L'innovazione delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione ha indotto un profondo mutamento dei modelli e degli strumenti impiegati per la gestione di tali relazioni. Internet consente di realizzare forme di comunicazione a distanza di qualità paragonabile a quella *faccia a faccia* di cui ne recupera la ricchezza informativa, conferendo al contempo memoria e riproducibilità. La struttura tecnologica diventa il luogo in cui la comunità aziendale diventa virtuale, agevolando l'interazione sia tra le persone operanti nell'impresa sia tra le organizzazioni.

Contenuti

La struttura e le relazioni dei canali di distribuzione
La natura dei rapporti verticali
La logistica delle imprese industriali e commerciali
La gestione del servizio al cliente
Il supply chain management
La comunità virtuale aziendale
I marketplaces virtuali

Modalità didattiche

Il corso è strutturato con lezioni di tipo tradizionale e con la discussione di casi aziendali. Alcuni argomenti sono oggetto di approfondimento con managers di imprese che hanno innovato la gestione della relazioni verticali.

Testi d'esame

Beatrice Luceri (2002), *Network Marketing*, Egea, Milano

Lecture consigliate (non obbligatorie per l'esame)

Bowersox D.J., Closs D.J., Helferich O.K. (1989), *Logistica*, Tecniche Nuove, Milano

Camussone P.F. (1998), *Il sistema informativo aziendale*, Etas, Milano

Costabile M. (2001), *Il capitale relazionale*, McGraw-Hill, Milano

Fornari D. (2000), *Rivoluzione commerciale e trade marketing*, Egea, Milano

Micelli S. (2000), *Imprese, reti e comunità virtuali?*, Etas, Milano

Valdani E. (2000), *L'impresa pro-attiva*, McGraw-Hill, Milano

Vicari S. (2001), *Economia della virtualità*, Egea, Milano

Modalità d'esame

L'esame consiste in una prova scritta

RELAZIONI INDUSTRIALI

(30 ore)

(Prof.ssa Mirella Baglioni)

Obiettivi

Questo modulo vuole analizzare il significato della regolazione collettiva del lavoro all'interno delle politiche sociali europee. Verranno analizzati i modelli di regolazione del lavoro prevalenti in Europa e le linee di politica comunitaria in tema di regolazione sociale e del lavoro. La transizione delle relazioni industriali italiane verrà poi analizzata nel contesto delle problematiche europee.

Programma

La politica sociale europea e le relazioni industriali
Soggetti collettivi in Europa: tipologie e consistenza associativa
Azione collettiva in Europa: contrattazione collettiva europea e contrattazione nazionale
I Comitati aziendali europei
Dialogo sociale e relazioni industriali

Modalità dell'esame

Gli studenti frequentanti porteranno una relazione su un tema a scelta tra quelli trattati nel corso.

Testi

M. Baglioni, Le relazioni industriali nell'unione europea. Contenuti e prospettive del dialogo sociale (*in preparazione*).

REVISIONE AZIENDALE

(30 ore)

(Prof.ssa Federica Balluchi)

Obiettivi

Il corso si propone di affrontare i principi della revisione aziendale in rapporto agli interventi sia contabili che gestionali.

Dopo avere delineato i profili fondamentali che caratterizzano i processi di revisione contabile, si affrontano le modalità quali-quantitative di funzionamento del sistema di controllo interno aziendale, per poi soffermarsi sulle caratteristiche inerenti l'oggetto e il metodo delle funzioni di revisione interna ed esterna d'impresa.

Programma

L'oggetto e le finalità della revisione aziendale.

Il processo di revisione aziendale.

La pianificazione e la documentazione della revisione aziendale.

L'inquadramento giuridico della revisione.

Le norme etico-professionali.

I principi contabili alla base della revisione.

La revisione contabile del bilancio di esercizio e della relazione semestrale.

Il sistema di controllo interno.

Testi d'esame

MARCHI L., Principi di revisione aziendale, Quarta edizione, Clueb, Bologna, 2000.

CONSIGLIO NAZIONALE DEI DOTTORI COMMERCIALISTI E DEI RAGIONIERI, Principi di revisione, documenti 1, 2, 3, 3.1., 3.2. e 4, Giuffrè, Milano.

Lecture consigliate

DEZZANI F. - PISONI P. - PUDDU L. - CANTINO V., La certificazione del

bilancio. Il revisore contabile e il collegio sindacale, IV Edizione, Giappichelli, Torino, 1998.

VIGANÒ A., La revisione e certificazione di bilancio, F. Angeli, Milano.

Modalità d'esame

Prova scritta con eventuale integrazione orale.

REVISIONE AZIENDALE

(CORSO PROGREDITO)

(30 ore)

(Prof.ssa Federica Balluchi)

Obiettivi

Il corso si propone di affrontare le principali aree di intervento della revisione contabile, con particolare riferimento ai criteri di redazione e di valutazione che orientano la costruzione del bilancio di esercizio d'impresa.

L'oggetto di analisi è focalizzato sulle tecniche di revisione impiegabili al fine dell'espressione del giudizio professionale in merito all'attendibilità del bilancio di esercizio delle imprese, nonché sui principali elementi che contraddistinguono il bilancio consolidato in ipotesi di gruppi aziendali.

Programma

La revisione contabile per cicli gestionali:

- ciclo vendite-crediti;
- ciclo acquisti-debiti;
- ciclo cassa e banca;
- ciclo magazzino-produzione.

La revisione contabile delle immobilizzazioni materiali e immateriali.

Le caratteristiche della revisione contabile in ipotesi di bilancio consolidato.

L'espressione del giudizio finale.

Testi d'esame

CONSIGLIO NAZIONALE DEI DOTTORI COMMERCIALISTI E DEI RAGIONIERI, Principi di revisione, Milano, Giuffrè,

Documenti essenziali:

componenti di bilancio: documenti 6, 7, 9, 10, 12, 17;

parti specifiche: documento 21.

QUAGLI A., I principi contabili nella revisione di bilancio, Bologna, Clueb, 1999.

MARCHI L. - PAOLINI A. - QUAGLI A., Casi di revisione aziendale, Bologna, Clueb, 1994.

Lecture consigliate

PRICEWATERHOUSECOOPERS (a cura di), Il controllo legale dei conti e la revisione contabile, Milano, Editrice Il Sole 24 Ore, 2000.

Modalità d'esame

Prova scritta con eventuale integrazione orale.

SCIENZA DELLE FINANZE
(SETTORE PUBBLICO E MERCATI)
(30 ore)

(Prof. Gianni Geroldi)

Obiettivi

Il corso si propone di illustrare il ruolo e l'attività del settore pubblico in una economia di mercato. Vengono affrontate varie problematiche attraverso l'analisi delle principali funzioni in cui la pubblica amministrazione si sostituisce o integra il mercato. Il corso tratta inoltre il tema dei rapporti tra pubblico e privato per il raggiungimento di obiettivi di utilità collettiva, dove, sotto il profilo dell'efficienza e dell'equità, possono essere richieste diverse soluzioni, tra cui anche quelle che prevedono l'integrazione dell'attività degli operatori privati (imprese, organismi non governativi, ecc.) con misure di regolazione e di intervento diretto della pubblica amministrazione.

Gli argomenti vengono trattati in modo sintetico sul piano teorico, ma sono soprattutto inquadrati nel contesto istituzionale e supportati da ampia evidenza empirica, allo scopo di ottenere una maggiore aderenza alle situazioni reali e in particolare al caso italiano.

Programma

I - Il settore pubblico in Italia.

Ruolo e funzioni del settore pubblico.

Organismi e struttura del settore pubblico in Italia.

Il bilancio dello Stato.

II - Teoria della finanza pubblica.

Beni pubblici e teoremi dell'economia del benessere.

Il finanziamento dei beni pubblici, la rivelazione delle preferenze e i comportamenti di *free riding*.

Decisioni collettive, regole di voto e rappresentanza.

Fallimenti del mercato e fallimenti dello Stato

III - L'offerta di beni e servizi pubblici.

Burocrazia, efficienza ed incremento della spesa pubblica.

Contratti di fornitura pubblica.
Intervento pubblico diretto.
Le tariffe nei servizi di pubblica utilità.
Regolazione e politiche per la concorrenza
Esternalità e inquinamento ambientale
IV - Le assicurazioni sociali
Classificazione delle spese per la protezione sociale.
Sostegni al reddito dei disoccupati e politiche contro l'esclusione sociale, con particolare riferimento alla normativa europea e italiana.
V – Le imposte
Classificazione e caratteristiche generali delle imposte.
Criteri di ripartizione del carico fiscale e progressività.
Sintesi delle principali imposte del sistema fiscale italiano

Testo per l'esame

Si veda il programma di *Scienza delle Finanze (Effetti economici delle politiche pubbliche)*.

SCIENZA DELLE FINANZE
(EFFETTI ECONOMICI DELLE POLITICHE PUBBLICHE)
(30 ore)

(Prof. Gianni Geroldi)

Obiettivi

Il corso è dedicato all'analisi degli effetti delle politiche pubbliche sui sistemi economici di mercato. Il programma prevede inizialmente una definizione del ruolo e delle funzioni dell'operatore pubblico, con l'aiuto dei quadri contabili aggiornati della Pubblica amministrazione italiana. In tale ambito vengono messe in luce le dinamiche dei saldi di bilancio e la questione della sostenibilità finanziaria del debito pubblico, anche attraverso l'aiuto di modelli di politica fiscale che simulano le condizioni in cui operano le economie europee nell'area della moneta unica. Il corso prevede poi una parte dedicata agli effetti economici della tassazione, in cui vengono considerati anche i problemi relativi al decentramento territoriale. L'ultima parte del programma riguarda infine le politiche per la protezione sociale, con particolare riguardo alla spesa sanitaria e al sistema pensionistico italiano.

Programma

I – L'inquadramento del settore pubblico

Beni pubblici e fondamenti dell'economia del benessere.

I problemi della giustizia sociale.

Democrazia diretta e democrazia rappresentativa.

II – Bilancio pubblico e politiche fiscali.

I conti della Pubbl. Amm.ne italiana e le manovre di bilancio.

Finanziamento e sostenibilità del debito pubblico.

Politiche di bilancio e modelli di politica fiscale.

III - Teorie ed effetti economici dell'imposta

Equità e giustizia distributiva.

Incidenza delle imposte ed "eccesso di pressione".

Le teorie degli effetti di imposta.

IV - La finanza decentrata.

Beni e servizi pubblici "locali".

Problemi economici del decentramento istituzionale.

Teorie del "federalismo fiscale".

V - Le politiche per la protezione sociale

Ambiti di intervento e modelli di *stato sociale*.

I sistemi previdenziali obbligatori e complementari.

L'assistenza sanitaria: sistemi pubblici e assicurazioni private.

Testo base per l'esame dei due corsi

P.Bosi (a cura di), *Corso di scienza delle finanze*, il Mulino, Bologna, 2000 (ultima edizione)

Note

Gli esami di entrambi i corsi prevedono prove scritte ripetibili anche parzialmente e integrabili con interrogazioni orali. All'inizio di ogni corso, viene reso disponibile per tutti gli studenti un programma dettagliato, contenente tutte le informazioni per reperire le pubblicazioni e gli altri materiali didattici necessari a sostenere la prova d'esame. Sempre all'inizio, saranno inoltre fornite agli studenti indicazioni precise sulle modalità per sostenere la prova d'esame.

Gli studenti che sostengono l'esame in uno dei due corsi di Scienza delle finanze (35 ore) possono accedere:

all'altro corso di 35 ore omettendo la parte I;

al corso di *Economia Pubblica* (35 ore), omettendo le parti generali sulle imposte già svolte nei corsi di Scienza delle Finanze, secondo modalità che verranno indicate dal docente.

SOCIOLOGIA DEI PAESI IN VIA DI SVILUPPO

(1° Modulo – 30 ore - Prof. Marco Carcano)

(2° Modulo – 30 ore – Docente da definire)

Obiettivi

Il corso si propone di fornire agli allievi gli strumenti teorici e metodologici necessari per comprendere le dinamiche delle relazioni sociali e dei processi sociali a livello microsociale e macrosociale. Attraverso un'esplorazione delle nozioni chiave dell'analisi socioantropologica contemporanea, il corso si propone inoltre di fornire un'analisi approfondita dei processi di esclusione ai vari livelli: storico, antropologico e sociologico. Infine, il corso intende fornire le competenze teoriche utili all'analisi e all'interpretazione delle relazioni sociali e dei processi sociali in corso nella società attuale.

SOCIOLOGIA DEL LAVORO E DELLE RISORSE UMANE

(30 ore)

(Prof.ssa Mirella Baglioni)

Obiettivi

Questo modulo intende fornire strumenti per analizzare l'evoluzione del lavoro, dei suoi contenuti e del suo valore sociale nel cambiamento dei modi della produzione e dell'accumulazione economica.

Obiettivo dell'insegnamento è di familiarizzare gli studenti con l'analisi delle caratteristiche dei mercati del lavoro e dei contenuti dei lavori nel corso del tempo al fine di meglio comprendere le problematiche della cittadinanza sociale nei vari contesti produttivi sperimentati dalle società europee.

Metodo

Lezioni frontali ed esercitazioni fondate sulle ricerche di sociologia del lavoro e di gestione delle risorse umane.

Programma

La società industriale: caratteristiche e valori.

L'organizzazione del lavoro nella società industriale

Analisi dei soggetti della produzione

I contenuti del lavoro: valore e solidarietà

La transizione verso il post industriale: nuove identità e valori.

L'impresa come luogo di formazione degli obiettivi e dei valori.

Lavoro e lavori nella società della conoscenza.

Il lavoro nella società europea.

Modalità dell'esame

Gli studenti frequentanti dovranno presentare una relazione scritta.

Gli studenti non frequentanti dovranno sostenere l'esame orale.

Testi

A. Accornero, *Il mondo della produzione*, Bologna. Mulino, nuova edizione 2002.

Approfondimenti

C. Crouch, *Sociologia dell'Europa occidentale*, Bologna, Mulino, 1999.

SOCIOLOGIA DELL'ORGANIZZAZIONE
(ISTITUZIONI DI SOCIOLOGIA
DELL'ORGANIZZAZIONE)
(30 ore)

(Prof. Marco Carcano)

Finalità

- far conoscere i principali approcci attraverso i quali è possibile spiegare il funzionamento delle organizzazioni;
- individuare i concetti fondamentali per descrivere ed interpretare le prestazioni di una organizzazione;
- fornire una strumentazione minimale per impostare un ragionamento intorno alla progettazione organizzativa e vederne l'applicazione

Articolazione dei contenuti

1. Concetto e significato di organizzazione;
2. I diversi approcci disciplinari;
3. Le differenti teorie, prospettive e scuole di analisi;
4. Alcuni concetti fondamentali per l'analisi organizzativa:
 - efficienza ed efficacia;
 - differenziazione e integrazione organizzativa;
 - partecipazione e coinvolgimento.
5. Analisi di alcune variabili organizzative:
 - il rapporto organizzazione-ambiente;
 - configurazioni e modelli organizzativi;
 - le politiche di gestione delle risorse umane;
 - la tecnologia.

Testi consigliati

I volumi sotto indicati sono classificati in due raggruppamenti:
di tipo A di carattere più "manualistico";

G. Bonazzi, *Storia del pensiero organizzativo*, F. Angeli, Milano
1989;

R. Scott, *Le organizzazioni*, Il Mulino, Bologna, 1994;
A. Strati, *Sociologia dell'organizzazione*, NIS, Roma, 1996;
M. Jo Hatch, *Teoria dell'organizzazione*, Il Mulino, Bologna, 1999;
di tipo B di approfondimento tematico;
F. Butera, *Il castello e la rete*, F. Angeli, Milano 1990;
H. Mintzberg, *La progettazione dell'organizzazione aziendale*, Il Mulino, Bologna, 1985;
G. Morgan, *Le metafore dell'organizzazione*, F. Angeli Milano 1989;

Modalità didattiche

Sono previste lezioni tradizionali, esercitazioni e studi di caso, e testimonianze.

Modalità di accertamento

Lo studente frequentante potrà scegliere fra gli appunti delle lezioni e/o l'elaborazione di un "paper" da discutere in sede di esame; oppure individuare un testo da individuare o nel raggruppamento A oppure in quello B, fra quelli consigliati.

Lo studente non frequentante potrà individuare un testo da individuare o nel raggruppamento A oppure in quello B, fra quelli consigliati.

SOCIOLOGIA DELL'ORGANIZZAZIONE (LAVORO E POLITICHE DEL LAVORO)

(30 ore)

(Docente da definire)

Finalità e contenuto dell'insegnamento

far conoscere alcuni elementi di dibattito sui cambiamenti intervenuti nel lavoro e sugli scenari relativi
proporre i concetti principali per una lettura dei cambiamenti presenti nel lavoro e nel mercato del lavoro;
presentare l'evoluzione delle politiche del lavoro in Italia e in Europa alla luce dei mutamenti nei mercati del lavoro
esaminare alcune concrete esemplificazioni dei nuovi strumenti di politica del lavoro presenti in Italia

Articolazione dei contenuti

Il corso si articola in due parti:

la prima parte prevede una trattazione:

- delle principali categorie sociologiche per analizzare il lavoro all'interno delle organizzazioni;
- del dibattito sul futuro del lavoro e delle differenti teorie, prospettive e scuole di analisi.
-

la seconda parte prevede l'analisi delle politiche del lavoro in Italia alla luce degli scenari europei e affronterà in particolare le seguenti tematiche:

- il processo di Lussemburgo e l'Agenda 2000;
- i fondi comunitari in relazione allo sviluppo delle competenze e alle nuove politiche del lavoro;
- la riforma dei servizi per l'impiego;
- strumenti di flessibilità del mercato del lavoro;
- la formazione delle competenze e gli strumenti per la transizione al lavoro;

- la valutazione delle politiche del lavoro (esigenze, nodi critici ed esperienze).

Testi consigliati

I testi sotto indicati sono classificati in due gruppi:

di tipo A) di carattere sociologico;

A. Accornero, *Era il secolo del lavoro*, Bologna, Il Mulino, 1997

U. Beck , *Il lavoro nell'epoca della fine del lavoro*, Torino, Einaudi, 2000

L. Gallino, , *Globalizzazione e diseguaglianze*, Bari, Laterza, 2000

Sennet, *L'uomo flessibile*, Milano, Feltrinelli, 1999

Rifkin J, *La fine del lavoro*, Milano, Baldini&Castoldi, 1995

di tipo B) di approfondimento sulle politiche del lavoro;

Varesi P.A.(a cura di), *I servizi per l'impiego*, Milano, F.Angeli, 1998

Franchi M, Palumbo M., "La valutazione delle politiche del lavoro e della formazione", *Sociologia del Lavoro*, n.77, Milano, F.Angeli, 2000

Antonelli G. (a cura di) "Monitoraggio e valutazione delle politiche del lavoro per una nuova economia", Ceis, Il Mulino, in corso di stampa

Modalità didattiche

Sono previste lezioni tradizionali, esercitazioni e studi di caso e testimonianze.

Modalità di accertamento

Lo studente frequentante potrà scegliere fra gli appunti delle lezioni e/o l'elaborazione di un "paper" da discutere in sede di esame; oppure individuare un testo da individuare o nel raggruppamento A oppure in quello B, fra quelli consigliati.

Lo studente non frequentante potrà individuare un testo da individuare o nel raggruppamento A oppure in quello B, fra quelli consigliati.

STATISTICA I (ANALISI DEI DATI)

(30 ore)

(Prof. Andrea Cerioli - A-D)
(Prof.ssa Isabella Morlini - E-N)
(Prof.ssa Maria Adele Milioli O-Z)

Obiettivi

Il corso si propone di presentare gli strumenti di base per l'analisi dei dati statistici relativi ad uno e due fenomeni, e di fornire un'introduzione allo studio delle serie storiche economiche. Lo scopo fondamentale è quello di consentire allo studente di acquisire dimestichezza con l'analisi quantitativa dei dati aziendali ed economici, mettendolo in grado di svolgere elaborazioni autonome e di interpretare correttamente i risultati di tali elaborazioni. Per raggiungere un simile obiettivo l'attenzione sarà focalizzata su un insieme ridotto di tecniche, ma di largo impiego nella pratica. In particolare, saranno prese in esame le metodologie di sintesi di una variabile (distribuzioni di frequenze, medie, indici di variabilità), il calcolo dei numeri indici semplici e composti, lo studio della correlazione tra due variabili quantitative e l'adattamento di una retta di regressione. Di ciascuna tecnica saranno illustrati i fondamenti logici e le finalità conoscitive, mentre saranno posti in secondo piano i dettagli tecnici e le derivazioni matematiche. In tale logica, ciascuna tecnica sarà introdotta facendo riferimento ai problemi aziendali ed economici che essa può contribuire a risolvere (con esempi semplificati in modo tale da poter essere svolti dettagliatamente in aula) e si dedicherà molto spazio all'interpretazione critica dei risultati. Un aspetto importante, che sarà ripreso più volte durante il corso, riguarda l'uso del computer per l'effettuazione delle analisi statistiche. In particolare, si mostreranno le potenzialità di un foglio elettronico di larghissima diffusione aziendale, quale Microsoft Excel, ai fini della reale applicazione delle metodologie illustrate a lezione. Il corso farà riferimento esclusivamente al caso in cui le informazioni

quantitative siano disponibili per l'intera popolazione di riferimento. Pertanto, è necessario un corso successivo di inferenza statistica, collocato al secondo anno, in cui gli studenti possano apprendere le tecniche di analisi dei dati di natura campionaria.

Contenuti

Elementi introduttivi

- * la rilevazione dei dati e le fonti statistiche
- * la matrice dei dati; le rappresentazioni grafiche; l'impiego di un foglio elettronico

Sintesi di un fenomeno

- * le distribuzioni di frequenze e le tabelle a doppia entrata
- * le medie (media aritmetica, mediana e quartili, moda)
- * gli indici di variabilità assoluti (varianza, scostamento quadratico medio, campo di variazione) e relativi (coefficiente di variazione)
- * cenni sulla forma di distribuzione

Serie storiche

- * le medie mobili
- * i numeri indici semplici a base mobile ed a base fissa
- * il concatenamento di serie con base differente; il tasso medio annuo di variazione
- * i numeri indici composti dei prezzi ed il deflazionamento dei valori a prezzi correnti

Relazioni tra due caratteri

- * la covarianza ed il coefficiente di correlazione lineare
- * la matrice di covarianza e la matrice di correlazione
- * la retta di regressione: il metodo dei minimi quadrati; l'interpretazione dei parametri; la valutazione della bontà di adattamento;
- * l'interpolazione lineare di una serie storica

Competenze acquisibili

Al termine del corso gli studenti dovrebbero avere acquisito le competenze per orientarsi nell'analisi quantitativa dei fenomeni aziendali e delle variabili economiche, al fine di poter effettuare elaborazioni in proprio od interpretare i risultati di elaborazioni

ottenute da altri. In particolare, gli studenti dovrebbero essere in grado di individuare la metodologia migliore per soddisfare un determinato obiettivo conoscitivo, effettuare i calcoli necessari ed interpretare criticamente i risultati ottenuti.

Libri di testo per l'esame

S. Zani, *Introduzione all'analisi dei dati nell'era di Internet*, Giuffrè, Milano, 2002 (esclusi il capitolo 4, i paragrafi 5.3, 5.4, 5.5, 5.6, 5.7, 5.8 ed i paragrafi con l'asterisco).

A. Cerioli, M. A. Milioli, *Esercizi di statistica*, Uni.nova, Parma, 2002.

Esami

Gli esami saranno in forma scritta. Gli studenti che lo desiderano potranno concordare con i docenti un'integrazione orale dopo la prova scritta.

STATISTICA
DEI MERCATI MONETARI E FINANZIARI
(MODELLI E PREVISIONI)
(30 ore)

(Prof. Luigi Grossi)

Obiettivi

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 previsione della dinamica futura di tali serie.

La modellistica ARIMA per l'analisi dei rendimenti finanziari

Cenni al concetto di processo stocastico.

I momenti di un processo stocastico e la loro stima.

Alcuni tipi di processo stocastico rilevanti nello studio delle serie finanziarie: *white noise*, *random walk*, autoregressivi, a media mobile.

Le varie fasi della metodologia Box-Jenkins: trattamenti preliminari, identificazione, stima, verifica.

Lo studio della volatilità delle serie finanziarie

Definizione del concetto di volatilità: la natura statistica della volatilità. Modelli a volatilità costante e modelli a volatilità variabile nel tempo. Cenni al concetto di volatilità implicita.

I modelli ARCH e GARCH per l'interpretazione statistica della dinamica temporale della volatilità. Specificazione, stima e verifica dei modelli GARCH.

Le estensioni della modellistica GARCH: modelli EGARCH, modelli TARCH.

La gestione del rischio di mercato attraverso la scelta del portafoglio.

Cenni al modello *Value at risk*.

La previsione delle serie storiche finanziarie

Il concetto di previsione in ambito finanziario; gli indici di valutazione delle previsioni.

La previsione dei prezzi mediante le tecniche di liscio esponenziale.

La previsione dei prezzi mediante i modelli ARIMA.

La previsione della volatilità mediante i modelli GARCH.

La previsione attraverso i metodi ARIMA. La previsione mediante i modelli GARCH. Indici di bontà delle previsioni: errore assoluto medio (EAM), errore quadratico medio (EQM), indici di Theil.

Sono previste diverse esercitazioni in aula informatica su serie storiche reali mediante l'utilizzo del programma Eviews.

Testi consigliati

Dispensa su tutti gli argomenti del corso.

Libri di approfondimento

ALEXANDER C. (2001), *Market Models*, John Wiley and Sons, Chichester, 2001.

BUZZIGOLI L., *Modelli di analisi delle serie temporali finanziarie. Rassegna ed applicazioni di modelli di tipo ARCH*, Dipartimento Statistico, Università di Firenze, 1994.

DI FONZO T., LISI F., *Complementi di statistica economica. Analisi delle serie storiche univariate*, Cleup, Padova, 2000

FRANSES P. H., VAN DIJK D., *Non linear time series models in empirical finance*, Cambridge University Press, Cambridge, 2000.

GOURIEROUX C., JASIAK J., *Financial Econometrics*, Princeton University Press, Princeton, 2001

MILLS T. C., *The econometric modelling of financial time series*, Cambridge University Press, Cambridge, 1999.

Modalità di accertamento

Prova scritta ed eventuale colloquio orale.

STATISTICA
DEI MERCATI MONETARI E FINANZIARI
(SERIE STORICHE)
(30 ore)

(Prof. Luigi Grossi)

Obiettivi

L'interazione fra statistica e finanza è un processo continuo: la soluzione dei problemi statistici è la condizione necessaria per valutare gli elementi di incertezza dei mercati. Il corso si propone di fornire gli strumenti di base più idonei per l'analisi di alcuni aspetti fondamentali del mercato monetario e finanziario. Una particolare attenzione verrà rivolta alle serie storiche di fenomeni finanziari: tassi di cambio, tassi di interesse, prezzi e rendimenti azionari, prezzi e rendimenti di titoli derivati.

Contenuti

1. *Le fonti statistiche delle variabili monetarie e finanziarie*

1.1 La rilevazione delle informazioni. Le fonti statistiche del mercato monetario e finanziario, della bilancia dei pagamenti, della finanza pubblica.

1.2 I numeri indici di borsa.

1.3 La banca dati *Datastream*.

2. *Caratteristiche empiriche delle serie storiche finanziarie*

2.1 I prezzi e i rendimenti finanziari.

2.2 La forma di distribuzione dei rendimenti.

2.3 La dipendenza temporale dei rendimenti.

2.4 L'ipotesi di efficienza dei mercati finanziari e il concetto di passeggiata casuale dei prezzi.

2.5 La volatilità dei rendimenti finanziari.

3. *Lo studio della dinamica temporale dei fenomeni economici*

3.1 Analisi delle serie storiche: approccio classico e approccio moderno.

3.2 L'analisi tradizionale delle serie storiche per componenti. La

determinazione del trend. La determinazione della componente stagionale. Il trattamento della componente accidentale.

3.3 Le funzioni di autocorrelazione globale e parziale. Introduzione alla modellistica ARIMA.

4. Introduzione all'analisi tecnica dei prezzi

4.1 I presupposti dell'analisi tecnica.

4.2 L'analisi grafica.

4.3 Le medie mobili e gli oscillatori.

4.4 Cenni all'impiego operativo dell'analisi tecnica.

Sono previste delle applicazioni a serie storiche finanziarie reali con l'impiego:

della banca dati "datastream" per il punto 1);

del programma Eviews per i punti 2), 3).

del programma Metastock per il punto 4);

Testi consigliati

Dispensa su tutti gli argomenti del corso.

Libri di approfondimento

COSTA M., *Mercati finanziari. Dati, metodi e modelli*, Cleub, Bologna, 1999.

DI FONZO T., LISI F., *Complementi di statistica economica. Analisi delle serie storiche univariate*, Cleup, Padova, 2000.

GALLO G. M., PACINI B., *Metodi quantitativi per i mercati finanziari: istruzioni per l'uso*, Carocci Editore, Roma, 2002.

MONDANI A., *Metodo di sintesi dei numeri indici di borsa*, Casa Editrice Ambrosiana, Milano, 1992.

PRING M., *Analisi tecnica dei mercati finanziari*, MacGraw Hill, Milano, (ultima edizione).

Modalità di accertamento

Prova scritta ed eventuale colloquio orale.

STATISTICA ECONOMICA

(60 ore)

(Prof. Giorgio Gozzi)

Obiettivi

Il corso è articolato su due moduli. Obiettivo del primo modulo, introduttivo, è fornire allo studente una base teorico-concettuale sufficientemente ampia e fargli acquisire dimestichezza con le fondamentali tecniche di rilevazione e analisi dei dati. : Scopo del secondo modulo è quello di fornire agli studenti gli strumenti quantitativi utili a descrivere le economie dei Paesi in via di sviluppo o in transizione, a stimare modelli interpretativi delle diverse realtà economiche e a partecipare alla formulazioni di politica economica, collaborando in progetti di aiuto.

Programma

Modulo 1: Elementi di statistica.

Il modulo ha carattere introduttivo e affronta i principali problemi che si pongono nell'analisi quantitativa dei fenomeni con metodo statistico. I concetti e le tecniche sono presentati in modo prevalentemente intuitivo, utilizzando una limitata formalizzazione matematica e curando in particolare la loro applicabilità. I temi trattati sono i seguenti:

- Rilevazione dei dati; finalità di un'indagine statistica; progettazione dell'indagine; rilevazione; la matrice dei dati.
- Analisi dei dati: rappresentazione tabellare, i rapporti, le medie, le misure di variabilità e la concentrazione.
- Studio della relazione tra variabili: la regressione semplice, la correlazione. Cenni alla regressione multipla.
- Cenni di campionamento e inferenza statistica; primi elementi di calcolo delle probabilità e variabili casuali; cenni sui problemi di stima.

Modulo 2: Statistica economica.

Il programma verte sulle diverse fonti delle statistiche economiche e

sui metodi più utili per le analisi quantitative dei sistemi economici in via di sviluppo e per la comprensione dei loro principali problemi macro-economici. In particolare, si studieranno i principali aggregati economici, esaminandoli nel quadro macro-economico rappresentato dallo SNA93, con più specifico riferimento al PIL, visto come indicatore economico usato in confronti temporali e spaziali, alla Bilancia dei pagamenti e a quella commerciale. Di conseguenza verranno esaminate le statistiche del FMI e della Banca Mondiale sulla contabilità macro-economica disponibile nei PVS. Le fonti disponibili ai fini della redazione di una scheda Paese.

Testi

Verranno indicati dal docente.

Modalità di accertamento

Verranno indicate dal docente.

STATISTICA I

(60 ore)

(Prof. Andrea Cerioli - A-K)
(Prof.ssa Maria Adele Milioli - L-Z)

Obiettivi

Il corso presenta l'analisi dei dati statistici relativi ad uno e due fenomeni ed un'introduzione al campionamento ed alla inferenza statistica. La didattica del corso si avvale di numerosi esempi tratti dalla vita economica reale.

Si consiglia allo studente di presentarsi a questo esame solo dopo aver superato Matematica generale.

Programma

Parte prima: descrizione e sintesi di un fenomeno

Elementi introduttivi: la rilevazione dei dati e le fonti statistiche; le matrici dei dati; le rappresentazioni grafiche; l'impiego di un foglio elettronico.

Le distribuzioni di frequenze e le tabelle a doppia entrata; le medie; gli indici di variabilità assoluti e relativi; cenni sulla forma di distribuzione.

Le serie storiche; i numeri indici semplici e composti; il deflazionamento dei valori a prezzi correnti; le medie mobili.

Parte seconda: le relazioni tra due caratteri

Il coefficiente di correlazione; la matrice di covarianza e la matrice di correlazione.

La retta di regressione; il metodo dei minimi quadrati; la valutazione della bontà di adattamento; l'interpolazione di una serie storica.

Parte terza: introduzione al campionamento ed alla inferenza statistica.

Richiami di calcolo delle probabilità; cenni sui metodi di

campionamento; lo spazio dei campioni; distribuzioni campionarie degli indici statistici.

Stima puntuale e per intervallo di confidenza della media e della frequenza relativa.

Test di significatività sulla media e sulla frequenza relativa.

Il modello di regressione lineare semplice.

Testi d'esame

Parti prima e seconda:

S. ZANI, *Introduzione all'analisi dei dati nell'era di Internet*, Giuffrè, Milano, 2002 (esclusi il capitolo 4, i paragrafi 5.3, 5.4, 5.5, 5.6, 5.7, 5.8 ed i paragrafi con l'asterisco).

Parte terza:

A. Cerioli, M. A. Milioli, *Introduzione all'inferenza statistica senza (troppo) sforzo*, Uni.nova, Parma, 2002.

Applicazioni ed esercizi, in preparazione alla prova scritta:

A. Cerioli, M. A. Milioli, *Esercizi di statistica*, Uni.nova, Parma, 2002.

Testi di approfondimento

B.V. FROSINI, *Metodi statistici*, Carocci Editore, Roma, 2001.

D.S. MOORE, *The Active Practice of Statistics. A Text for Multimedia Learning*, W.H. Freeman and Company, New York, 1997.

D. PICCOLO, *Statistica*, Il Mulino, Bologna, 1999.

C.J. WILD, A.F. SEBER, *Chance encounters: a first course in data analysis and inference*, Wiley, New York, 2000.

Modalità di valutazione

Prova scritta ed eventuale colloquio orale.

STORIA DELLE IMPRESE

(30 ore)

(Prof. Claudio Bargelli)

Obiettivi

Il corso intende ricostruire le linee evolutive dell'impresa industriale italiana dall'unificazione agli anni del "miracolo economico", delineandone i mutamenti strutturali e organizzativi e valutandone il contributo apportato dal settore industriale allo sviluppo economico del Paese. Le linee interpretative proposte suggeriranno altresì come nel caso italiano le piccole imprese abbiano svolto un ruolo assai importante nell'incentivare l'industrializzazione

Programma

I caratteri e le fasi di un processo di industrializzazione

- I modi di produzione prima dell'industrializzazione: i caratteri strutturali di un'economia pre-industriale e la conformazione del settore secondario. Il ruolo del mercante-imprenditore.
- La grande trasformazione: la rivoluzione industriale inglese, l'avvento del sistema di fabbrica e il sopravvento della tecnologia.
- L'età della Destra Storica: un avvio difficile. Le condizioni dell'economia italiana all'indomani dell'Unità: la finanza pubblica, l'agricoltura e l'industria.
- Tra Grande Depressione e intervento dello Stato. La crisi agraria degli anni Settanta e Ottanta, i suoi riflessi sull'industria e il ritorno al protezionismo. La crisi bancaria e gli "anni neri dell'economia italiana".
- La seconda rivoluzione industriale e l'accelerazione dello sviluppo. Il decollo industriale delle regioni del nord-ovest. I dibattiti sui caratteri e limiti dello sviluppo economico italiano dell'età giolittiana.
- Il primo conflitto mondiale e l'economia di guerra: il ruolo delle industrie ausiliarie. Il tormentato dopoguerra.
- Tra modernizzazione e vecchi squilibri. La crisi industriale

del primo dopoguerra e la politica economica fascista durante gli anni Venti e Trenta.

- In un'economia aperta. La seconda guerra mondiale e la Ricostruzione. Alle origini del "miracolo economico italiano". L'industria italiana alla conquista dei mercati mondiali.

Bibliografia essenziale

M.DORIA, *L'imprenditoria industriale in Italia dall'Unità al "miracolo economico". Capitani d'industria, padroni, innovatori*, Torino, Giappichelli, 1998

Modalità di accertamento

Esame orale.

STORIA DELLA MONETA E DELLA BANCA

(30 ore)

(Prof. Gian Luca Podestà)

Obiettivi

Il corso intende ricostruire e interpretare l'evoluzione dei sistemi creditizi, finanziari e monetari internazionali dal XIX secolo ai giorni nostri ed è rivolto a tutti coloro che, avendo desiderio di approfondire la storia della banca e della finanza, desiderano conoscerne le principali tappe evolutive, al fine di percepire le differenze tra i vari sistemi e di valutarne i possibili orientamenti evolutivi.

Contenuti

Una prima parte introduttiva sarà dedicata ai progressi compiuti in tali settori nell'età moderna, soffermandosi, in particolare, su alcune innovazioni tecniche che, concepite in tale epoca, avrebbero contribuito nell'età dell'industrializzazione ad accelerare lo sviluppo (titoli di credito, banconote, borsa, ecc.). La seconda parte illustrerà l'evoluzione dei sistemi bancari dal XIX secolo ai giorni nostri (le banche centrali, i sistemi bancari inglese, tedesco, francese e italiano). La terza parte, infine, si soffermerà sulla nascita e sull'evoluzione del sistema monetario internazionale dall'avvento del *gold standard* ai giorni nostri.

Modalità didattiche

Il corso si articola in 15 lezioni tradizionali.

Testi d'esame

G. FELLONI, *Moneta, credito e banche in Europa: un millennio di storia*, Genova, 1997, dispense a disposizione degli studenti presso il servizio fotocopie della facoltà;

B. EICHENGREEN, *La globalizzazione del capitale: storia del sistema monetario internazionale*, Baldini & Castoldi, Milano, 1998.

STORIA DELLO SVILUPPO LOCALE

(30 ore)

(Prof. Alberto Grandi)

Obiettivi

Il corso si propone di ricostruire e interpretare lo sviluppo industriale, legato alla nascita e all'affermazione dei distretti industriali nelle aree della cosiddetta Terza Italia. Tale sviluppo presenta, infatti, aspetti particolari, essendo incentrato sulla presenza delle piccole e medie imprese, che si caratterizzano per una forte specializzazione e una altrettanto marcata flessibilità. Il corso intende dimostrare che il successo di questa forma di industrializzazione è fortemente legato all'azione di istituzioni e organizzazioni locali (sistema formativo, banche locali, enti locali, cooperazione tra imprenditori, ecc.) che determinano nel sistema economico e nel sistema sociale condizioni favorevoli per la produzione e per la commercializzazione di beni industriali.

Contenuti

1) Il concetto di sviluppo locale e di distretto industriale; 2) La Terza Italia; 3) Le varie teorie sull'origine dei distretti; 4) Le istituzioni intermedie; 5) Creazione di beni pubblici e coordinamento istituzionale; 6) L'istruzione professionale; 7) La cooperazione tra imprenditori; 8) Le banche locali; 9) Gli enti locali; 10) Presentazione di alcuni casi di studio.

Modalità didattiche

Il corso si articola in quindici lezioni tradizionali. Oltre al libro di testo indicato in bibliografia, agli studenti verrà messo a disposizione il materiale didattico (lucidi e dispense), sulla base del quale dovranno predisporre e presentare un paper che verrà poi discusso in aula con il docente e con gli altri studenti.

Testo d'esame

ARRIGHETTI A. – SERAVALLI G., *Istituzioni intermedie e sviluppo locale*, Roma, 1999.

STORIA ECONOMICA DEI PAESI IN VIA DI SVILUPPO

(60 ore)

(Prof. Alberto Guenzi)
(Prof. Gian Luca Podestà)

Obiettivi

Il corso è strutturato in due moduli di 30 ore ciascuno :

Politica ed economia internazionali nel '900 (Prof. Alberto Guenzi).

Il primo modulo delinea le principali vicende politiche ed economiche del '900, soffermandosi, in particolare, sulla crescente complessità delle relazioni internazionali dopo la fine del bipolarismo USA – URSS e sulle ripercussioni che la crescente integrazione dell'economia mondiale determina tra i paesi industrializzati e quelli in via di sviluppo.

Sviluppo economico e colonialismo (Prof. Gian Luca Podestà)

Il secondo modulo analizza le relazioni politiche, economiche e sociali intercorse fra le potenze coloniali e i loro possedimenti. Un'attenzione particolare sarà dedicata alle differenze tra i vari modelli di colonialismo e all'influenza che la dominazione coloniale ha avuto sull'evoluzione dei nuovi paesi indipendenti.

Testi

Per il modulo a)

P. BAIROCH, *Storia economica e sociale del mondo. Vittorie e insuccessi dal XVI secolo a oggi*, Vol. II, Einaudi, Torino, 1999 (solo alcune parti che saranno indicate dal docente all'inizio del corso).

Per il modulo b)

P. BAIROCH, *Economia e storia mondiale*, Garzanti, Milano, 1998 (solo alcune parti che saranno indicate dal docente all'inizio del corso).

G. L. PODESTA', *Sviluppo industriale e colonialismo. Gli investimenti italiani in Africa Orientale 1869-1897*, Giuffrè, Milano, 1996.

Lecture integrative e documenti saranno forniti dal docente durante il corso.

Modalità di accertamento

L'esame si compone di due prove scritte: una prova intermedia e una prova finale.

Coloro che non sosterranno la prova intermedia porteranno tutto il programma all'esame orale.

STORIA ECONOMICA

(60 ore)

(Prof. Alberto Guenzi – Dott. Alberto Grandi - A-K)
(Prof. Gian Luca Podestà – Dott. Stefano Magagnoli - L-Z)

Obiettivi

Il corso è strutturato in due moduli:

Il primo modulo intende porre in risalto e analizzare, in una prospettiva diacronica, alcune grandi tematiche di fondo concernenti l'evoluzione dei sistemi e delle istituzioni economiche, in modo da consentire una efficace introduzione ai temi e ai problemi affrontati dalle altre discipline della facoltà

Il secondo modulo intende delineare l'evoluzione economica europea dalla rivoluzione industriale ai giorni nostri, enfatizzando le straordinarie trasformazioni economiche, sociali e culturali indotte dall'industrializzazione e dallo sviluppo economico. L'ultima parte del corso sarà dedicata alla crescente integrazione dell'economia internazionale, alle innovazioni tecnologiche e alle modificazioni dei settori economici contemporanei..

Testi

A. DI VITTORIO (a cura di), *Dall'espansione allo sviluppo. Una storia economica d'Europa*, Giappichelli. Torino, 2002.

Alcuni concetti introduttivi della Storia Economica, a cura di Alberto Guenzi e Gian Luca Podestà, dispense a disposizione degli studenti su Internet e presso il servizio fotocopie della Facoltà.

Suggerimenti

Dispense e libro costituiscono parte integrante del programma d'esame e sono stati progettati per integrarsi a vicenda. La dispensa costituisce l'indispensabile guida per l'approfondimento di alcune tematiche fondamentali della storia economica che saranno delineate e approfondite nella loro scansione temporale e nella localizzazione geografica nel libro di testo.

Modalità di accertamento

Per gli studenti immatricolati nell'A.A. 2002/03 che ne vorranno usufruire sono previste una prova intermedia scritta e una prova finale d'esame scritta. Per tutti gli altri l'esame avverrà in forma orale.

STRUMENTI DI PROGRAMMAZIONE NEL SISTEMA AGRO ALIMENTARE

(30 ore)

(Prof. Filippo Arfini)

Obiettivi

Lo scopo del corso è fornire agli studenti una serie di competenze di carattere teorico e applicativo che consentano di affrontare, sviluppare e risolvere i problemi di scelta delle imprese delle filiere del sistema agro alimentare mediante l'ausilio di modelli, basati sull'uso della programmazione matematica, e di software specifici che ne consentono la soluzione di problemi di programmazione matematica applicati al sistema agro alimentare.

Contenuti

1. Caratteristiche del settore agro alimentare

Le principali caratteristiche del settore agro-alimentare italiano

I processi di integrazione nel sistema agro-alimentare

I problemi di coordinamento lungo le filiere agro alimentari

2. Strumenti di pianificazione per il sistema agro-alimentare

La programmazione lineare e non lineare

I metodi di pianificazione parziale e globali

La formulazione di problemi di pianificazione per le aziende agro alimentari mediante l'uso della programmazione lineare

Interpretazione economica dei problemi "primari" e "duali"

Interpretazione dell'analisi di sensitività

Analisi multiobiettivo e Goal Programming

Anali dell'efficienza mediante metodi non parametrici

3. Strumenti operativi per la pianificazione dell'azienda agro-alimentare

Il linguaggio LINDO per la formulazione dei problemi di Programmazione Lineare

Il linguaggio GAMS per la formulazione dei problemi di Programmazione Lineare

4. Esercitazioni sull'uso di software applicati a casi di studio

L'applicazione dei software di programmazione a casi aziendali

Esercitazioni presso il laboratorio informatico

Competenze acquisibili

Le competenze che gli studenti potranno acquisire sono quelle utili ad affrontare i complessi problemi che caratterizzano le aziende agro alimentari (tra cui la scelta delle attività produttive, l'organizzazione della produzione, la logistica, la valutazione a priori degli investimenti e dei nuovi scenari economici e tecnologici), mediante metodologie quantitative risolte utilizzando software specifici. Gli strumenti informatici e le metodologie acquisibili sono importanti sia a livello professionale che aziendale in quanto consentono la gestione dei problemi di scelta in presenza di vincoli tecnologici, produttivi e di mercato. Nell'ambito del sistema agro alimentare i campi di applicazione sono sicuramente numerosi e riguardano la scelta delle attività da attuare, la combinazione nell'uso dei fattori e più in generale la razionalizzazione dei cicli produttivi, interessando tutte le aziende presenti nella filiera agro-alimentare: dalla produzione dei fattori sino al settore distributivo.

Le modalità di esame

L'esame prevede una prova pratica, che consiste nello svolgimento di esercizi al computer, ed una orale, riguardante i contenuti teorici e la discussione dei risultati della prova pratica.

Libro di testo

Lecture scelte, a cura del docente e reperibili presso l'ufficio fotocopie della Facoltà (Edizione 2002/2003).

Q. PARIS, *Programmazione lineare, un'interpretazione economica*, Il Mulino, Bologna, 1991, Capp. 1, 2, 3, 4, 12, 17, 19.

BROOKE, D.KENDRICK, A. MEERAUS, *GAMS : A User Guide*, Cap. 1,2

Lecture Consigliate

K.D. Lawrence, G.R. reeves, J.B. Guerad, *Advances in Mathematical*

Programming and Financial Planning, 2001, Elsevier
G.D. Gould, F.J. Eppen F.P. Schimdt, *Introductory Management Science*, 1993, Prentice Hall College.
C.Hanf, G. W. Schieffer, *Planning and Decision in Agribusiness: Principles and Experiences*, 1983, Elsevier
P. B.R.Hazell, R.D. Norton, *Mathematical Programming for Economic Analysis in Agriculture*, 1986, MacMillan Publishing Company.

STRUMENTI FINANZIARI

(30 ore)

(Prof. Luciano Munari - A-D)

(Prof. Gino Gandolfi - E-N)

(Prof. Claudio Cacciamani - O-Z)

Obiettivi

Il corso si propone di far comprendere il significato e le funzioni delle caratteristiche degli strumenti finanziari, creditizi, di pagamento e assicurativi. Lo scopo fondamentale non è quello di proporre una rassegna esauriente degli strumenti più diffusi in Italia, ma quello di sviluppare la capacità di comprendere i motivi per cui sono stati ideati e proposti al mercato e quindi i bisogni che soddisfano, gli elementi che li differenziano e le cause di tali differenziazioni, i modelli logici da utilizzare per esprimerne una valutazione in termini di convenienza economica.

Contenuti

Il corso si concentrerà sulla illustrazione, secondo l'approccio precedentemente proposto, dei seguenti strumenti:

Per i bisogni di investimento/finanziamento:

- depositi bancari e postali (c/c, depositi a risparmio, certificati di deposito, pronti contro termine);
- strumenti di finanziamento a breve (aperture di credito in c/c, sconto cambiario, anticipi salvo buon fine, factoring, cambiali finanziarie, i prestiti di firma);
- strumenti di finanziamento/investimento a medio-lungo termine (mutui, leasing, azioni, obbligazioni e titoli di stato, OICR).

Per i bisogni di pagamento:

- strumenti tipicamente bancari e postali (assegni, giroconti, bonifici, vaglia, Riba, Rid, Mav);
- carte di credito e di debito;

- la moneta elettronica;
- elementi di tecnica dei cambi;
- strumenti di regolamento internazionali (credito documentario).

Per i bisogni di copertura dei rischi speculativi:

- futures;
- options;
- swaps.

Per i bisogni di copertura dei rischi puri:

- struttura tipica dei contratti di assicurazione danni;
- le polizze vita;
- i fondi pensione.

Competenze acquisibili

Al termine del corso gli studenti dovrebbero avere acquisito una metodologia per orientarsi nella interpretazione e valutazione (da un punto di vista logico) degli strumenti finanziari, creditizi, di pagamento e assicurativi (non solo di quelli attualmente esistenti, ma anche delle innovazioni che potrebbero trovare nello svolgimento della loro attività professionale) in modo da saperli utilizzare al fine di soddisfare i bisogni e le esigenze finanziarie proprie e delle imprese in cui andranno ad operare.

Libro di testo

Verrà comunicato in aula dai docenti.

Modalità di esame

L'esame finale del corso si svolgerà in forma scritta. Gli studenti che lo desiderano potranno chiedere di sostenere una prova orale sostitutiva di quella scritta.

TECNOLOGIA DEI CICLI PRODUTTIVI

(60 ore)

(Prof. Claudio Consiglieri)

Premessa

Il Corso è orientato verso un esame approfondito delle interazioni tra le nuove tecnologie e la loro diffusione integrata nei processi produttivi moderni (sistemi di tecniche, sistemi di processi) e la produzione programmata di beni (sistemi di merci e sistemi di servizi).

Lo studio delle interdipendenze strutturali e gestionali di questi sistemi sociotecnici, per loro natura complessi e soggetti all'incertezza, comprende anche l'intersezione dell'attività di produzione coi problemi ambientali, in un'ottica di sviluppo sostenibile e secondo le modalità funzionali dei sistemi lontani dall'equilibrio. Viene così evidenziato il ruolo dell'Impresa proattiva nei riguardi delle politiche ambientali, dei risparmi energetici, dell'impegno razionale delle materie prime strategiche, dei flussi tecnologici innovativi, della automazione di processo, della normazione relativa alla qualità e certificazione dei prodotti e processi. L'analisi teorica viene integrata con la discussione di casi aziendali scelti fra settori tecnologici fondamentali. Una particolare attenzione verrà riservata alle tecnologie alimentari.

Programma

I principi generali della metodologia sistemica dei sistemi complessi.

Rappresentazione e analisi del processo produttivo.

La tecnologia, significato ed evoluzione.

Le tecnologie dell'attuale rivoluzione: elettronica, informatica, biotecnologie, nuovi materiali.

Processi produttivi, tipologia e confronto.

Sistemi di produzione: automazione rigida/flessibile e processo produttivo integrato.

Gestione della produzione

La gestione della qualità. Standardizzazione, unificazione, narmazione e cretificazione; ISO 9000, HACCP (Hazard analysis critical control points).

Nuovi strumenti di gestione ambientale; ISO 14000 e Regolamento EMAS.

Le tecnologie alimentari; analisi del processo tecnologico proprio di alcuni settori attraverso il percorso che va dalla materia prima al prodotto finito.

Analisi di alcuni cicli produttivi con eventuali visite aziendali.

Testi d'esame

E.CHIACCHIERINI, Tecnologia e Produzione, Ed. Kappa 1998.

Lecture consigliate

DE TOMASI – C. CONSIGLIERI, Introduzione all'analisi sistemica della produzione e R&S, Franco Angeli Ed., 2001.

Modalità d'esame

Per gli studenti frequentanti le modalità d'esame saranno concordate con il docente durante il corso. Per gli studenti non frequentanti l'esame verrà svolto sulla base del programma relativo al testo sopra indicato.

TEMI SPECIALI DI BILANCIO

(30 ore)

(Docente da definire)

Obiettivi

Il corso si propone di esaminare il bilancio con particolare attenzione alle problematiche connesse a particolari circostanze della vita dell'azienda e ad alcune specificità tipiche della legislazione italiana.

Con riferimento alle imprese industriali e commerciali e mediante il supporto dei principi contabili nazionali ed internazionali vengono affrontati temi avanzati di bilancio quali, ad esempio, la valutazione delle commesse pluriennali, la valutazione dei rischi ed oneri e la contabilizzazione delle imposte correnti e differite.

Sarà, inoltre, oggetto del corso focalizzare l'attenzione sulla dicotomia interpretativa, civilistica e fiscale, correlata ad alcune poste di bilancio.

Contenuti

Introduzione: le operazioni straordinarie connesse al bilancio d'esercizio e l'intreccio fra normativa civilistica e fiscale;

Problemi contabili correlati alle operazioni straordinarie nella prassi italiana e raffronto con la prassi internazionale;

Utilizzo dei principi contabili nazionali per la soluzione di particolari problemi applicativi concernenti temi speciali di bilancio;

Determinazione e contabilizzazione delle imposte correnti e differite con riferimento alle società di capitali soggetti passivi d'imposta nel territorio nazionale.

Lecture consigliate

Principi contabili del Consiglio Nazionale dei Dottori Commercialisti e dei Ragionieri, con particolare riferimento ai nn. 11-26-28-29.

Regolamentazione giuridica del bilancio d'esercizio (artt. 2423 e segg. del codice civile).

Disposizioni tributarie in merito alla determinazione del reddito

d'impresa (artt. 51 e segg. del D.P.R. 917 del 22.12.1986).

A. Vasapolli , G. Vasapolli, Dal bilancio d'esercizio al reddito d'impresa, IPSOA, Milano, edizione 2002.

Modalità didattiche e di accertamento

Il corso avrà la durata di 30 ore.

L'accertamento avverrà al termine del corso mediante una prova scritta il cui risultato sarà oggetto di verbalizzazione nel primo appello successivo.

Gli altri appelli si terranno in forma orale; tuttavia l'esame potrà essere preceduto da un rapido accertamento scritto.

TEORIA MATEMATICA DEL PORTAFOGLIO FINANZIARIO

(30 ore)

(Prof. Roberto Dieci)

Obiettivi

Il Corso si apre con alcuni elementi di Teoria delle Decisioni: si introduce il concetto di funzione di utilità in ambito certo e aleatorio, e si presenta il celebre modello di scelta in condizioni di incertezza di von Neumann e Morgenstern. Successivamente viene illustrato il modello di Markowitz per la Selezione del Portafoglio, il quale mostra come individuare, tra tutti i portafogli di titoli offerti dal mercato, i cosiddetti Portafogli Efficienti. Da tale modello si passa poi al Capital Asset Pricing Model, il più noto modello di equilibrio per i mercati finanziari. Il Corso si conclude con la Teoria dell'Immunizzazione Finanziaria che permette agli agenti di un mercato finanziario di tutelarsi contro il rischio di tasso.

Programma del corso

1. Teoria dell'Utilità.

Strutture d'ordine – Preferenze e indifferenza – La Teoria dell'Utilità in ambito certo: utilità ordinale e cardinale – Teoria delle Decisioni in ambito aleatorio: l'utilità di Von Neumann e Morgenstern – Il Certo Equivalente.

2. La selezione del portafoglio.

Il Principio Media-Varianza – La frontiera efficiente e il modello di Markowitz: dai casi particolari al caso generale – La linea del mercato dei capitali e il C.A.P.M. – Cenni all'A.P.T..

3. Teoria dell'Immunizzazione Finanziaria

La struttura a termine dei tassi – Il concetto di Duration – Tecniche di immunizzazione: il teorema di Fischer e Weil e il teorema di Redington.

Testi di riferimento

E. CASTAGNOLI, L. PECCATI, Introduzione alla selezione del portafoglio, Coop. Lorenzo Milani, Torino, 1991.

DE FELICE, F. MORICONI, La teoria dell'immunizzazione finanziaria, Il Mulino, Bologna, 1991.

Modalità di accertamento

Prova orale.

