

## INDICE

---

1. Alcune cose preliminari che è importante sapere sulla “Nuova Università”	7
2. La Facoltà di Economia	10
2.1 <i>Dov'è</i>	11
2.2 <i>Come ci si iscrive</i>	13
2.3 <i>Come è organizzata</i>	16
2.4 <i>Cosa offre</i>	18
2.4.1 <i>La nuova offerta formativa</i>	18
2.4.2 <i>Opportunità formative collaterali</i>	23
2.4.3 <i>Come ti aiutiamo a laurearti</i>	30
2.5 <i>Indicazioni per l'uso</i>	34
2.5.1 <i>Alcuni consigli</i>	34
2.5.2 <i>Opportunità e servizi</i>	37
3. I percorsi formativi	42
3.1 <i>I corsi di laurea triennali</i>	43
3.1.1 <i>Il CLEA</i>	46
3.1.2 <i>Il CLEF</i>	47
3.1.3 <i>Il CLAM</i>	48
3.1.4 <i>Il CLES</i>	50
3.1.5 <i>Il PECOS</i>	53
3.1.6 <i>Metti a fuoco il tuo percorso formativo</i>	54
3.2 <i>I corsi di laurea quadriennali</i>	65
3.2.1 <i>Il CLEC 4</i>	66
3.2.2 <i>Il CLEA 4</i>	66
3.2.3 <i>Il CLEF 4</i>	67
3.2.4 <i>Il CLAM 4</i>	67
3.3 <i>Alcune regole che è opportuno conoscere</i>	68
3.4 <i>Le corrispondenze tra corsi con denominazioni diverse</i>	79
3.5 <i>Il calendario delle lezioni</i>	80
3.6 <i>I prodotti formativi post-laurea</i>	81
4. L'organico della Facoltà	82
4.1 <i>I professori ed i ricercatori</i>	83
4.2 <i>Il personale amministrativo, tecnico e ausiliario</i>	86
4.3 <i>I collaboratori ed esperti linguistici</i>	87
5. I programmi dei corsi e le idoneità	88
Analisi dei Dati Economici – 30 ore	89
Analisi dei Dati per il Marketing - 30 ore	90
Analisi dei Dati per le Ricerche Economiche - 30 ore	92
Analisi del Comportamento del Consumatore – 30 ore	94
Analisi e Contabilità dei Costi (Corso Base) – 30 ore	96
Analisi e Contabilità dei Costi (Corso Progredito) -30 ore	98
Applicazioni di Microcredito – 30 ore	100

Bilancio Consolidato - 30 ore	101
Ciclo del Progetto di Cooperazione allo Sviluppo - 30 ore	102
Commercio Internazionale dei Prodotti Agro-Alimentari - 30 ore	103
Contabilità e Bilancio 2 - 30 ore	105
Contabilità e Bilancio Negli Enti Pubblici - 30 ore	107
Corporate & Investment Banking – 60 ore	108
Corporate Banking - 30 ore	109
Cultura della Globalizzazione – 30 ore	111
Diritto Commerciale (A- K) - 60 ore	113
Diritto Commerciale (L- Z) – 60 ore	115
Diritto del Lavoro - 60 ore	117
Diritto del Mercato Finanziario – 30 ore	119
Diritto della Comunicazione e dell'Informazione del Consumatore – 30 ore	120
Diritto di Famiglia Comparato – 30 ore	122
Diritto Fallimentare – 30 ore	123
Diritto Tributario – 30 ore	124
Economia Agro-Alimentare (Sistemi e Mercati) - 30 ore	125
Economia Agro-Alimentare (Le Imprese) – 30 ore	127
Economia Aziendale (Corso Progredito) – 60 ore	129
Economia dei Gruppi, delle Concentraz. e delle Cooperaz. Aziendali - 30 ore	131
Economia dei Prodotti Agro-Alimentari Tipici e Tradizionali – 30 ore	132
Economia del Lavoro - 30 ore	135
Economia del Mercato Mobiliare (Scelte di Investimento Mobiliare) – 30 ore	137
Economia del Mercato Mobiliare (Scelte di Portafoglio) - 30 ore	139
Economia del Sistema Finanziario – 30 ore	141
Economia dell'Informazione - 30 ore	143
Economia della Complessità – 30 ore	144
Economia delle Assicurazioni – 30 ore	145
Economia delle Aziende Cooperative e Non Profit – 30 ore	147
Econ. delle Az. di Credito II (Rating Interni e Credit Risk Management) -30 ore	148
Economia delle Aziende Pubbliche – 30 ore	150
Economia delle Imprese di Servizi Pubblici - 30 ore	151
Economia delle Operazioni di Gestione Straordinaria – 30 ore	153
Economia dello Sviluppo Rurale – 30 ore	155
Economia e Gestione delle Imprese – 60 ore	157
Economia e Gestione delle Risorse Territoriali – 30 ore	159
Economia e Marketing dei Servizi Pubblici - 30 ore	161
Economia e Politica dello Sviluppo (Introduzione) – 30 ore	162
Economia e Politica dello Sviluppo (Approfondimento) – 30 ore	162
Economia e Politica Montana e Forestale – 60 ore	164
Econ. e Tecnica degli Scambi Internazionali (Marketing Internazionale) 30 ore	166
Economia e Tecnica della Pubblicità - 30 ore	168
Economia Industriale – 60 ore	169
Economia Internazionale – 30 ore	171

Economia Monetaria Avanzata – 30 ore	173
Economia Monetaria (Istituzioni) – 30 ore	175
Economia Monetaria (Mercati) – 30 ore	177
Economia Pubblica (Tassazione e Sistema Fiscale Italiano) – 30 ore	179
Finanza Aziendale – 30 ore	180
Geografia dello Sviluppo Locale – 30 ore	181
Geografia Urbana - 30 ore	182
Gestione dei Rischi Puri Aziendali (Risk management) – 30 ore	184
Informatica aziendale – 60 ore	186
Intermediari Finanziari e Microcredito – 30 ore	188
Istituzioni di Economia Politica 2 - 60 ore	190
Istituz. e Dottrine Econ. Aziendali Comparate (Ragioneria Internazionale) – 30 ore	191
Lingua e Cultura Spagnola (Corso Avanzato) – 30 ore	193
Marketing – Direct, Database e Internet Marketing – 30 ore	195
Marketing dei Beni Artistici e Culturali – 30 ore	197
Marketing dei Prodotti Agroalimentari – 30 ore	199
Marketing Distributivo – 60 ore	201
Marketing Internazionale – 60 ore	203
Marketing Operativo – 60 ore	205
Marketing Strategico – 30 ore	207
Marketing Strategico (Strategie di Sviluppo dei Nuovi Prodotti) - 30 ore	209
Marketing Territoriale degli Insediamenti Produttivi – 30 ore	211
Matematica Finanziaria - 30 ore	214
Matematica per l'economia – 60 ore	216
Metodi e Modelli Matematici per i Mercati Finanziari – 30 ore	217
Metodi e Modelli per la logistica – 30 ore	219
Metodi e Modelli per le Scelte Economiche (1 Modulo) – 30 ore	221
Metodi e Modelli per le Scelte Economiche (2 Modulo) – 30 ore	223
Metodologie e Determinazioni Quantitative di Azienda – 30 ore	225
Organizzazione Aziendale (1 Modulo) – 30 ore	226
Organizzazione Aziendale (2 Modulo) – 30 ore	228
Organizzazione e Pianificazione del Territorio ( <i>Mutuato da Architettura</i> ) – 30 ore	230
Origine e Sviluppo della Comunicazione per i Mercati – 30 ore	232
Pianificazione Finanziaria – 30 ore	233
Programmazione e Controllo (Corso Base) – 30 ore	234
Programmazione e Controllo (Corso Progredito) – 30 ore	236
Rapporti Verticali di Filiera - 30 ore	238
Revisione Aziendale (Corso Base) – 30 ore	240
Revisione Aziendale (Corso Progredito) – 30 ore	242
Scienza delle Finanze (Settore Pubblico e Mercati) – 30 ore	244
Scienza delle Finanze (Effetti Economici delle Politiche Pubbliche) - 30 ore	246
Sociologia dei Paesi in via di Sviluppo – 60 ore	248
Sociologia del Lavoro ( <i>Mutuato da Scienze Politiche</i> ) – 30 ore	249
Sociologia dell'organizzazione (Istituzioni) – 30 ore	250

Sociologia dell'organizzazione (Lavoro e Politiche del Lavoro) – 30 ore	252
Statistica dei Mercati Monetari e Finanziari (Modelli e Previsioni) - 30 ore	255
Statistica dei Mercati Monetari e Finanziari (Serie Storiche) – 30 ore	257
Statistica Economica – 60 ore	259
Statistica I – 60 ore	261
Statistica I (Campionamento e Inferenza) – 30 ore	262
Storia dell'Impresa – 30 ore	265
Storia della Moneta e della Banca – 30 ore	267
Storia dello Sviluppo Locale – 30 ore	268
Strategie Competitive e Creazione di valore nelle Banche – 30 ore	269
Strategie di Impresa - 30 ore	271
Tecnologia dei Cicli Produttivi – 60 ore	273
Temi Speciali di Bilancio – 30 ore	275
Welfare e Sviluppo – 30 ore	277
Idoneità di Informatica	278
Idoneità Linguistiche	280
Laboratorio di Metodologie delle Scienze Sociali	286

**1. ALCUNE COSE CHE E'  
IMPORTANTE SAPERE  
sulla "Nuova Università"**

---

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.** Potrai conseguire la laurea 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 ti permette di lavorare già a 22 anni avendo acquisito un'adeguata padronanza di metodi e di contenuti. Come potrai verificare, la nostra Facoltà ti propone tre corsi di laurea differenziati all'interno della classe 17 ed un corso di laurea all'interno della classe 28 (ad esaurimento un corso di laurea all'interno della classe 35).

**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 nel primo triennio. Anche in questo caso, sono previste a livello nazionale numerose classi di laurea (sono 142) finalizzate alla preparazione per specifiche professioni.

**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 (1 solo anno) rispetto alla laurea specialistica ad elevato contenuto professionalizzante. Può anche essere previsto che gli studi effettuati nel master possano esserti accreditati per conseguire, successivamente, in un tempo più breve, la laurea specialistica.

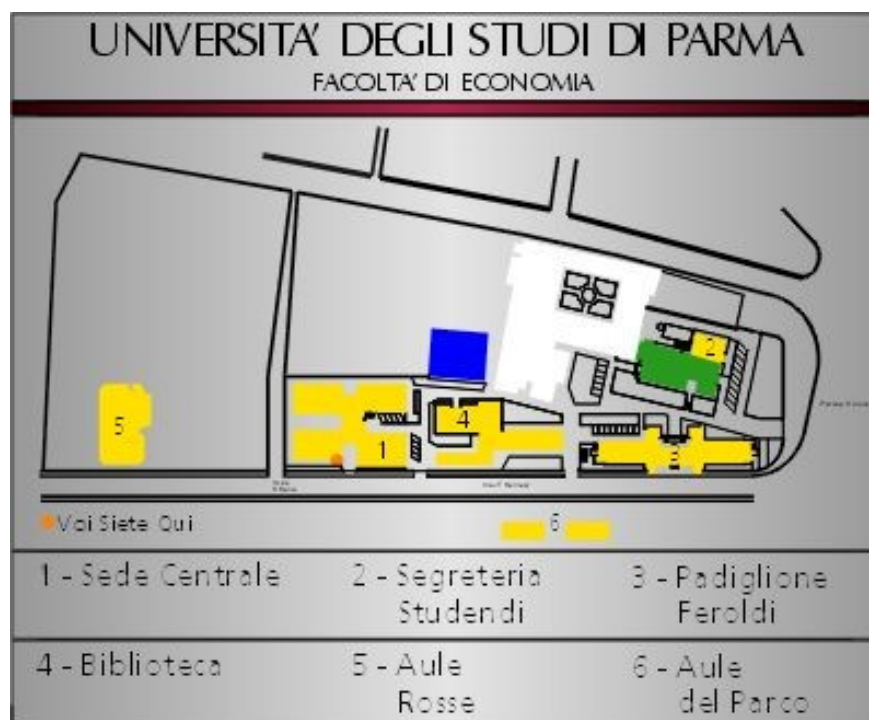
**I Dottorati di ricerca.** Dopo la laurea specialistica, se vorrai approfondire le tue attitudini alla ricerca scientifica ed acquisire elevate

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**

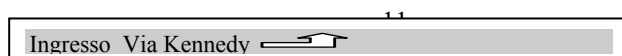




## 2.1 DOV'E'

La Facoltà di Economia ha sede in Via Kennedy al numero 6. E' 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 collocati 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. 0521-032412 |
| - Portineria della palazzina "Feroldi" | Tel. 0521-032405 |
| - Portineria delle "aule rosse"        | Tel. 0521-285186 |
| - Portineria delle "aule del parco"    | Tel. 0521-982712 |

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:

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

### *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 (€ 458,67) 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 2003/2004 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 2003;
- iscrizione al fuori corso: dal 1 agosto al 5 novembre 2003.

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 sulla seconda rata, devono presentare, su apposito modulo scaricabile dal sito [www.unipr.it](http://www.unipr.it), l'autocertificazione della condizione economica, entro il 31/12/2003. 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 30/04/2004. 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](http://www.unipr.it/servstud.html)*

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

Dal 1 agosto al 31 dicembre 2003 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 31 dicembre 2003 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 (<http://economia.unipr.it/riaccredito.htm>).

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. Paolo Andrei*

Presidente eletto del Consiglio dei Corsi di Laurea della Classe 17:

*Prof. Gianpiero Lugli*

Presidente eletto del Consiglio del Corso di Laurea della Classe 35:

*Prof. Gilberto Seravalli*

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:*

Sig.a Tiziana Incerti Valli - Sig.a Barbara Violi

Sig.a Giuseppina Troiano - Sig.a Federica Bottazzi

Tel. 0521032455 - fax 0521032400

E-mail: [presecon@unipr.it](mailto:presecon@unipr.it)

Le elezioni universitarie studentesche del marzo 2001 hanno determinato la seguente composizione dell'attuale 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](mailto:pasqualin@tin.it)*

**Lista Student Office**

*Sara Corradi – tel. 339.2654692 – [saraciacia@libero.it](mailto:saraciacia@libero.it)*

*Alessandra Paloschi – tel. 338.3619743 – [ale.palo@libero.it](mailto:ale.palo@libero.it)*

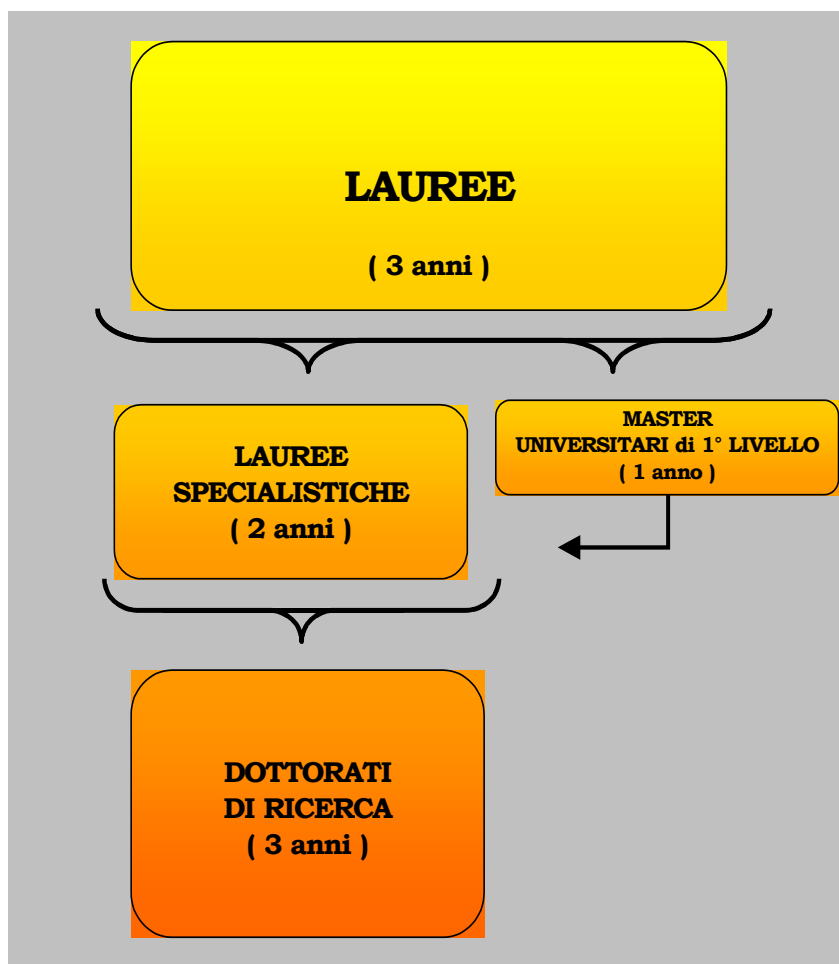
Gli studenti e le studentesse sono invitati a mettersi in contatto con i loro rappresentanti per chiedere informazioni sulle attività svolte e sulle deliberazioni dei Consigli di Facoltà e di Corso di Laurea, nonché per dare suggerimenti in merito ai vari problemi percepiti.

Lo STUDENT OFFICE è un'associazione, aperta a tutti gli studenti, che opera all'interno della Facoltà offrendo servizi gratuiti agli studenti. Presso lo Student Office è possibile trovare informazioni utili alla vita universitaria ed informazioni specifiche sui singoli corsi. Lo Student Office promuove anche iniziative di ateneo quali pre-corsi, incontri e cineforum. Ha sede in locali all'interno del chiostro cui si accede da *Via D'Azeglio, 85*. Dispone di un sito web [www.studentoffice.cjb.net](http://www.studentoffice.cjb.net) e può essere contattato via e-mail all'indirizzo: [studentoffice\\_eco\\_pr@libero.it](mailto:studentoffice_eco_pr@libero.it)

## 2.4 COSA OFFRE

---

### 2.4.1. LA NUOVA OFFERTA FORMATIVA





### **La nostra missione**

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

### **Come la realizziamo**

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 se ci si laurea in tre anni 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.

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.

### **Cosa ti offriamo**

Le aree nelle quali un laureato in 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)**

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.

La Facoltà propone numerosi **Master** che possono mutare nel tempo secondo le risorse disponibili ed in funzione delle esigenze che maturano nel mercato del lavoro.

I Master attualmente istituiti sono i seguenti:

- **Amministrazione aziendale per la libera professione**
- **Commercializzazione e logistica dei prodotti agroalimentari**
- **Amministrazione e direzione aziendale**
- **Corporate banking**
- **Economia e gestione delle imprese agroalimentari**
- **Finanza e risk management**
- **Gestione del risparmio (e-Mgierre) on line**
- **Lavoro e welfare locali**
- **Marketing dell'informazione**
- **Marketing management** (in collaborazione con "il Sole 24 Ore")
- **Private banking**
- **Sviluppo locale**
- **Trade marketing e politiche di vendita**

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 sono:

- **Amministrazione e direzione aziendale**
- **Economia e gestione delle imprese agroalimentari**
- **Economia e marketing relazionale**
- **Finanza e corporate banking**
- **Finanza e risk management**
- **Sviluppo locale e marketing territoriale**
- **Trade marketing e strategie commerciali**

Le Lauree specialistiche sopra indicate sono state istituite ma non sono ancora attivate. Nel corso della prossima fase di attivazione, la Facoltà potrebbe confermare o modificare la propria offerta formativa secondo le

risorse disponibili, in funzione delle esigenze del mercato del lavoro e della normativa in corso di elaborazione da parte del Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca.

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 e comunicazione del valore nelle aziende**
- **Economia politica**
- **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.

**Per approfondimenti sull'offerta formativa post-laurea si  
rimanda all'apposita Guida  
predisposta dalla Facoltà di Economia.**

## 2.4.2 OPPORTUNITA' FORMATIVE COLLATERALI

### PROGETTI E TESTIMONI D'IMPRESA

*Ideazione e sviluppo di Project-Work e Testimonianze d'Impresa  
in collaborazione con la Facoltà di Ingegneria – Corso di Laurea in  
Ingegneria Gestionale e il Gruppo Giovani dell'Industria di Parma*

(Coordinatore per la Facoltà di Economia:  
Prof. Roberto Ravazzoni)

Dopo un anno di sospensione torna ad essere operativa la collaborazione con il Gruppo Giovani dell'Industria di Parma, con un'iniziativa che prende spunto dal vecchio Corso Elective "Testimoni d'Impresa", ma con una formula del tutto rinnovata, sia nell'impostazione sia nell'articolazione progettuale.

La prima novità riguarda però il coinvolgimento anche della Facoltà di Ingegneria dell'Università di Parma - Corso di Laurea in Ingegneria Gestionale in questa iniziativa sperimentale Università - Industria.

In effetti, le Facoltà di Economia e di Ingegneria – Corso di Laurea in Ingegneria Gestionale hanno deciso di sviluppare insieme questa nuova iniziativa e, d'intesa, con il Gruppo Giovani dell'Industria di Parma hanno, radicalmente, rinnovato la formula del vecchio ciclo di seminari denominato "Testimoni d'Impresa".

Il nuovo Progetto Università - Industria prevede infatti un'attività di più stretta ed impegnativa collaborazione fra il mondo dei giovani studenti universitari e quello dei giovani imprenditori di Parma.

La nuova formula di collaborazione sarà, fondamentalmente, incentrata sulla progettazione e sviluppo di una serie di Project - Work realizzati da piccoli gruppi di studenti di Economia e Ingegneria Gestionale con alcuni giovani imprenditori che hanno aderito all'iniziativa, mettendo a disposizione l'esperienza delle loro aziende, e con il supporto e la supervisione di alcuni docenti in veste di tutor.

Questi Project - Work saranno finalizzati all'analisi e alla risoluzione di alcuni specifici problemi aziendali o alla realizzazione di studi e ricerche di mercato di particolare interesse per le imprese che partecipano all'iniziativa come "*oggetti di studio*".

Alla fine i Project - Work verranno valutati da una commissione mista composta da docenti, giovani imprenditori e top manager.

Ai due migliori lavori di gruppo (uno per la Facoltà di Economia e uno per quella di Ingegneria - Corso di Laurea in Ingegneria Gestionale) il Gruppo Giovani dell'Industria di Parma riconoscerà un premio di carattere formativo (*da definirsi*).

Tutti i partecipanti riceveranno invece un attestato di partecipazione a questa iniziativa di collaborazione Università - Industria.

Lo sviluppo dei Project - Work avrà una durata di circa nove mesi: inizierà alla fine di settembre 2003 e terminerà, con la premiazione e la consegna degli attestati, nel mese di maggio 2004.

In questo arco di tempo saranno organizzate *in parallelo* rispetto ai Project - Work alcune qualificate Lezioni Aperte, nello stile del precedente ciclo di "Testimoni d'Impresa", tenute da importanti imprenditori italiani conosciuti a livello nazionale ed internazionale.

In definitiva, l'idea di fondo di **Progetti e Testimoni d'Impresa** è quella di ricercare una concreta forma di collaborazione tra imprese e laureandi, prima che questi ultimi abbiano terminato il loro canonico percorso formativo, nella convinzione che ciò dovrebbe, quanto meno, consentire una reciproca conoscenza preliminare, facilitando così l'auspicabile successivo *incontro* tra domanda e offerta di lavoro.

Gli studenti degli ultimi anni dei Corsi di Laurea quadriennali della Facoltà di Economia, interessati all'esperienza in questione, potranno saperne di più partecipando alla presentazione ufficiale dell'iniziativa, che si terrà all'inizio dell'anno accademico e di cui verrà data preventiva comunicazione sui *mass media locali* e con l'affissione di appositi poster informativi nelle sedi universitarie coinvolte.

## **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. 2003/2004 il Bando con le modalità di partecipazione sarà pubblicato nel mese di Dicembre e le domande avranno scadenza febbraio 2004 (orientativamente).

In occasione dell'uscita del Bando gli studenti e le studentesse sono pregati di consultare la Bachecca 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>  
<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'a.a. 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 europee 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:

**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](mailto:laborup@unipr.it)      www.unipr.it/laborup

### 2.4.3. COME TI AIUTIAMO A LAUREARTI

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

- *si laureino nei tre anni previsti dal corso di studi;*
- *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 sono state concentrate in **tre giorni consecutivi** (in alcuni periodi del secondo e del terzo anno saranno **due giorni consecutivi**) con orario pieno dalle 9.00 alle 13.00 e dalle 14.00 alle 16.00 (eccezionalmente fino alle 18.00). 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 non meno di 4 giorni alla settimana per studiare.

In particolare, una prima indicazione sui gironi in cui sarai impegnato in aula è la seguente:

### **IL CALENDARIO DIDATTICO DEL SECONDO ANNO**

#### **Classe 17 – CLEA, CLEF, CLAM - Primo Semestre**

Le lezioni si svolgeranno nei giorni di Giovedì, Venerdì e Sabato.

#### **Classe 17 – CLEA, CLEF, CLAM - Secondo Semestre**

Le lezioni si svolgeranno nei giorni di Giovedì e Venerdì.

#### **Classe 28 – CLES - Primo Semestre**

Le lezioni si svolgeranno nei giorni di Lunedì, Martedì e Mercoledì.

#### **Classe 28 – CLES - Secondo Semestre**

Le lezioni si svolgeranno nei giorni di Lunedì, Martedì e Mercoledì.

### **IL CALENDARIO DIDATTICO DEL TERZO ANNO**

#### **CLEA – Primo Semestre**

Le lezioni si svolgeranno nei giorni di Martedì, Mercoledì e Giovedì.

#### **CLEA – Secondo Semestre**

Le lezioni si svolgeranno nei giorni di Martedì, Mercoledì e Giovedì.

#### **CLEF – Primo Semestre**

Le lezioni si svolgeranno nei giorni di Lunedì, Martedì e Mercoledì.

#### **CLEF – Secondo Semestre**

Le lezioni si svolgeranno nei giorni di Lunedì e Martedì e (solo nel primo periodo) Mercoledì.

#### **CLAM – Primo Semestre**

Le lezioni si svolgeranno nei giorni di Mercoledì, Giovedì e Venerdì.

#### **CLAM – Secondo Semestre**

Le lezioni si svolgeranno nei giorni di Mercoledì, Giovedì e Venerdì.

#### **PECOS- Primo Semestre**

Le lezioni si svolgeranno nei giorni di Mercoledì (solo nel secondo periodo), Giovedì e Venerdì.

#### **PECOS - Secondo Semestre**

Le lezioni si svolgeranno nei giorni di Giovedì e Venerdì.

## **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 suddividere 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 allo sdoppiamento e alla triplicazione dei corsi del primo e del secondo anno. 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 dalla Scuola Media Superiore all'Università.

### *COSA TI CHIEDIAMO*

Il successo della nostra offerta formativa dipende però 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 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

Alcune delle principali opportunità sono fornite da:

### ***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 18.00 dal lunedì al giovedì e dalle 8.30 alle 14.00 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*, che 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

### **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-Views, 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 è 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](mailto: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 a:

*Segreteria CUS*

*Parco Area delle Scienze, 95 - 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 ai numeri:

*Tel. 0521281248 - 0521283166.*



### **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“ 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 e gli alloggi agli studenti.

*Maggiori informazioni sui servizi offerti agli studenti si trovano alla pagina web: <http://www.unipr.it/studenti/iscritti/>*

### **3. I PERCORSI FORMATIVI**

---

### **3.1. LE LAUREE 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), Economia e Finanza (CLEF) e Marketing (CLAM), 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 comuni (tranne l'ultima materia del secondo anno) e si differenziano soltanto per le materie impartite nel terzo anno. Ciò amplia le opportunità di esiti occupazionali per 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, sulla base anche degli strumenti concettuali acquisiti nel primo anno.

Il terzo anno è invece dedicato alla **DIFFERENZIAZIONE** 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.

Di seguito viene riportata la descrizione degli obiettivi e dei contenuti dei tre corsi di laurea.

Il piano degli insegnamenti che saranno impartiti negli anni successivi al primo potrà subire marginali cambiamenti in funzione delle indicazioni fornite dal Comitato nazionale per la valutazione del sistema universitario.

**Lo schema degli insegnamenti previsti per i vari anni del proprio percorso formativo è analiticamente riportato nel successivo punto 3.1.6. della presente Guida.**

### **3.1.1 Corso di laurea in ECONOMIA AZIENDALE (CLEA)**

#### **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.

E' possibile individuare il proprio specifico percorso formativo relativo al CLEA nel successivo punto 3.1.6 della presente Guida.

### **3.1.2. Corso di laurea in ECONOMIA E FINANZA (CLEF)**

#### **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. La formazione di base ricevuta consente un proficuo inserimento in tutti i corsi di laurea specialistici.

#### **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.

E' possibile individuare il proprio specifico percorso formativo relativo al CLEF nel successivo punto 3.1.6 della presente Guida.

### **3.1.3 Corso di laurea in MARKETING (CLAM)**

**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.

E' possibile individuare il proprio specifico percorso formativo relativo al CLAM nel successivo punto 3.1.6 della presente Guida.



# **LE LAUREE TRIENNALI**

## ***B.1. LA LAUREA TRIENNALE DELLA CLASSE DI STUDIO 28***

***(Scienze Economiche)***

### **3.1.4 Corso di laurea in ECONOMIA DELLO SVILUPPO E DELLA COOPERAZIONE INTERNAZIONALE (CLES)**

#### **Obiettivi**

L'obiettivo del Corso di Laurea è la formazione di laureati esperti sui temi della cooperazione internazionale allo sviluppo, che svolgeranno la loro attività all'interno di enti e organizzazioni impegnati nella progettazione e nella realizzazione di interventi per il sostegno economico e la crescita sociale dei Paesi del Sud del mondo.

Dall'esperienza raccolta presso le organizzazioni non governative e gli organismi internazionali è emerso che nel profilo formativo dei giovani che si inseriscono professionalmente nel mondo della cooperazione sono spesso assenti due competenze cruciali: la capacità di analisi del contesto economico, normativo e istituzionale in cui le iniziative di sostegno allo sviluppo devono essere inserite e quella di concepire, realizzare, coordinare e valutare un progetto di cooperazione.

Questo Corso nasce, quindi, per rispondere alla domanda di figure professionali con competenze di carattere economico, manageriale e organizzativo in grado di condurre progetti di sviluppo direttamente nei Paesi del Terzo Mondo.

#### **Formazione**

Il Corso in Economia dello Sviluppo e della Cooperazione Internazionale permette di acquisire le competenze necessarie per affrontare la programmazione e la gestione di progetti di sviluppo.

I laureati del Corso saranno in grado di analizzare attività volte a favorire lo sviluppo di aree dei Paesi più poveri e di implementare la collaborazione tra imprese e soggetti istituzionali dei Paesi avanzati con imprese e soggetti istituzionali dei Paesi in via di sviluppo o nelle imprese impegnate in processi di internazionalizzazione.

In particolare, i laureati del Corso acquisiranno:

adeguate conoscenze di base nell'area delle discipline economiche, storiche, giuridiche e sociologiche in generale e dello sviluppo e del mutamento sociale in particolare;

familiarità con i fenomeni della mondializzazione dell'economia, con i

meccanismi della cooperazione tra soggetti, con le dinamiche interculturali e di genere e con le componenti sociali, culturali e istituzionali dello sviluppo, anche a livello locale;  
conoscenza dei principi di gestione e organizzazione aziendale e delle tecniche di contabilità e bilancio delle imprese private e del Terzo Settore;  
competenze sugli strumenti e sulle tecniche di intermediazione finanziaria e mobiliare a livello nazionale e mondiale e con un particolare approfondimento dedicato al tema del microcredito e della finanza etica;  
adeguate competenze e strumenti per affrontare l'analisi statistica dei dati, la comunicazione e la gestione dell'informazione;  
capacità di lavorare in gruppo, operare con definiti gradi di autonomia e inserirsi prontamente negli ambienti di lavoro;  
conoscenza di almeno due lingue dell'Unione Europea in forma scritta e orale.

#### **Sbocchi professionali**

Il profilo professionale che acquisiranno i laureati del Corso è quello dell'Esperto della Cooperazione Internazionale allo Sviluppo, con la possibilità di svolgere la propria attività all'interno delle organizzazioni pubbliche e private, delle istituzioni educative, del sistema della cooperazione sociale e culturale, degli enti e degli organismi internazionali attivi nella creazione e nell'attuazione dei piani di sviluppo nei Paesi del Sud del mondo. Inoltre, il profilo culturale dei laureati sarà completo delle competenze tipicamente conseguibili all'interno di un Corso di Laurea in Economia, con la possibilità di svolgere attività professionale anche all'interno di aziende private, di istituzioni pubbliche e di organizzazioni bancarie e finanziarie.

E' possibile individuare il proprio specifico percorso formativo relativo al CLES nel successivo punto 3.1.6 della presente Guida.

## **LE LAUREE TRIENNALI**

### ***B.1. LA LAUREA TRIENNALE DELLA CLASSE DI STUDIO 35***

***(Scienze sociali della cooperazione,  
per lo sviluppo e la pace)***

### ***3.1.5 Corso di laurea in 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.

E’ possibile individuare il proprio specifico percorso formativo relativo al PECOS nel successivo punto 3.1.6 della presente Guida.

### 3.1.6 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 relativa alla LAUREE TRIENNALI per l'anno accademico 2003-2004.

La **terza 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 e terzo anno continua il percorso iniziato nel nuovo ordinamento;
- 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

<b>Per gli studenti del</b>	<b>Tipo di percorso</b>	<b>Corsi di laurea</b>
<b>2° ANNO</b> (Immatricolati a.a. 2002/2003)	LAUREA TRIENNALE	CLEA CLEF CLAM CLES
<b>Per gli studenti del</b>	<b>Tipo di percorso</b>	<b>Corsi di laurea</b>
<b>3° ANNO</b> (Immatricolati a.a. 2001/2002)	LAUREA TRIENNALE	CLEA CLEF CLAM PECOS
<b>Per gli studenti del</b>	<b>Tipo di percorso</b>	<b>Corsi di laurea</b>
<b>4° ANNO</b> (Immatricolati a.a. 2000/2001 e prec.)	LAUREA QUADRIENNALE	CLEA CLEF CLAM CLEC

**Tab. 2 PIANO DELL'OFFERTA DIDATTICA A.A. 2003-2004**  
 Permette di comprendere quali sono i corsi attivati in ogni corso di laurea triennale

**PER GLI STUDENTI IMMATRICOLATI NEL 2002/2003**  
*(ISCRITTI AL SECONDO ANNO)*

<b>IMMATRICOLATI A.A. 2002-2003</b> <b>C.L. TRIENNALE</b> <b>ECONOMIA AZIENDALE</b>	<b>C</b> <b>F</b> <b>U</b>
<b>PRIMO ANNO</b>	
STATISTICA I - ANALISI DEI DATI – 30 ore	5
CONTABILITA' E BILANCIO I – 30 ore	5
STORIA ECONOMICA – 60 ore	10
STRUMENTI FINANZIARI – 30 ore	5
MATEMATICA GENERALE – 30 ore	5
ISTITUZIONI DI DIRITTO PRIVATO – 30 ore	5
ISTITUZIONI DI ECONOMIA POLITICA 1 – 60 ore	10
ECONOMIA E AMMINISTRAZIONE AZIENDALE – 30 ore	5
<b>SECONDO ANNO</b>	
CONTABILITA' E BILANCIO 2 – 30 ore	5
DIRITTO COMMERCIALE – 60 ore	12
ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE – 60 ore	10
FINANZA AZIENDALE – 30 ore	5
ISTITUZIONI DI ECONOMIA POLITICA 2 – 60 ore	10
MATEMATICA FINANZIARIA – 30 ore	5
STATISTICA I – CAMPIONAMENTO E INFERENZA – 30 ore	5
<b>TERZO ANNO</b>	
ECONOMIA AZIENDALE – 60 ore	10
ECONOMIA DELLE AZIENDE PUBBLICHE – 30 ore	5
ECONOMIA INDUSTRIALE – 60 ore	10
METODOLOGIE E DETERMINAZIONI QUANTITATIVE DI AZIENDA – 30 ore	5
PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO – corso base – 30 ore	5
REVISIONE AZIENDALE – corso base – 30 ore	5
SCIENZA DELLE FINANZE – Settore pubblico e mercati – 30 ore	5
TECNICA INDUSTRIALE E COMMERCIALE – 30 ore	5
IDONEITA' INFORMATICA	5
LINGUE	8
A SCELTA STUDENTE	9



LAUREA	6
<b>TOTALE</b>	<b>180</b>

<b>IMMATRICOLATI A.A. 2002-2003 C.L. TRIENNALE MARKETING</b>	<b>C F U</b>
<b>PRIMO ANNO</b>	
STATISTICA I – ANALISI DEI DATI – 30 ore	5
CONTABILITA' E BILANCIO I – 30 ore	5
ECONOMIA E AMMINISTRAZIONE AZIENDALE – 30 ore	5
ISTITUZIONI DI DIRITTO PRIVATO – 30 ore	5
ISTITUZIONI DI ECONOMIA POLITICA 1 – 60 ore	10
MATEMATICA GENERALE – 30 ore	5
STORIA ECONOMICA – 60 ore	10
STRUMENTI FINANZIARI – 30 ore	5
<b>SECONDO ANNO</b>	
DIRITTO COMMERCIALE – 60 ore	12
ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE – 60 ore	10
FINANZA AZIENDALE – 30 ore	5
ISTITUZIONI DI ECONOMIA POLITICA 2 – 60 ore	10
MATEMATICA FINANZIARIA – 30 ore	5
ORGANIZZAZIONE AZIENDALE – 30 ore	5
STATISTICA I – CAMPIONAMENTO E INFERENZA – 30 ore	5
<b>TERZO ANNO</b>	
ANALISI DEI DATI PER IL MARKETING – 30 ore	5
ECONOMIA E TECNICA DELLA PUBBLICITA' – 30 ore	5
MARKETING DISTRIBUTIVO – 60 ore	10
MARKETING INTERNAZIONALE – 60 ore	10
MARKETING OPERATIVO – 60 ore	10
MARKETING STRATEGICO – 30 ore	5
ECONOMIA AGROALIMENTARE – 30 ore	5
oppure	5
ECONOMIA E GESTIONE DELLE RISORSE TERRITORIALI – 30 ore	5
IDONEITA' INFORMATICA	5
LINGUE	8
A SCELTA STUDENTE (*)	9
LAUREA	6
<b>TOTALE</b>	<b>180</b>

*(\*)Per coloro che intendono sostenere l'esame di Stato per l'esercizio della professione di Dottore Commercialista e Revisore Contabile è consigliato*

*l'inserimento di "CONTABILITA' E BILANCIO II" tra gli insegnamenti a scelta dello studente.*

<b>IMMATRICOLATI A.A. 2002-2003 C.L. TRIENNALE ECONOMIA E FINANZA</b>	<b>C F U</b>
<b>PRIMO ANNO</b>	
STATISTICA I - ANALISI DEI DATI – 30 ore	5
CONTABILITA' E BILANCIO I – 30 ore	5
ECONOMIA E AMMINISTRAZIONE AZIENDALE – 30 ore	5
ISTITUZIONI DI DIRITTO PRIVATO – 30 ore	5
ISTITUZIONI DI ECONOMIA POLITICA 1 – 60 ore	10
MATEMATICA GENERALE – 30 ore	5
STORIA ECONOMICA – 60 ore	10
STRUMENTI FINANZIARI – 30 ore	5
<b>SECONDO ANNO</b>	
CONTABILITÀ E BILANCIO 2 – 30 ore	5
DIRITTO COMMERCIALE – 60 ore	12
ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE – 60 ore	10
FINANZA AZIENDALE – 30 ore	5
ISTITUZIONI DI ECONOMIA POLITICA 2 – 60 ore	10
MATEMATICA FINANZIARIA – 30 ore	5
STATISTICA I – CAMPIONAMENTO E INFERENZA – 30 ore	5
<b>TERZO ANNO</b>	
ECONOMIA DEL SISTEMA FINANZIARIO – 30 ore	5
ECONOMIA DEL MERCATO MOBILIARE – 60 ore	10
CORPORATE BANKING – 30 ore	5
ECONOMIA E POLITICA DELLO SVILUPPO – INTROD. – 30 ore	5
ECONOMIA E POLITICA DELLO SVILUPPO – APPROFON. – 30 ore	5
ECONOMIA MONETARIA (ISTITUZIONI) – 30 ore	5
PIANIFICAZIONE FINANZIARIA – 30 ore	5
SCIENZA DELLE FINANZE – EFFETTI ECON. DELLE POL. PUBBLICHE – 30 ore	5
STATISTICA DEI MERCATI MONETARI E FINANZ. – SERIE STORICHE – 30 ore	5
IDONEITÀ INFORMATICA	5
LINGUE	8
A SCELTA STUDENTE	9
LAUREA	6

	<b>TOTALE</b>	<b>180</b>
--	---------------	------------

<b>IMMATRICOLATI A.A. 2002-2003 C.L. TRIENNALE ECONOMIA DELLO SVILUPPO E DELLA COOPERAZIONE INTERNAZIONALE</b>	<b>C F U</b>
<b>PRIMO ANNO</b>	
APPLICAZIONI DI MATEMATICA PER L'ECONOMIA – 30 ore	5
COOPERAZIONE ALLO SVILUPPO – 60 ore	10
DIRITTO PUBBLICO COMPARATO – 60 ore	10
ECONOMIA AZIENDALE 1 – 30 ore	5
ECONOMIA DELL'AZIONE COLLETTIVA – 30 ore	5
ISTITUZIONI DI ECONOMIA – 60 ore	10
STORIA ECONOMICA DEI PAESI IN VIA DI SVILUPPO – 60 ore	10
<b>SECONDO ANNO</b>	
CICLO DEL PROGETTO DI COOPERAZIONE ALLO SVILUPPO – 30 ore	5
CULTURA DELLA GLOBALIZZAZIONE – 30 ore	5
DIRITTO DI FAMIGLIA COMPARATO – 30 ore	5
ECONOMIA E TECNICA DEGLI SCAMBI INTERNAZ. – 30 ore	5
ECONOMIA INTERNAZIONALE – 30 ore	5
INTERMEDIARI FINANZIARI E MICROCREDITO – 30 ore	5
SOCIOLOGIA DEI PAESI IN VIA DI SVILUPPO – 60 ore	10
STATISTICA ECONOMICA – 60 ore	10
WELFARE E SVILUPPO – 30 ore	5
<b>TERZO ANNO</b>	
ANALISI DEI DATI ECONOMICI – 30 ore	5
DIRITTO DEL LAVORO – 60 ore	10
ECONOMIA AZIENDALE 2 – 30 ore	5
GEOGRAFIA DELLO SVILUPPO LOCALE – 30 ore	5
GEOGRAFIA URBANA – 30 ore	5
IDONEITÀ INFORMATICA	5
LINGUE	8
A SCELTA STUDENTE	20
LAUREA	7
<b>TOTALE</b>	<b>180</b>

**PER GLI STUDENTI IMMATRICOLATI NEL 2001/2002  
(ISCRITTI AL TERZO ANNO)**

<b>IMMATRICOLATI A.A. 2001-2002 C.L. TRIENNALE MARKETING</b>		<b>C F U</b>
<b>BIENNIO</b>		
CONTABILITA' E BILANCIO – 60 ore		10
DIRITTO COMMERCIALE – 60 ore		12
ECONOMIA POLITICA II – 60 ore		10
ECONOMIA AZIENDALE – DETERMINAZ. QUANT. – 30 ore		5
ECONOMIA AZIENDALE – ISTITUZIONI – 30 ore		5
ECON. DEGLI INTERMEDIARI FIN. – GLI STRUMENTI FINANZIARI – 30 ore		5
ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE – 60 ore		10
ECONOMIA POLITICA I – 60 ore		10
FINANZA AZIENDALE – 30 ore		5
ISTITUZIONI DI DIRITTO PRIVATO I – 30 ore		5
MATEMATICA FINANZIARIA I – 30 ore		4,5
MATEMATICA GENERALE – 60 ore		10
STATISTICA I – 60 ore		10
STORIA ECONOMICA – 60 ore		10
<b>TERZO ANNO</b>		
ANALISI DEI DATI PER IL MARKETING – 30 ore		4,5
ECONOMIA AGRO-ALIMENTARE (SISTEMI E MERCATI) – 30 ore		4
MARKETING DISTRIBUTIVO – 60 ore		9
MARKETING INTERNAZIONALE – 60 ore		9
MARKETING OPERATIVO – 60 ore		9
MARKETING STRATEGICO – 30 ore		5
IDONEITA' INFORMATICA		5
IDONEITA' LINGUISTICHE		4+4
A SCELTA DELLO STUDENTE(*)		9
PROVA FINALE		6

*(\*)Per coloro che intendono sostenere l'esame di Stato per l'esercizio della professione di Dottore Commercialista e Revisore Contabile è consigliato l'inserimento di*

“CONTABILITA’ E BILANCIO II” *tra gli insegnamenti a scelta dello studente.*

<b>IMMATRICOLATI A.A. 2001-2002</b>		<b>C F U</b>
<b>C.L. TRIENNALE</b>		
<b>ECONOMIA E FINANZA</b>		
<b>BIENNIO</b>		
CONTABILITA’ E BILANCIO – 60 ore		10
DIRITTO COMMERCIALE – 60 ore		12
ECONOMIA POLITICA II – 60 ore		10
ECONOMIA AZIENDALE – DETERMINAZ. QUANT. – 30 ore		5
ECONOMIA AZIENDALE – ISTITUZIONI – 30 ore		5
ECON. DEGLI INTERMEDIARI FIN. – GLI STRUMENTI FINANZIARI – 30 ore		5
ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE – 60 ore		10
ECONOMIA POLITICA I – 60 ore		10
FINANZA AZIENDALE – 30 ore		5
ISTITUZIONI DI DIRITTO PRIVATO I – 30 ore		5
MATEMATICA FINANZIARIA I – 30 ore		5
MATEMATICA GENERALE – 60 ore		10
STATISTICA I – 60 ore		10
STORIA ECONOMICA – 60 ore		10
<b>TERZO ANNO</b>		
ECONOMIA DEL SISTEMA FINANZIARIO – 30 ore		4,5
CORPORATE BANKING – 30 ore		4,5
ECONOMIA E POLITICA DELLO SVILUPPO – INTRODUZIONE – 30 ore		4,5
ECON. MERCATO MOBILIARE – SCELTE DI INVESTIMENTO MOB. – 30 ore		4,5
ECONOMIA MONETARIA – ISTITUZIONI – 30 ore		4,5
ECONOMIA MONETARIA – MERCATI – 30 ore		4,5
PIANIFICAZIONE FINANZIARIA – 30 ore		4,5
SCIENZA DELLE FINANZE – EFFETTI ECON. DELLE POL. PUBBLICHE – 30 ore		4
STATISTICA DEI MERCATI MONETARI E FINANZ. – SERIE STORICHE – 30 ore		4,5
IDONEITA’ INFORMATICA		5
IDONEITA’ LINGUISTICHE		4+4
A SCELTA DELLO STUDENTE		9
PROVA FINALE		6





<b>IMMATRICOLATI A.A. 2001-2002</b>		<b>C F U</b>
<b>C.L. TRIENNALE</b>		
<b>ECONOMIA AZIENDALE</b>		
<b>BIENNIO</b>		
CONTABILITA' E BILANCIO – 60 ore		10
DIRITTO COMMERCIALE – 60 ore		12
ECONOMIA POLITICA II – 60 ore		10
ECONOMIA AZIENDALE – DETERMINAZ. QUANT. – 30 ore		5
ECONOMIA AZIENDALE – ISTITUZIONI – 30 ore		5
ECON. DEGLI INTERMEDIARI FIN. – GLI STRUMENTI FINANZIARI – 30 ore		5
ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE – 60 ore		10
ECONOMIA POLITICA I – 60 ore		10
FINANZA AZIENDALE – 30 ore		5
ISTITUZIONI DI DIRITTO PRIVATO I – 30 ore		5
MATEMATICA FINANZIARIA I – 30 ore		5
MATEMATICA GENERALE – 60 ore		10
STATISTICA I – 60 ore		10
STORIA ECONOMICA – 60 ore		10
<b>TERZO ANNO</b>		
ECONOMIA AZIENDALE – Corso progredito – 60 ore		9
ECONOMIA DELLE AZIENDE PUBBLICHE – 30 ore		4,5
ECONOMIA INDUSTRIALE – 60 ore		9
METODOLOGIE E DETERMINAZIONI QUANTITATIVE DI AZIENDA – 30 ore		4,5
PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO (Corso base) – 30 ore		4,5
SCIENZA DELLE FINANZE – SETTORE PUBBLICO E MERCATI – 30 ore		4
ANALISI DEL COMPORTAMENTO DEL CONSUMATORE – 30 ore		4,5
IDONEITA' INFORMATICA		5
IDONEITA' LINGUISTICHE		4+4
A SCELTA DELLO STUDENTE		9
PROVA FINALE		6

<b>IMMATRICOLATI A.A. 2001-2002</b> <b>C.L. TRIENNALE</b>  <b>POLITICA ED ECONOMIA</b> <b>PER LA COOPERAZIONE ALLO SVILUPPO</b>		<b>C</b> <b>F</b> <b>U</b>
<b>BIENNIO</b>		
COOPERAZIONE ALLO SVILUPPO – 60 ore		10
DIRITTO PUBBLICO COMPARATO – 60 ore		10
ECONOMIA AZIENDALE – 30 ore		5
ECONOMIA DELL'AZIONE COLLETTIVA – 30 ore		5
ISTITUZIONI DI ECONOMIA – 60 ore		10
SOCIOLOGIA DELL'AZIONE COLLETTIVA – 30 ore		5
STORIA ECONOMICA DEI PAESI IN VIA DI SVILUPPO – 60 ore		10
DIRITTO INTERNAZIONALE DELL'ECONOMIA – 30 ore		5
DIRITTO DI FAMIGLIA COMPARATO – 30 ore		5
ECONOMIA INTERNAZIONALE – 30 ore		5
ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI – 30 ore		5
GEOGRAFIA DEI PAESI IN VIA DI SVILUPPO – 30 ore		5
SOCIOLOGIA DEI PAESI IN VIA DI SVILUPPO – 60 ore		10
STATISTICA ECONOMICA – 60 ore		10
<b>TERZO ANNO</b>		
ANALISI DEI DATI ECONOMICI – 30 ore		5
ECONOMIA E TECNICA DEGLI SCAMBI INTERNAZIONALI – 30 ore		5
GEOGRAFIA URBANA – 30 ore		5
GEOGRAFIA DELLO SVILUPPO LOCALE – 30 ore		5
IDONEITA' INFORMATICA		5
IDONEITA' LINGUISTICHE		5+5
A SCELTA DELLO STUDENTE		35
PROVA FINALE		10

**Tab. 3 I PERCORSI DIDATTICI NELLA PROSPETTIVA DEI PROSSIMI ANNI ACCADEMICI**

	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07
<b>Immatricolati a.a. 2002/03</b>	Laurea triennale	Laurea triennale	Master	
	2° anno	3° anno	Laurea specialistica	

	2003/04	2004/05	2005/06
<b>Immatricolati a.a. 2001/02</b>	Laurea triennale	Master	
	3° anno	Laurea specialistica	

	2003/04	2004/05
<b>Immatricolati a.a. 2000/01</b>	Laurea quadriennale	Laurea specialistica 2° anno
	4° anno	

## **3.2. I CORSI DI LAUREA QUADRIENNALI**

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 ai nuovi corsi di laurea triennali.

Ciò premesso, gli studenti del quarto 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, nel quadro della nuova struttura del “3+2”. **Si suggerisce pertanto alle studentesse ed agli studenti del quarto 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.

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)**

#### **QUARTO ANNO PER GLI STUDENTI E LE STUDENTESSE IMMATRICOLATI NELL’A.A. 2000/2001**

- 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 CLEA 3)
- 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)**

#### **QUARTO ANNO PER GLI STUDENTI E LE STUDENTESSE IMMATRICOLATI NELL’A.A. 2000/2001**

- Diritto del lavoro (60 ore)
- Marketing operativo (60 ore) (mutuato dal corso corrispondente del terzo anno del CLAM 3)
- N. 5 insegnamenti a scelta (5 annualità) tra quelli attivati in Facoltà

### **3.2.3 “ECONOMIA E FINANZA” (CLEF 4)**

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

- 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)**

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

- 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 E' OPPORTUNO 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.

#### **IMPOSSIBILITA' 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 ad un insegnamento annuale (60 ore).



### **ISCRIZIONE AGLI INSEGNAMENTI LIBERI**

*(tratto dal Verbale del Consiglio di Facoltà del 26 giugno 2003)*

La partecipazione ai corsi che rientrano come “attività a scelta dello studente” (fino ad un massimo di 9 CFU per la classe 17, 20 CFU per la classe 28 e 35 CFU per la classe 35) ed il sostenimento dei relativi esami, possono aver luogo solamente dopo l'iscrizione al corso da effettuarsi secondo modalità informatica e utilizzando la procedura predisposta dalla Facoltà e disponibile sul sito web.

Il sostenimento dell'esame è sottoposto all'iscrizione al corso, in altre parole solo l'iscrizione al corso dà diritto a sostenere l'esame.

Per dare la necessaria flessibilità agli studenti nella scelta delle materie, l'iscrizione al corso dovrà avvenire entro un certo periodo di tempo (es. due settimane) dall'inizio delle lezioni per ciascun semestre;

Chi volesse iscriversi dopo tale termine, potrà farlo dietro presentazione di richiesta apposita al Preside motivando la ragione del mancato rispetto del termine.

Viene consentito agli studenti il passaggio ad un altro corso (cambiamento della scelta) entro il periodo di due settimane dall'inizio delle lezioni. Oltre tale data lo studente non potrà iscriversi alla partecipazione ad altri corsi e non potrà sostenere il relativo esame.

L'iscrizione al corso a scelta potrà avvenire a partire dal secondo semestre del primo anno.

### **INSEGNAMENTI MUTUABILI DA ALTRE FACOLTA' (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 GLI STUDENTI E LE STUDENTESSE CHE CHIEDONO IL TRASFERIMENTO DALLA FACOLTÀ DI ECONOMIA O AFFINI DI ALTRE UNIVERSITÀ.***

Possono chiedere il trasferimento presso la Facoltà di Economia tutti quei studenti e studentesse che siano stati iscritti per l'a.a. 2002/2003 al 3-4-fuori corso, essendo attivo per l'a.a. 2003/2004 solo il 4 anno.

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, 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. Per le lauree affini lo studente o la studentessa deve aver maturato almeno 9 annualità valide fra gli insegnamenti attivati in Facoltà per poter accedere al 4 anno di corso.

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

***NORME PER GLI STUDENTI E LE STUDENTESSE CHE CHIEDONO IL TRASFERIMENTO ALLA FACOLTÀ DI ECONOMIA PROVENIENTI DA ALTRI CORSI DI LAUREA QUADRIENNALI DI ALTRE UNIVERSITÀ.***

Gli studenti e le studentesse che rientrano in questa categoria saranno ammessi alle lauree triennali, se non rientranti nel paragrafo precedente, agli anni di pertinenza sulla base dei CFU maturati, minimo 40 per accedere al 2 anno e minimo 90 per accedere al 3 anno, previa approvazione del Consiglio di Facoltà. In ogni caso, gli studenti e le studentesse che chiedono il trasferimento devono uniformarsi agli ordinamenti previsti dalla Facoltà ricevente.

***NORME PER GLI STUDENTI E LE STUDENTESSE CHE CHIEDONO IL TRASFERIMENTO ALLA FACOLTÀ DI ECONOMIA PROVENIENTI DA CORSI DI LAUREA TRIENNALE DI ALTRE UNIVERSITÀ.***

La carriera degli studenti e delle studentesse che rientrano in questa categoria, continuerà indipendentemente dai crediti acquisiti. Gli esami saranno convalidati solo se appartenenti ai stessi SSD. La convalida di esami, relativi a SSD diversi 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. Gli studenti e le studentesse interessati devono presentare domanda su apposito modulo reperibile presso la Segreteria, allegando i programmi delle discipline di cui si 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. La domanda può essere inoltrata soltanto dopo il perfezionamento di tutte le pratiche amministrative d'iscrizione.

***NORME PER GLI STUDENTI E LE STUDENTESSE CHE CHIEDONO IL PASSAGGIO ALLA FACOLTÀ DI ECONOMIA PROVENIENTI DA CORSI DI LAUREA TRIENNALE O QUADRIENNALI AFFERENTI AD ALTRE FACOLTA' DI CODESTO ATENEO.***

Gli studenti o le studentesse che rientrano in questa categoria saranno ammessi alle lauree triennali agli anni di pertinenza sulla base dei CFU maturati, minimo 40 per accedere al 2° anno e minimo 90 per accedere al 3° anno, previa approvazione del Consiglio di Facoltà. Gli esami saranno convalidati solo se appartenenti ai stessi SSD. La convalida di esami, relativi a SSD diversi 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. Gli studenti e le studentesse interessati devono presentare domanda su apposito modulo reperibile presso la Segreteria, allegando i programmi delle discipline di cui si 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.

***NORME PER L'AMMISSIONE DI LAUREATI E LAUREATE IN  
DISCIPLINE ECONOMICHE E NON AI CORSI DI LAUREA  
QUADRIENNALI E TRIENNALI 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)** essendo attivo solo il 4 anno, al momento dell'ammissione uno studente o una studentessa in possesso di laurea in discipline economiche deve ottenere la convalida di almeno 18 annualità, per l'ammissione 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).

**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.

Gli studenti e studentesse già laureati in altre discipline, e non rientranti nei punti precedenti, saranno ammessi alle lauree triennali con il riconoscimento in base ai SSD dei crediti assolti per l'accesso al 2 anno (40 cfu) o al 3 anno (90 cfu)

**PIANO DEGLI STUDI**

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

Gli studenti iscritti alle **Lauree Quadriennali** potranno presentare il piano di studio per l'a.a. in 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 di 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.

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 DA SEGUIRE PER OTTENERE LA LAUREA TRIENNALE E QUADRIENNALE**

Il sostenimento dell'esame di laurea è condizionato al rispetto delle seguenti scadenze:

- **deposito del titolo** della tesi presso la Segreteria Studenti tramite consegna del relativo modulo **6 mesi prima della discussione**. Per il **D.U. e le lauree triennali** tale periodo si riduce a **tre mesi**.
- **consegna di tutta la documentazione** per l'esame di laurea (3 marche da 10,33 euro, domanda al Rettore, libretto universitario, modulo riassuntivo, autorizzazione firmata dal Relatore, versamento di 51,65 euro in banca per la pergamena) **un mese prima del primo giorno** indicato per la sessione di laurea;
- **consegna della quattro copie** della Tesi per le lauree quadriennali firmate dalla studente nell'ultima pagina del testo prima della Bibliografia (quella per la Segreteria rilegata in cartoncino e scritta fronte e retro) **10 giorni prima della discussione**;
- **consegna delle tre copie** della relazione finale per le **lauree triennali** rilegate in cartoncino e scritte fronte-retro **10 giorni prima della discussione**;
- **superamento e registrazione dell'ultimo esame** di profitto o di idoneità **almeno 10 giorni prima della discussione** della Tesi (Senato Accademico 6/2/1973)

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.**

#### **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 IL CONFERIMENTO DEL DIPLOMA DELLA LAUREA TRIENNALE**

### *Procedura di valutazione*

Gli studenti e le studentesse laureandi, entro 10 giorni prima della data di inizio indicata per la sessione di laurea, vengono convocati per la discussione della relazione finale. La discussione avviene a porte aperte e di fronte ad una commissione istruttoria composta da 3 membri (relatore/presidente, professore di altra disciplina, ricercatore universitario/segretario).

Tale Commissione formula un giudizio ed una valorizzazione della relazione finale che trasmetterà alla Commissione di laurea.

### *Conferimento del diploma di Laurea*

La Commissione di Laurea composta da 11 membri e presieduta dal referente del corso di studio valuta la carriera dello studente e conferisce in toga il diploma di laurea leggendo la motivazione relativa al lavoro di tesi della commissione istruttoria (\*).

I laureandi si presentano al conferimento con una toga fornita in uso per l'occasione dalla Facoltà.

### **\*Valutazione della carriera e del lavoro di tesi**

---

La Commissione può assegnare fino ad un **massimo di 11 punti** così distribuiti:

- **fino a 5 punti alla carriera:** fino a 5 punti alla tesi, distinguendo le tesi normali (alle quali vengono assegnati fino a 3 punti) dalle tesi particolarmente buone alle quali possono essere assegnati, su richiesta del relatore, altri 2 punti;
- **1 punto a discrezione della commissione;**

inoltre, sulla base dei seguenti caratteri e pesi, la Segreteria Studenti calcolerà in automatico:

- **la velocità del percorso ( 0,7 ):**
  - per gli studenti in corso che si laureano nelle sessioni di
    - luglio e settembre: 3,5 punti;
    - ottobre/novembre e febbraio: 2,5 punti;
    - marzo/aprile: 1,0 punto;
  - per gli studenti fuori corso 0 punti;
- **il numero di lodi ( 0,3 ):**
  - 1 lode : 0 punti;
  - 2 lodi: 0,5 punti;
  - 3 / 4 lodi: 1,0 punto;
  - 5 e oltre lodi: 1,5 punti.

---

*(Riferimento: Consiglio di Facoltà del 16 aprile 2003)*

### 3.4 LE CORRISPONDENZE TRA CORSI CON DENOMINAZIONI DIVERSE

INSEGNAMENTI a.a. 2002/03 (denominazioni precedenti)	INSEGNAMENTI a.a. 2003/04 (denominazioni attuali)
Economia politica I (60)	Istituzioni di Economia politica I (60)
Economia politica II (60)	Istituzioni di Economia politica II (60)
Economia degli intermediari finanziari PECOS – (30)	Intermediari finanziari e microcredito CLES (30)
Economia e sviluppo del territorio rurale (30)	Economia dello sviluppo rurale (30)
Econometria monetaria avanzata (30)	Economia monetaria - avanzata (30)
Assicurazione e gestione dei rischi aziendali (60) {	Economia delle assicurazioni (30)
	Gestione dei rischi puri aziendali (30)
Economia delle aziende di credito (30)	Corporate banking (30)
Economia dei gruppi, delle concentrazioni e delle cooperazioni aziendali (60) {	Economia dei gruppi, delle concentrazioni e delle cooperazioni aziendali (30)
	Bilancio consolidato (30)
Informatica per Internet (60)	Informatica aziendale (60)
Sociologia del lavoro e delle risorse umane (30)	Sociologia del lavoro (30)

**3.5. IL CALENDARIO DELLE LEZIONI  
PER L'A.A. 2003/2004**

22.09.2003	25.10.2003	<i>Lezioni del 1° semestre</i> <i>1° periodo</i>
27.10.2003	31.10.2003	Eventuali recuperi lezioni e preappelli
03.11.2003	07.11.2003	Esami di profitto (n. 1 appello)
10.11.2003	13.12.2003	<i>Continuazione lezioni del 1° semestre</i> <i>2° periodo</i>
15.12.2003	19.12.2003	Eventuali recuperi lezioni e preappelli
22.12.2003	06.01.2004	Vacanze natalizie
07.01.2004	13.02.2004	Esami di profitto (n.3 appelli)
16.02.2004	20.03.2004	<i>Lezioni 2° semestre</i> <i>1° periodo</i>
22.3.2004	26.3.2004	Eventuali recuperi lezioni e preappelli
29.03.2004	02.04.2004	Esami di profitto (n. 1 appello)
05.04.2004	07.04.2004	<i>Continuazione lezioni del 2° semestre</i> <i>2° periodo</i>
08.04.2004	14.04.2004	Vacanze pasquali
15.04.2004	15.05.2004	<i>Continuazione lezioni del 2° semestre</i> <i>2° periodo</i>
17.05.2004	21.05.2004	Eventuali recuperi lezioni e preappelli
24.05.2004	09.07.2004	Esami di profitto
06.09.2004	17.09.2004	Esami di profitto

### **3.6. I PRODOTTI FORMATIVI POST-LAUREA**

---

Per i prodotti formativi post-laurea, oltre a quanto sinteticamente descritto nel punto 2.4.1. della presente Guida, si rimanda alla guida specifica preparata dalla Facoltà di Economia.

## **4. L'ORGANICO DELLA FACOLTA'**

**A. – Indirizzo elettronico:**

Il Personale della Facoltà dispone di un indirizzo di posta elettronica solitamente composto nel modo seguente:

*nome.cognome@unipr.it*

**B. - Indirizzo telefonico:**

**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. CERIOLI Andrea	0521-032491
Prof. CRISTINI Guido	0521-032243
Prof. DAVERI Francesco	0521-032432
Prof.ssa FELLEGARA 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. GOZZI Giorgio	0521-032418
Prof. GRAZIANI Giovanni	0521-034559
Prof. GUENZI Alberto	0521-032245
Prof. LUGLI Giampiero	0521-032439
Prof. MANSANI Luigi	0521-032422
Prof.ssa MIANI Franca	0521-032477
Prof. MUNARI Luciano	0521-032435
Prof.ssa OLIVIERI Annamaria	0521-032387
Prof. PAVARANI Eugenio	0521-032483
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. 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. MOSCONI Franco	0521-032525
Prof. MONFERRA' Stefano	0521-032396
Prof. PALLOTTINI Michele	0521-032460
Prof. PODESTA' Gianluca	0521-032429
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	0521-032467
Prof.ssa TANZI Anna	0521-032443
Prof. ZUPPIROLI Marco	0521-032468


**Ricercatori ed Assistenti Ordinari**





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. EPIFANI Paolo	
Dott. FABBRI Paolo	0521-032428
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	0521-032009
Dott. MENEGATTI Mario	0521-032403
Dott. MORETTO Enrico	0521-032464
Dott.ssa MORLINI Isabella	0521-032490
Dott. PELLEGRINI Davide	0521-032011
Dott. REGALLI Massimo	0521-032507
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 ED AUSILIARIO

Personale amministrativo, tecnico ed ausiliario 

Dott.ssa AFFATICATI Silvia	0521-032390
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. CAMPOLOGNO Pietro	0521-032528
Sig.a COBIANCHI Maria Domenica	0521-032417
Sig.a DE VUONO Teresa	0521-032423
Sig. DONATI Stefano	0521-032221
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
Sig.a PELOSI Giovanna	0521-032209
Sig.a PEROTTI Donatella	0521-032447
Dott.ssa PUGLISI Mariangela	0521-032482
Sig. REATO Massimo	0521-285186
Sig.a REBECCHI Raffaella	0521-032270

Sig.a ROSSELLI Bruna	0521-032636
Sig. TAMBURINI Andrea	0521-032405
Sig. TOBIA Alberto	0521-032230
Sig.a TROIANO Giuseppina	0521-032455
Sig.a UGOLOTTI Cinzia	0521-032414
Sig.a VANINI Marta	0521-032433
Sig.a VIOLI Barbara	0521-032455
Dott. ZAMMARCHI Giuseppe	0521-032376

### 4.3 I COLLABORATORI ED ESPERTI LINGUISTICI

---

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 E LE IDONEITA'**

---

*insegnamenti  
dei corsi di laurea triennali e quadriennali  
in ordine alfabetico*

## **ANALISI DEI DATI ECONOMICI**

(30 ore)

(Prof. Luigi Grossi)

### **Obiettivi**

Il corso ha lo scopo di fornire agli studenti gli strumenti per la comparazione degli aggregati economici nel tempo e per l'analisi dei fondamentali dei paesi che hanno manifestato dissesto economico.

Di conseguenza, verranno esaminati e discussi anche strumenti di analisi quantitativi quali gli indici dei prezzi, in particolare dei prezzi al consumo, visti come deflatori e come strumenti di misura dell'inflazione e le parità di potere d'acquisto, per l'attuazione dei confronti internazionali, con l'uso critico dei dati prodotti in questo contesto dall'ISTAT, dall'EUROSTAT, dall'ONU, dall'OCSE, nel quadro dell'*International Comparison Programme (ICP)*.

Con riguardo ai paesi in via di sviluppo si punterà l'attenzione sulla evidenza statistica della insolvenza. Una particolare attenzione sarà rivolta all'analisi dei fondamentali dei paesi che hanno manifestato un dissesto economico.

### **Programma**

Il programma si articolerà nei seguenti punti:

La comparazione degli aggregati economici nel tempo. Il problema della deflazione.

La comparazione degli aggregati economici nello spazio. Parità economiche e tassi di cambio.

Evidenza statistica della insolvenza paese nei PVS.

Metodi di analisi dei fondamentali dei paesi che hanno manifestato un dissesto economico.

### **Testi d'esame**

Per i punti 1) e 2):

Predetti A. (2002), *I numeri indici. Teoria e pratica*, Decima edizione, Giuffrè Editore, Milano. Pag. 175-259.

Per i punti 3) e 4):

Materiale didattico distribuito durante il corso.

### **Modalità di accertamento**

Prova scritta ed eventuale colloquio orale.



## **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 (modulo I e II), il cui programma è propedeutico a quello del presente insegnamento.

Il corso è obbligatorio per gli studenti della laurea triennale in Marketing e può essere scelto come insegnamento libero per gli studenti del CLEA e del CLEF, inserendolo nel piano degli studi.

### **Programma**

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, 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. Individuazione dei valori anomali. 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: il posizionamento d'un prodotto, gli indicatori sintetici della *customer satisfaction*, gli stili di vita.

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: i segmenti

del mercato automobilistico, la classificazione della clientela di un Istituto di credito.

**Modalità didattiche**

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

Materiali didattici integrativi (alcuni lucidi delle lezioni, applicazioni con l'impiego di SPSS, temi d'esame, ecc.) sono reperibili nel sito WEB del docente: (<http://economia.unipr.it/DOCENTI/home.asp?id=86>).

**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.

Letture aggiuntive per eventuali approfondimenti:

D.J. BARTOLOMEW et al., *The Analysis and Interpretation of Multivariate Data for the Social Scientists*, Chapman and Hall, London, 2002.

**Modalità di accertamento**

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.

Gli studenti del CLAM, del CLEA e del CLEF possono sceglierlo come insegnamento libero, inserendolo nel piano degli studi.

### **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 analisi esplorative dei dati, sia un approccio modellistico.

### **Programma**

L'analisi dei fenomeni qualitativi e ordinali rilevati con le indagini campionarie: misure di associazione e di cograduazione. Applicazioni nell'analisi della *customer satisfaction*, nella *market basket analysis*, nella individuazione dei profili dei visitatori d'un sito WEB.

La dipendenza d'una variabile da un insieme di altre variabili: il modello lineare multiplo. Le ipotesi sottostanti al modello, la stima dei parametri, aspetti inferenziali. Applicazioni economiche ed econometriche 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.

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**

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

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

Materiali didattici integrativi sono reperibili nel sito WEB del docente:

(<http://economia.unipr.it/DOCENTI/home.asp?id=86>).

Lettura aggiuntiva per eventuali approfondimenti e per l'analisi di casi aziendali:

P. GIUDICI, *Data Mining – Metodi statistici per le applicazioni aziendali*, McGraw-Hill, Milano, 2001.

#### **Modalità di accertamento**

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 e potrà essere utilizzata anche come lavoro preparatorio per la tesi della laurea triennale.

## **ANALISI DEL COMPORTAMENTO DEL CONSUMATORE**

(30 ore)

(Prof.ssa Marina Daccò)

### **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.

### **Programma**

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:

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

**Lecture 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**

L. CINQUINI, *Strumenti per l'analisi dei costi*, Vol. I Fondamenti di cost  
accounting, Giappichelli, 2003, Torino.

#### **Lecture consigliate**

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

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

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

L. CINQUINI, *Strumenti per l'analisi dei costi*, Vol. I Fondamenti di cost accounting, Giappichelli, 2003, Torino.

**Lecture consigliate**

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

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 MICROCREDITO**

(30 ore)

(Docente da definire)

### **Obiettivi e Programma**

Da definire.

## **BILANCIO CONSOLIDATO**

(30 ore)

(Prof. Stefano Azzali)

### **Obiettivi**

Il bilancio di gruppo e consolidato sempre più rappresentano lo strumento più efficace per apprezzare l'economicità e la creazione di valore nelle aziende che hanno adottato la struttura a gruppo. Su questo presupposto, il corso sviluppa le principali aree critiche di redazione ed analisi dei bilanci consolidati, con particolare enfasi ai bilanci redatti dalle società capogruppo con titoli quotati nei mercati ufficiali.

### **Programma**

I gruppi aziendali

Reddito, capitale di gruppo e bilancio consolidato

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 e il rapporto di indebitamento nei gruppi aziendali

### **Testi d'esame**

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 scritta.

## **CICLO DEL PROGETTO DI COOPERAZIONE ALLO SVILUPPO**

(30 ore)

(Prof. Raffaele Salinari)

### **Obiettivi**

Il corso 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 le 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 d'esame**

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

#### 1. Introduzione

#### 2. Il commercio agroalimentare italiano

Importanza delle transazioni agroalimentari nella bilancia commerciale italiana

I principali Paesi clienti e fornitori dell'agroalimentare italiano

Bilancia per origine e destinazione dei flussi

#### 3. La contrattazione dei prodotti agroalimentari nelle Borse Merci italiane

La contrattazione "a pronti" e "a consegna differita"

Gli operatori economici delle Borse Merci

I contratti "tipo"

I servizi offerti dalle Borse Merci agli operatori associati

#### 4. Lo scambio dei contratti sulle commodity nei Futures Exchanges internazionali

Standardizzazione e specifiche dei contratti scambiati nei mercati a termine

Ruolo dei broker

Le funzioni della Clearing House

Gli operatori interessati ai contratti futures: gli speculatori e gli "hedger"

I rischi impliciti nelle transazioni del commercio internazionale (di prezzo, di cambio, di trasporto)

- Strategie operative di gestione del rischio
5. *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
  - Il processo di riforma della PAC

**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).

AA.VV. (a cura di A. Mariani, E. Vigano): *Il sistema agroalimentare dell'Unione Europea*, Roma, 2002, Carocci Editore, pagg. 91-130.

**Letture 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 II**

(30 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 e Amministrazione Aziendale e il corso di Contabilità e bilancio I, si propone di approfondire i bilanci d'impresa (d'esercizio e consolidati), con particolare riferimento agli schemi di bilancio e alle valutazioni necessarie per adattare il sistema dei valori al principio della competenza economica.

### **Programma**

La struttura e il contenuto del bilancio di esercizio  
La composizione del bilancio di esercizio  
Lo stato patrimoniale  
Il conto economico  
La nota integrativa  
Il rendiconto finanziario  
La relazione sulla gestione  
Il bilancio in forma abbreviata  
Le valutazioni di bilancio  
I principi generali  
Valutazione delle immobilizzazioni  
Valutazione dell'attivo circolante  
I fondi per rischi ed oneri  
Bilancio di gruppo e bilancio consolidato  
Le fonti giuridiche e professionali  
Le imprese tenute alla redazione del bilancio consolidato  
La fase preliminare  
La fase tecnica  
Peculiarità degli schemi di bilancio consolidato  
Bilancio di gruppo e teorie di consolidamento

### **Testi d'esame**

P. ANDREI, S. AZZALI, A.M. FELLEGGARA, *Il bilancio di esercizio d'impresa*, Giuffrè, Milano, Seconda Edizione, 2003.

F. BALLUCHI (a cura di), *Il bilancio di esercizio, casi ed esercitazioni*, Giappichelli, Torino, 2003.

**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.



## **CONTABILITA' 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. Il corso presenterà esperienze innovative nel campo del bilancio in campo di enti pubblici nazionali e internazionali. E' inoltre prevista la possibilità di testimonianze dirette agli studenti.

### **Programma**

Il corso approfondirà i seguenti aspetti:

Il sistema autorizzativo

Il rendiconto ed il risultato di amministrazione

I sistemi contabili pubblici: limiti e prospettive

Il Bilancio dell'Ente Locale

Il Bilancio della Regione

Il Bilancio dell'Università

Il Bilancio delle Aziende Sanitarie Locali e delle aziende ospedaliere

Valutazione e Misurazione

Prezzi e Tariffe

Il Piano Esecutivo di Gestione

Il Budget in Sanità

Esercitazioni di Contabilità Pubblica

### **Libro di testo**

A. ZANGRANDI, L. LODETTI, Bilancio, programmazione e controllo negli enti pubblici locali, Libreria S. Croce – Parma, 2001.

### **Modalità di accertamento**

Prova scritta.



## **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

### **Testo d'esame**

Corporate e Investment Banking, G. Forestieri, EGEA, 2003

### **Lecture consigliate**

Eventuali letture saranno indicate dal docente in aula.

## **CORPORATE BANKING**

(30 ore)

(Prof. Stefano Monferrà)

### **Obiettivi**

Il corso intende introdurre lo studente all'analisi di operazioni finanziarie complesse cioè delle operazioni di finanziamento che per l'elevata specificità e per la particolare natura dei fabbisogni soddisfatti presentano un impiego particolare nel corso della vita di un'impresa. Lo studio delle operazioni di finanza strutturata consente allo studente di arricchire e completare il quadro delle opzioni a disposizione delle aziende nel processo di scelta che caratterizza l'attività di copertura del proprio fabbisogno finanziario.

### **Programma**

Dopo un'introduzione all'analisi dei fabbisogni finanziari dell'impresa ed una valutazione del rapporto che caratterizza la relazione banca-impresa nel nostro paese, il corso si sofferma, in primo luogo, ad analizzare la "struttura della catena finanziaria" che caratterizza i sistemi finanziari anglosassoni rispetto a quelli europei e a quello italiano, in particolare, ponendo in evidenza le differenze fondamentali e il significativo ritardo che quest'ultimo ancora risenta rispetto agli altri paesi. In questo ambito si analizzano le origini del corporate banking e la tipologia di operazioni e di servizi che questo offre.

Posizionando le diverse tipologie di operazioni finanziarie in funzione delle loro caratteristiche e della natura dei fabbisogni che intendono soddisfare, il corso analizza, nella seconda parte, le caratteristiche e la struttura delle operazioni distinguendo tra quelle ad elevato contenuto di debito, quali il mezzanine finance e il leverage buy out, e quelle fondate sul capitale di rischio quali il private equity e l'attività di venture capital (incubatori, fondi chiusi, quotazione in borsa).

L'attività didattica viene completata da una serie di esercitazioni, svolte in aula dal docente con il contributo attivo degli studenti, che hanno l'obiettivo di avvicinare alla realtà pratica la trattazione dei temi oggetto del corso.

**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.

**Testi d'esame**

Il testo d'esame consigliato è Corporate e Investment Banking a cura di G. Forestieri, EGEA, 2003.

Ulteriori letture di approfondimento verranno indicate dal docente nel corso delle lezioni

**Modalità di accertamento**

Prova orale.

## **CULTURA DELLA GLOBALIZZAZIONE**

(30 ore)

(Prof. Michele Pallottini)

### **Obiettivi**

Le finalità del corso consistono in: 1) chiarire aspetti, significati, realtà concreta della globalizzazione nell'insieme economico, politico, culturale, tecnico e informativo che articola la struttura del *late capitalism* caratterizzandone il sistema; 2) esaminare stati di cose, sviluppo di circostanze e fenomeni connessi al riordino del quadro mondiale, perseguito dagli USA già nei decenni della 'guerra fredda' (2<sup>a</sup> metà del sec. XX), in rapporto con istituzioni, idee, circoli di potere intervenuti nel montaggio di schemi diffusi, criteri di giudizio ed interessi da sostenere ovunque convenga; 3) rendere il pubblico studentesco capace, per quanto possibile, di orientarsi con realismo equilibrato nel panorama odierno, offrendo all'analisi critica chiavi di lettura.

### **Programma**

Il concetto di globalizzazione

L'americanizzazione del pianeta sotto il segno della democrazia (protagonisti, comprimari, comparse)

La Metropoli angloamericana: eclisse o tramonto della cultura *liberal*?

Dissonanze interne al Sistema e opposizioni esterne: i nuovi ruoli al vertice

Nord e Sud del mondo, Cristianità ed Islam, Occidente ed Oriente

Riforma della modernità come superamento della frattura cattolico-protestante?

Il libero mercato: verità ed inganni

Previsioni ragionate, a corto termine

### **Testi d'esame**

Dispensa del corso, più bibliografia internazionale, di varia tematica e approccio diverso, presentata lungo le cinque settimane di lezione.

### **Metodo didattico**

Far cultura attiva richiede, in primo luogo, contenuti che il docente propone ed elabora. Tuttavia, ha bisogno anche di inter-azione attraverso dibattiti per coinvolgere il pubblico studentesco ed estrarne intelligenza, senza cadere in polemiche né in discorsi vuoti o privi di originalità.

**Modalità di accertamento**

L'accertamento della preparazione avverrà in forma orale. Gli studenti devono conoscere il testo del corso e leggere un libro a scelta fra vari titoli che saranno indicati in tempo utile, prima dell'esame.

## **DIRITTO COMMERCIALE**

(60 ore)

(Prof. Luigi Mansani - A-K)

### **Obiettivi**

Il corso si propone di illustrare le regole che governano il funzionamento dell'impresa individuale e collettiva, alla luce della recente riforma delle società di capitali e cooperative, 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.

### **Programma**

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 in discussione.

### **Testi d'esame**

CAMPOBASSO, *Manuale di diritto commerciale* (solo le pp. 1-165), UTET, Torino, ultima edizione



ASSOCIAZIONE DISIANO PREITE, *Il nuovo diritto delle società*, Il Mulino, Bologna, 2003.

Materiali didattici sono scaricabili dalla sezione ad essi dedicata delle pagine docenti del prof. Mansani e del prof. Poli.

## **DIRITTO COMMERCIALE**

(60 ore)

(Prof. Stefano Poli - L-Z)

### **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. Durante le lezioni verranno esposte ed esaminate le novità legislative ed i più recenti orientamenti giurisprudenziali e dottrinali nelle materie oggetto del Corso. Particolare attenzione verrà dedicata alla recente riforma della disciplina delle società di capitali e delle società cooperative. 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.

### **Programma**

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 consigliati**

Diritto dell'impresa:

G.F. CAMPOBASSO, Diritto commerciale voll. I, ultima edizione, UTET, Torino (intero volume)

Società in generale e società di persone:

G.F. CAMPOBASSO, Diritto commerciale, voll. II, ultima edizione, UTET, Torino (capp. I, II, III dedicati ai temi indicati)

oppure

F. GALGANO, Diritto commerciale, Le società, ultima edizione, Zanichelli, Bologna (capp. 1, 2, 3, 4 e 5 dedicati ai temi indicati)

Società di capitali e cooperative:

F. GALGANO, Diritto commerciale, Le società, ultima edizione, Zanichelli, Bologna (capp. 6 - 26 dedicati ai temi indicati)

oppure

ASSOCIAZIONE DISIANO PREITE, Il nuovo diritto delle società, Il Mulino, Bologna, 2003 (intero volume)

Materiali didattici relativi ai supporti utilizzati per le lezioni (lucidi, slides e relazioni) sono scaricabili dalla sezione ad essi dedicata delle pagine docenti del prof. Mansani e del prof. Poli. Si consiglia vivamente di condurre lo studio mediante una consultazione continua delle norme codicistiche e speciali attinenti alla materia.

## **DIRITTO DEL LAVORO**

(60 ore)

(Prof. Luigi Angiello)

### **Obiettivi**

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

La materia sarà 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 delle pubbliche amministrazioni 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**

(30 ore)

(Prof. Giuseppe Carcano)

### **Obiettivi**

Il corso si propone di illustrare la disciplina del mercato finanziario, con particolare attenzione al mercato mobiliare.

La fonte normativa cui si fa costante riferimento è il Testo Unico delle disposizioni in materia di intermediazione finanziaria (1998).

### **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.
  1. L'appello al pubblico risparmio: la sollecitazione all'investimento; le offerte pubbliche di acquisto o di scambio.

### **Testi d'esame**

N. SALANITRO, Società per azioni e mercati finanziari, Milano, Giuffrè ultima edizione.

### **Modalità di accertamento**

L'esame avverrà in forma orale.

## **DIRITTO DELLA COMUNICAZIONE E DELL'INFORMAZIONE DEL CONSUMATORE**

(30 ore)

(Prof. Luca Di Nella)

### **Obiettivi**

L'insegnamento si pone la finalità di illustrare il sistema del diritto della comunicazione e dell'informazione del consumatore sia nel diritto comunitario sia nella corrispondente disciplina dell'ordinamento interno. Il corso è di conseguenza suddiviso in due moduli. Nel primo verrà elaborato il quadro generale della materia, affrontando gli argomenti della costituzione economica comunitaria - con particolare riguardo alla tutela del consumatore ed alla libertà di scelta sul mercato interno ad esso garantita - e del sistema normativo dell'autonomia contrattuale e dell'informazione contenuto nel diritto derivato. Nel secondo verranno analizzate le discipline del diritto interno improntate sull'informazione del consumatore, a partire dall'autonomia contrattuale e dalla l. n. 281/98 sui diritti dei consumatori e degli utenti. Nel dettaglio verranno esposte le normative relative alla pubblicità ingannevole e comparativa, alle clausole vessatorie nei contratti dei consumatori, alla trasparenza nei contratti dei consumatori, alla vendita di beni di consumo di cui agli artt. 1519*bis* ss. cod. civ., ai contratti a distanza, ai contratti bancari e del mercato finanziario ed ai contratti di viaggio.

### **Programma**

Modulo 1. Il sistema comunitario

La costituzione economica comunitaria.

Il regime della concorrenza. La libertà di scelta del consumatore.

Il sistema comunitario delle regole di informazione.

L'autonomia contrattuale e le regole di informazione nel diritto derivato.

Modulo 2. Il sistema interno

Autonomia contrattuale e tutela del consumatore

La pubblicità ingannevole e comparativa.

La disciplina delle clausole vessatorie nei contratti dei consumatori.

La disciplina della trasparenza nei contratti dei consumatori.

La vendita di beni di consumo.

La contrattazione a distanza.

I contratti bancari e del mercato finanziario.

I contratti di viaggio.

**Modalità didattiche**

Il corso si articolerà in 30 ore di lezione in aula, le quali potranno essere integrate con esercitazioni aventi ad oggetto casi pratici.

**Competenze acquisibili**

Al termine del corso gli studenti dovrebbero avere acquisito sia le conoscenze generali in materia, sia gli strumenti di base per operare nel settore della comunicazione e dell'informazione del consumatore.

**Testi d'esame**

La preparazione dell'esame si realizzerà su delle dispense curate dal docente che verranno poste a disposizione degli Studenti all'inizio del corso.

**Modalità di accertamento**

La valutazione conclusiva si svolgerà mediante prove di esame in forma in forma scritta, consistente nella formulazione di alcune domande aperte (vedi le "Modalità d'esame per la prova scritta – Regolamento", l'eventuale integrazione orale della stessa e la registrazione).



## **DIRITTO DI FAMIGLIA COMPARATO**

(30 ore)

(Prof. Marco Scarpati)

### **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 d'esame**

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**

(30 ore)

(Prof. ssa Andreina Angiello)

### **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**

De Ferra, Manuale di Diritto Fallimentare, III Edizione, Giuffrè, 2002.

### **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 TRIBUTARIO**

(30 ore)

(Prof. Angelo Busani)

### **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 d'esame**

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

## **ECONOMIA AGRO-ALIMENTARE (SISTEMA E MERCATI)**

(30 ore)

(Prof. Marco Zuppiroli)

### **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.

### **Programma**

#### *1. Il sistema agro-alimentare*

Gli strumenti interpretativi del sistema agroalimentare.

L'analisi della struttura del sistema agroalimentare.

L'agricoltura nell'economia nazionale.

L'industria agroalimentare in Italia.

Filiere e distretti agroalimentari.

#### *2. Produzione agroalimentare e consumo*

La produzione alimentare.

La dinamica del consumo alimentare.

I modelli di consumo alimentare.

I nuovi assetti dei canali distributivi nel sistema alimentare.

#### *3. Le politiche alimentari per la qualità*

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

La politica alimentare e la protezione dei consumatori.

L'approccio comunitario alla qualità

I segni della qualità nell'agroalimentare.

La qualità di processo e di prodotto nelle imprese agroalimentari.

### **Modalità didattiche**

Il corso prevede lezioni accademiche integrate da testimonianze di operatori

del settore e di esperti.

**Testo d'esame**

C. GIACOMINI: *Lecture scelte di Economia agroalimentare (Sistema e mercati)*, Università degli Studi di Parma, Parma, 2003.

**Lecture 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. 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 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 coniugarsi, quindi, con il ruolo che la politica agroalimentare nazionale e comunitaria assegna a queste forme associative.

### **Programma**

#### *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.
- 3.5 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 delle associazioni e organizzazioni di produttori;
- 4.3 Aspetti e problemi di gestione delle associazioni e organizzazioni

di produttori;

*5. Logistica e distribuzione dei prodotti agroalimentari*

5.1 Logistica e supply chain management;

5.2 Mercati all'ingrosso e distribuzione al dettaglio di prodotti agroalimentari;

5.3 Le piattaforme logistiche e la catena del freddo;

5.4 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.

L'accertamento della preparazione degli studenti avviene con prova scritta e/o orale.

**Testi d'esame**

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

Altro materiale didattico verrà reso disponibile sul sito del docente.

**Letture aggiuntive consigliate**

L. SICCA, *Lo straniero nel piatto*, Egea, Milano, 2002

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.



## **ECONOMIA AZIENDALE (CORSO PROGREDITO)**

(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.

In particolare il corso aspira a illustrare la valutazione indipendente di cessione, come base di riferimento per la negoziazione dell'azienda, e la valutazione strategica a supporto della direzione aziendale, tenendo conto dell'evoluzione storica propria degli studi e della prassi di valutazione, sia nazionali che internazionali.

### **Programma**

1. Economia aziendale, politiche e strategie.
2. Processi di gestione strategica aziendale.
3. Gestione dello sviluppo aziendale, nuovo valore ed etica economica.
4. Analisi storica della teoria del valore.
5. Il valore economico del capitale d'azienda.
6. Teoria del valore e strategie aziendali.
7. Strategie e determinazione del valore dell'azienda in ipotesi di cessione.
8. Le grandezze proprie della formula di valutazione.
9. Standards professionali e armonizzazione.
10. Creazione del valore e valutazione economica della strategia.
11. Valutazione delle strategie aziendali e contabilità per la direzione.
12. 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.

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

ZANDA G., LACCHINI M., ONESTI T., *La valutazione delle aziende*, Giappichelli, Torino, 2001. Capp. da 1 a 13; 22, 23; da 27 a 30; 33.

#### **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.

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

#### **Modalità di accertamento**

Prova scritta.

## **ECONOMIA DEI GRUPPI, DELLE CONCENTRAZIONI E DELLE COOPERAZIONI AZIENDALI**

(30 ore)

(Prof.ssa Anna Tanzi)

### **Obiettivi**

La globalizzazione porta le imprese a concentrarsi perché esse avvertono l'esigenza di uno sviluppo dimensionale e l'applicazione di nuove strategie competitive.

Le condizioni di governo delle concentrazioni, l'analisi di adeguate politiche, l'approfondimento della complessità ambientale, sono le premesse logiche per il raggiungimento dell'economicità e delle finalità dei soggetti coinvolti.

Tramite l'attivazione e la gestione di aggregazioni, le aziende possono aumentare le fonti di conoscenza e sviluppare un sistema organizzativo in grado di generare valore.

Il corso si propone di individuare le principali forme di concentrazione e di fornire modelli di riferimento per comprendere e governare tali strutture complesse, sottolineando come attraverso una corretta gestione strategica si arrivi alla creazione del valore.

Durante il corso saranno rese testimonianze da rappresentanti di imprese.

### **Programma**

Aggregazioni, concentrazioni, gruppi aziendali – caratteristiche e finalità;

Motivazioni alla loro costituzione;

Strutture organizzative e governance.

### **Testi d'esame**

AA.VV. – *Le aggregazioni d'impresa* – Giuffrè MI – 1999

*Dispensa del docente*

### **Lecture consigliate**

L. Azzini – *I gruppi aziendali* – Giuffrè 1975

G. Galassi – *Concentrazioni e cooperazioni internazionali* – 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.

### **Programma**

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

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.

**Testi d'esame**

Lecture scelte, a cura del docente e reperibili presso l'ufficio fotocopie della Facoltà (Edizione 2003/2004).

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.

**Modalità di accertamento**

L'esame è articolato su due elementi di giudizio: la stesura di una tesina che analizza un particolare aspetto di mercato dei PTeT e la prova orale.

## **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.

### **Programma**

Il mercato del lavoro: modalità di funzionamento e caratteristiche peculiari.  
La domanda di lavoro, in condizioni di concorrenza perfetta e in condizioni di concorrenza imperfetta.  
L'offerta di lavoro.  
La teoria dell'investimento in capitale umano.  
Costo del lavoro, retribuzioni lorde e retribuzioni nette.  
Tasso "naturale" di disoccupazione ed equilibrio macroeconomico.  
Produttività e tasso "naturale" di disoccupazione.  
Tipi di disoccupazione e politiche adeguate.  
L'inflazione: cause e rimedi. Politiche dei redditi e politiche di "concertazione".  
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.

### **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.

**Modalità di accertamento**

Prova scritta, eventualmente seguita da un colloquio orale.



## **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

Gli aumenti di capitale e la valutazione dei diritti di opzione

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**

L'organizzazione e il funzionamento della Borsa Valori in Italia

Microeconomia della negoziazione

L'analisi degli investimenti in titoli obbligazionari

I corporate bonds

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

Gli aumenti di capitale e la valutazione dei diritti di opzione

I principi e le metodologie dell'analisi tecnica

I trading systems

Gli strumenti derivati

La gestione delle posizioni di speculazione

### **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, discussioni guidate di modelli di simulazione.

**Lecture consigliate**

CAPARRELLI F., *Il mercato azionario*, McGraw-Hill, 1995.

MUSILE TANZI P. (a cura di), *Manuale del Private Banker*, EGEA, 2003.

**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.
- le principali tecniche di gestione degli hedge funds

### **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 strategia di immunizzazione del rendimento di periodo.

La misurazione e la scomposizione della *performance*.

L'analisi degli stili di gestione.

Le tecniche di gestione degli hedge funds

**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 eventuali letture integrative necessarie per la preparazione dell'esame.

Set di materiali didattici disponibili in formato elettronico.

**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**

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 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

### **Testi d'esame**

G. FORESTIERI - P. MOTTURA, *Il sistema finanziario - Istituzioni, mercati e modelli di intermediazione*, EGEA, Milano, 2002 (in aula verranno precisate le parti da preparare per l'esame).

P.L. FABRIZI, G. FORESTIERI, P. MOTTURA, *Gli strumenti e i servizi finanziari*, EGEA, 2000, Cap. 4.2.

**Modalità di accertamento**

Esame scritto o orale a scelta dello studente.

## **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 DELLA COMPLESSITA'**

(30 ore)

(Prof. Augusto Schianchi)

### **Obiettivi**

Il corso ha carattere seminariale, ed ha l'obiettivo di rileggere in chiave critica i più recenti contributi culturali alla cosiddetta "cultura della Complessità"; naturalmente con particolare riguardo agli aspetti di carattere economico.

### **Programma**

Tra gli argomenti affrontati, evidenziamo i seguenti:  
- la relazione tra soggetto ed oggetto in filosofia (da Aristotele a Derrida).  
- i networks (le reti) e la loro evoluzione.

### **Testo d'esame**

Le letture di supporto saranno suggerite durante il corso.

### **Prerequisiti**

Nessun pre-requisito, frequenza raccomandata.

### **Modalità di accertamento**

L'esame prevede la redazione di una tesina (max 3000 parole), a scelta dello studente sugli argomenti trattati, da discutere in sede di colloquio individuale.



## **ECONOMIA DELLE ASSICURAZIONI**

(30 ore)

(Prof. Claudio Cacciamani)

### **Obiettivi**

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

L'ottica di indagine è essenzialmente economico-finanziaria, tale da fornire le competenze necessarie per potere affrontare correttamente le problematiche di copertura dei rischi, aziendali e personali, dal punto di vista non solo del potenziale cliente, ma anche della compagnia erogatrice del servizio.

Il corso prevede una didattica attiva, basata non solo sull'insegnamento delle nozioni tecniche e teoriche della materia, ma anche su casi e testimonianze di esponenti di spicco di compagnie di assicurazioni, della distribuzione assicurativa e del comparto della bancassurance.

### **Programma**

Il processo assicurativo

I contratti assicurativi

Aspetti giuridici dei contratti assicurativi

L'evoluzione dello scenario e del settore: compagnie tradizionali e nuovi soggetti

Le compagnie di assicurazione: specificità gestionali e operative

La gestione degli investimenti delle compagnie di assicurazione

La gestione del passivo delle compagnie di assicurazione

Il ramo danni

Il ramo vita

Il bilancio delle compagnie di assicurazione

L'analisi delle performance e il capitale economico delle compagnie di assicurazione

La distribuzione: gli agenti

Le reti: i broker

Le reti: i promotori finanziari

La bancassicurazione

**Testi d'esame**

Antonello Di Mascio, "Le imprese di assicurazione". Il nuovo modello di gestione", Egea, 2001.

Lucidi distribuiti dal docente

## **ECONOMIA DELLE AZIENDE COOPERATIVE E NON PROFIT**

(30 ore)

(Prof.ssa Federica Bandini)

### **Obiettivi e Programma**

Le aziende non profit: principali teorie economiche di riferimento - lezione  
Aspetti definatori e dimensioni del comparto, aspetti giuridici e fiscali -  
lezione

L'organizzazione del lavoro e la dimensione strategica delle risorse umane  
nelle aziende non profit, il ciclo di vita - lezione

La motivazione del personale - Distribuzione del caso LIFOM- lezione

La gestione del cambiamento organizzativo: il caso LIFOM – lezione e  
discussione caso

Il marketing strategico e il fund raising nelle ANP - lezione

I processi di trasformazione delle ANP, le fondazioni, il caso accademia dei  
concordi e amici della cattedrale di novara - testimonianza

Il direct marketing nelle ANP - lezione

Caso vita e vita non profit magazine -La rilevanza e il ruolo della  
comunicazione sociale – testimonianza G. Ambrosio Amm.re delegato Vita  
Comunicazione

I sistemi informativi aziendali, i principali elementi di contabilità e bilancio -  
lezione

### **Testi di esame**

*Le aziende non profit*, Le condizioni di sviluppo a cura di Antonello  
Zangrandi, Egea 2000 cap. 1,2,4,6.

*La gestione del personale nelle aziende non profit*, G. Ambrosio, F. Bandini,  
Egea 1998 cap. 1,2,3.

Caso Didattico LIFOM, (Lega Italiana, Protezione Foca Monaca) SDA  
Bocconi.

### **Modalità di accertamento**

La valutazione finale si può comporre di una combinazione di attività nelle  
seguenti proporzioni:

Prova Individuale orale

Project work di gruppo o individuale: max 3 punti

Per i frequentanti (70% delle presenze) esame solo su appunti.  
Per i non frequentanti su appunti/lucidi e testi.

## **ECONOMIA DELLE AZIENDE DI CREDITO II (RATING INTERNI E CREDIT RISK MANAGEMENT)**

(30 ore)

(Prof. Stefano Monferrà)

### **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.

### **Testo d'esame**

Da definire.

**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 PUBBLICHE**

(30 ore)

(Prof. Antonello Zangrandi)

### **Obiettivi**

Il corso ha lo scopo di individuare le caratteristiche della gestione, organizzazione e misurazione economica di tutte le aziende che erogano servizi senza scambio economico. Il corso intende fornire schemi di riferimento per la comprensione delle modalità di decisione degli organi politici e tecnici. Si indaga il processo di cambiamento che in questi anni ha caratterizzato tutta la pubblica amministrazione italiana. E' inoltre prevista la possibilità di testimonianze dirette agli studenti.

### **Programma**

Il corso approfondirà i seguenti aspetti:

La definizione di azienda pubblica

Il sistema delle Aziende Pubbliche: il settore pubblico e i livelli di governo

Il modello dell'Autonomia: autonomia organizzativa e autonomia finanziaria

Il concetto di Economicità

Il finanziamento: criteri e metodi di trasferimento

Il processo di cambiamento nelle amministrazioni pubbliche

Il management pubblico

La programmazione e il controllo

Le imprese pubbliche

La contabilità degli Enti Pubblici: elementi fondamentali

### **Testo di riferimento**

Management pubblico e crisi finanziaria, A. Zangrandi, Giuffrè (2003).

### **Modalità di accertamento**

Prova orale.

## **ECONOMIA DELLE IMPRESE DI SERVIZI PUBBLICI**

(30 ore)

(Prof. Marco Elefanti)

### **Obiettivi**

Il corso intende identificare gli elementi che contraddistinguono l'evoluzione del sistema di relazioni che contraddistinguono, alla luce del quadro di progressiva liberalizzazione e di conseguente privatizzazione che sta interessando il settore, le relazioni tra imprese e amministrazioni pubbliche. Il processo in corso, come noto, 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 del modello di gestione delle relazioni istituzionali storicamente consolidato nelle imprese di pubblici servizi 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.

### **Programma**

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 amministrazioni pubbliche locali nel gestione delle relazioni 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.

#### **Testo di riferimento**

M. Elefanti, La liberalizzazione dei servizi pubblici locali: i mutamenti nei sistemi d'impresa e il nuovo ruolo degli enti locali, EGEA, Milano, 2003.

#### **Bibliografia ulteriore**

S. Vaccà (a cura di), 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.

### **Testo 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 DELLO SVILUPPO RURALE**

(30 ore)

(Prof. Filippo Arfini)

### **Obiettivi**

Il tema dello sviluppo rurale rappresenta un argomento di grande interesse sia nei paesi sviluppati (PS) che in quelli in via di sviluppo (PVS) per le implicazioni di carattere economico, sociale e ambientale ad esso strettamente collegate. In un contesto economico sempre più globalizzato, lo stesso concetto di “area rurale” ha subito, nel tempo, profonde modificazioni, passando da una situazione che vedeva il settore agricolo occupare il ruolo centrale ad una in cui l’attività agricola si integra con le altre attività produttive presenti nel territorio.

In questa prospettiva la definizione delle politiche funzionali allo sviluppo delle aree rurali (svantaggiate e non) deve essere ampiamente rivisitata per offrire gli strumenti più idonei ai contesti socio-economici di riferimento.

Obiettivo del corso è fornire allo studente le competenze necessarie per comprendere le caratteristiche tipologiche delle aree rurali nonché il contributo che il settore agricolo potrà svolgere come motore di un processo di sviluppo integrato. Per questo motivo il corso è focalizzato sulle politiche pubbliche di intervento nelle aree rurali dei Paesi Sviluppati, principalmente dell’UE, senza dimenticare l’analisi concreta di misure di programmazione e di sviluppo rurale applicate nei PVS.

### **Programma**

*L’organizzazione dell’azienda agricola e della famiglia contadina nel mercato dei prodotti e dei fattori.*

Caratteristiche tipologiche delle aziende agricole.

Caratteristiche e strategie di adattamento delle famiglie agricole in realtà rurali integrate.

*Le forme organizzative dei sistemi locali rurali*

I rapporti con l’ambiente socio economico

I rapporti con il mercato dei prodotti

I sistemi locali rurali e le condizioni di successo

*La “multifunzionalità” dell’agricoltura*

La specificità del processo agricolo

La multifunzionalità come motore di sviluppo

La multifunzionalità e gli strumenti di politica agraria/rurale

*Le politiche di sviluppo rurale nei Paesi Sviluppati*

La politica dell'UE per lo sviluppo nelle aree rurali

I rapporti fra l'UE, gli Stati nazionali e le Regioni

L'attività di programmazione con i Fondi Strutturali nel periodo 2000-2006

L'esperienza dei progetti "LEADER" in Italia (aspetti metodologici, tecniche di animazione economica e risultati)

*Esperienza di politiche di sviluppo rurale nei PVS*

Le politiche nazionali

Esperienze significative: analisi di casi di studio

**Bibliografia per l'esame**

Filippo Arfini, *Lecture scelte di Economia dello sviluppo rurale*, Facoltà di ECONOMIA, Università degli Studi di Parma.

**Bibliografia consigliata:**

AA.VV. (1990), *Trasformazioni agrarie e pluriattività in Italia*, INEA, Collana studi e ricerche, Roma.

AA.VV. (1992), *Strategie familiari, pluriattività e politiche agrarie*. INEA, Collana studi e ricerche, Roma.

D. Colman, T. Young, (1997), *Principles of agricultural Economics: markets and prices in less developed countries*, Cambridge University Press.

J.B. Dent, M.J. McGregor, (1994), *Rural and farming system Analysis, European perspective*, CAB International.

Ellis F. (1988): *Peasant Economics: Farm Households and Agrarian Development*, Cambridge, Cambridge University Press.

R. Esposti, F. Sotte, (2002), *La dimensione rurale dello sviluppo locale*, Franco Angeli.

INEA, (2001), *Gli strumenti di programmazione per le aree rurali: la selezione dei progetti locali*, Quaderno informativo, n. 13.

INEA, (2001), *Il ruolo delle agenzie locali nello sviluppo territoriale*, Quaderno informativo, n. 9

D. Romano. E. Basile, (2002), *Sviluppo Rurale, Società, Territorio, Impresa*, Franco Angeli.

**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 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 management

I parte - Elementi generali dell'impresa

Connotazioni sistemiche dell'impresa

L'obiettivo dell'impresa, finalità imprenditoriali, vincoli di gestione

II parte – Le realtà aziendali e l'ambiente di riferimento

Tipologie di imprese

Il cambiamento ambientale

Industrializzazione, imprese, management

La new economy: vecchi e nuovi fondamenti

III parte – Le basi del governo delle imprese

Il vantaggio competitivo

Innovazione e knowledge management

Le risorse umane

Responsabilità sociale dell'impresa

Imprenditorialità e managerialità

Assetto istituzionale

IV parte – Lo sviluppo delle imprese

I confini d'impresa

La dimensione aziendale più conveniente

Opzioni strategiche di corporate  
Modalità di realizzazione delle strategie di corporate

V parte – La gestione del business  
Strategie di business  
Il trade off tra internalizzazione ed esternalizzazione di attività  
Customer satisfaction e integrazione dei processi  
Il business process reengineering  
Sistemi informativi e capacità competitiva

VI parte – Il processo strategico-organizzativo  
Strategia generale  
Analisi strategica

VII parte – Valutazioni di performance dell'impresa  
La performance competitiva  
La performance sociale

VIII parte – Il management delle aree funzionali  
Il management della produzione  
Il management del marketing  
Paradigmi di management

IX parte – Caratteristiche settoriali, specificità gestionali, modelli di management  
La gestione delle imprese di servizi

**Testi consigliati**

V. Gandolfi, *Il governo delle imprese*, Uninova, Parma, 2003, esclusi i capitoli 23, 24, 25;

E. Sabbadin, *Economia e gestione delle imprese – Un testo introduttivo*, S. Croce Ed., Parma, 2003.



## **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.

### **Programma**

Nel suo svolgimento il corso affronta i temi relativi alle singole componenti di sistema in termini di:

Organizzazione istituzionale e sociale nel quadro dei processi di globalizzazione

Nuovi concetti di territorialità e di Sistemi Locali Territoriali (SLOT)

Analisi dei sistemi regionali complessi: sviluppo dall'alto, dal basso. Casi di studio

Tecnologia, innovazione e processi localizzativi. I parchi tecnologici

Risorse specifiche, milieu e milieu innovatore

Le città nel processo di globalizzazione

Marketing urbano e territoriale per la gestione strategica del territorio

Le risorse territoriali e la loro valorizzazione per lo sviluppo sostenibile della regione

**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**

F. Miani, *Corso di economia e gestione delle risorse territoriali*, anno 2003-2004, Parma, Azzali editore, 2003

P. Bonora (a cura di), *SLOT quaderno 1*, Bologna, Baskerville, 2001

N.B.: Poiché i testi d'esame potranno subire qualche variazione, si pregano soprattutto gli studenti non frequentanti di controllare gli avvisi che verranno a suo tempo esposti e resi disponibili su Internet.

**Modalità di accertamento**

Prova orale.

## **ECONOMIA E MARKETING DEI SERVIZI PUBBLICI**

(30 ore)

(Docente da definire)

### **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 .

### **Programma**

Il settore dei pubblici servizi  
La domanda, i caratteri e struttura dell'offerta  
Lo sviluppo del marketing  
La gestione del processo di produzione/erogazione  
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 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)

## **Programma**

### *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.
- 7. *La politica montana e forestale nazionale*
- 7.1 La politica ambientale nella CEE.
- 7.2 La politica forestale nella CEE.
- 7.3 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 TECNICA DEGLI SCAMBI  
INTERNAZIONALI  
(MARKETING INTERNAZIONALE)**

(30 ore)

(Prof. Daniele Fornari)

**Obiettivi**

L'obiettivo del corso è quello di fornire agli studenti gli strumenti concettuali ed operativi per approfondire i processi di sviluppo delle imprese sui mercati esteri. In particolare, il corso si prefigge di focalizzare l'attenzione sui fattori critici che condizionano gli scambi economici tra i paesi in via di sviluppo ed i paesi industrializzati. In tale prospettiva il corso si propone di approfondire le modalità di pianificazione delle strategie di marketing internazionale con riferimento ai canali di ingresso e alle politiche di sviluppo delle imprese nei diversi paesi-mercato.

**Programma**

Le tendenze dell'economia mondiale  
Il posizionamento di mercato dei paesi in via di sviluppo  
Le dimensioni dei modelli culturali  
I criteri di segmentazione dei mercati internazionali  
La valutazione dell'attrattività dei mercati esteri  
I canali di entrata nei mercati esteri  
Le alleanze internazionali  
La distribuzione internazionale  
Le leve di marketing internazionale  
Il marketing del commercio equo-solidale

**Modalità didattiche**

Il corso prevede una didattica attiva basata sullo svolgimento di una attività di lavoro di gruppo su temi specifici del corso.

**Testi d'esame**

PELLICELLI G. (1999) "Il marketing internazionale", Ed. ETAS – capitoli 3, 5, 7, 10, 13, 14, 15, 17.

**Lecture consigliate**

GUANDALINI M., UCKMAR V. (2003) "Global Business – Guida ai trend dell'Economia Mondiale" Ed. ETAS.



GUERINI C. (a cura di) (2002) "Export marketing" EGEA.  
KOTABE H. (2001) "Global Marketing Management" WILEY.  
LAGO U. (2002) "Grande distribuzione e piccola e media industria" EGEA.  
USUNIER J.C. (2000) "Marketing across cultures" Prentice Hall.  
WALKER D., WALKER T., SCHMITZ J. (2003), Doing business internationally -  
The guide to cross- cultural success" McGraw-Hill .

**Modalità di accertamento**

Per gli studenti frequentanti le modalità d'esame saranno concordate con il docente durante il corso.

## **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.

### **Programma**

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 di accertamento**

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 posta 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**

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  
Barriere 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 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.

### **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.

**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.

**Modalità di accertamento**

Prova scritta, eventualmente seguita da un colloquio orale.

## **ECONOMIA 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 principali test econometrici

Integrazione, cointegrazione ed "error correction"

Le variabili qualitative e dicotomiche e metodi di stima

#### *2) Applicazioni a casi concreti:*

Le previsioni dei tassi di mercato

Le previsioni dei tassi ufficiali della BCE

Stima dei tassi bancari

Il cambio

La velocità di circolazione della moneta

Altro

### **Bibliografia essenziale**

*Dispense di Econometria Monetaria Avanzata* (1993-1994) disponibili presso l'Ufficio Fotocopie della Facoltà di Economia e sul sito internet del corso

### **Ulteriore bibliografia**

Manuale Eviews.

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

### **Modalità didattica**

Lezioni frontali con utilizzo del personal computer. Gli studenti sono direttamente coinvolti nell'utilizzo del programma econometrico. Nota: data la materia affrontata, è fortemente consigliata la frequenza.

**Modalità di accertamento**

Prova individuale su personal computer di risoluzione di un “caso” econometrico (lo studente durante l’elaborazione può consultare tutto il materiale che ritiene utile, come dispense, appunti, testi, etc.).



## **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.

### **Programma**

La struttura per scadenza dei tassi d'interesse.

La domanda di moneta.

I tassi a lunga: ruolo delle aspettative e influenza della Banca Centrale.

La rilevanza dell'andamento dei tassi, della moneta e del credito per il controllo dell'economia.

I mercati finanziari in un sistema globalizzato.

L'incoerenza temporale.

Le principali strategie di politica monetaria.

La Banca Centrale Europea: struttura e obiettivi istituzionali.

La politica monetaria della BCE.

Il ruolo internazionale dell'euro e l'ampliamento dell'Area-euro.

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, alcuni casi concreti relativi alle previsioni dei tassi e alla politica della Banca Centrale.

**Bibliografia essenziale per il superamento dell'esame**

a) Pittaluga G.B. (1999), *Economia Monetaria* (Seconda Edizione), Hoepli, Milano:

Cap. 2 – pp. 25-28, 31-34, 51-53.

Cap. 3 – pp. 67-72.

Cap. 4 – pp. 99-104, 112-116.

Cap. 10 – pp. 277-279, 282-286, 289-294.

Cap. 11 – pp. 311-322, 324-325.

Cap. 13 – pp. 390-395, 398-399.

Cap. 14 – pp. 405-407, 408-409 (tranne le formule), 409-414 (tranne caso a), 414-417 (tranne le formule); 417-421.

Cap. 15 – pp. 423-424, 432-438, 442-443.

b) *Dispense di Economia monetaria (Istituzioni)* a.a. 2003/2004, disponibile presso l'ufficio fotocopie della Facoltà di Economia e sul sito internet del corso.

**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 i principali modelli della bilancia dei pagamenti e del cambio.

### **Programma**

Il flusso dei fondi.

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.

La bilancia dei pagamenti.

Le determinanti del cambio, con particolare riguardo all'euro.

### **Modalità didattiche**

Il corso si svolge principalmente nelle forme della lezione frontale. Vengono

presentate e discusse applicazioni concrete della materia trattata a lezione.

### **Bibliografia essenziale**

1) 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.

pp. 341-376.

3) *Dispense di Economia monetaria (Mercati)* a.a. 2003/2004, disponibile presso l'Ufficio Fotocopie della Facoltà di Economia e sul sito internet del corso.

### **Modalità di accertamento**

Prova scritta con domande aperte. Lo studente è tenuto a rispondere a due domande a scelta su 3.

## **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. Gli approfondimenti principali sono dedicati alla tassazione delle persone fisiche e alla tassazione delle imprese. Da ultimo, il corso contiene anche una parte dedicata alla descrizione degli strumenti fiscali e contributivi utilizzati per incentivare l'inserimento al lavoro e per le politiche di *welfare to work*.

### **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.

I principali tributi locali.

Cenni sulle imposte indirette.

Strumenti fiscali e contributivi per le politiche di *welfare-to-work*

### **Testi d'esame 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 nell'arco di una stessa sessione, 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.



## **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 DELLO SVILUPPO LOCALE**

(30 ore)

(Docente da definire)

### **Obiettivi**

Lo sviluppo locale è diventato, in Italia e in gran parte del resto del mondo, soprattutto a opera di organismi internazionali, il nuovo modo di interpretare il cambiamento economico e di promuoverlo. Quest'ultimo obiettivo si realizza attraverso la formulazione di politiche che stimolino le capacità dei luoghi a intraprendere vie di sviluppo che ne valorizzino le specificità attraverso la produzione di beni o servizi per il mercato mondiale. Tali politiche sono particolarmente critiche quando si tratta di paesi a elevata povertà. Da una prospettiva geografico-economica, il corso fornisce i fondamenti teorici e gli strumenti operativi per comprendere i processi di sviluppo locale e valutare le potenzialità locali al fine di orientare il cambiamento economico. Gli argomenti del corso sono trattati secondo un approccio teorico/pratico, dove le idee si intrecciano continuamente con i fatti, avvalendosi dei principali risultati di ricerche condotte sulla realtà italiana e di esperienze attuate da organismi internazionali nei paesi a elevata povertà.

### **Programma**

1) Le basi teoriche della geografia economica; 2) Dal distretto industriale allo sviluppo locale; 3) Lo sviluppo locale e le sue principali concezioni; 4) Lo sviluppo locale nel mercato globale; 5) La molteplicità dei sentieri di sviluppo locale; 6) Le differenziazioni territoriali dell'economia mondiale; 7) Le politiche di sviluppo locale nei paesi a elevata povertà.

### **Testi d'esame**

Saranno indicati dal docente all'inizio del corso.

### **Modalità di accertamento**

L'esame è composto di due prove: la prima prova è scritta, e consiste nella stesura di un breve relazione (di 5.000 parole) da svolgersi in piccoli gruppi di lavoro su un argomento del corso concordato con il docente. La relazione sarà discussa in aula con il docente e gli altri studenti. La seconda prova è un colloquio orale. La valutazione di entrambe le prove concorre al giudizio finale.



## **GEOGRAFIA URBANA**

(30 ore)

(Prof.ssa Franca Miani)

### **Obiettivi**

Il fenomeno urbano, nel suo evolversi nel tempo e nelle dimensioni spaziali, segna in modo vistoso la modificazione continua del rapporto tra uomo e pianeta e la diversificazione progressiva delle culture e delle condizioni di vita delle diverse comunità umane, in processi continuamente in corso di ridefinizione.

In nessun periodo della storia, come a partire dalla seconda metà del XIX secolo ad oggi, le città nel mondo sono cresciute così rapidamente e in modo tanto notevole da fare affermare che l'urbanesimo e lo sviluppo delle metropoli rappresenti al tempo stesso la causa e l'effetto del complessivo mutamento sociale e territoriale che ha coinvolto le più diverse parti del pianeta.

La condizione urbana costituisce la dimensione esistenziale della maggioranza degli abitanti del Pianeta. E tuttavia, è proprio nella qualità della vita urbana che si riscontra il più cospicuo ed immediatamente percepibile divario tra Nord e Sud del mondo. Se lo spazio metropolizzato in Europa, in Nord America e in Giappone, è la risultante dell'evoluzione di processi produttivi che inglobano quantità crescenti di ricerca scientifica e progresso tecnologico, così come di approfondimenti continui di filosofie e metodiche dell'organizzazione sociale, l'accelerata crescita dell'urbanizzazione in Africa, come in estese regioni dell'Asia e dell'America Latina è la risultante di macroscopiche patologie territoriali e sociali. Il concentrarsi progressivo di ingenti masse umane in vasti agglomerati urbani in paesi del terzo mondo deriva prevalentemente da incrementi demografici abnormi, usi impropri delle superfici agricole, crisi politiche, nulla o inadeguata crescita delle attività industriali e terziarie.

Inoltre, lo scenario urbano dei paesi in via di sviluppo non è univoco: presenta differenti modelli che riflettono le diverse culture, così come le difformi tipologie economico-politiche delle realtà territoriali dell'emisfero meridionale del mondo.

Il corso, dopo un inquadramento generale del tema della geografia urbana, nella sua dimensione storico evolutiva e nei suoi fondamentali tratti distintivi, rivolgerà l'attenzione in modo particolare alla dimensione metropolitana nei paesi in via di sviluppo, al fine di individuare alcune chiavi di lettura che

consentano allo studente di comprenderne la genesi e di valutare i diversi indirizzi di politica economica e sociale che connotano l'azione di Stati e Organismi Internazionali e gli eventuali progetti di trasformazione e valorizzazione territoriale posti in essere da tali soggetti istituzionali.

### **Programma**

La geografia urbana oggi  
Origine e crescita delle città  
Paesaggi urbani nel mondo  
Città e sostenibilità ambientale  
Popolazione urbana, sviluppo umano e reddito  
La dimensione metropolitana nel nord e nel sud del mondo: megalopoli e patologie metropolitane  
La città della colonizzazione  
La città del sottosviluppo  
Pianificazione nella città del terzo mondo: impossibilità del piano?  
L'organizzazione dello spazio sociale: risolvere la marginalità  
Politiche regionali e urbane nei paesi in via di sviluppo

### **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 e la discussione di specifici casi di studio.

### **Testi d'esame**

Il materiale didattico verrà precisato e comunicato dal docente prima dell'inizio del corso.

### **Modalità di accertamento**

Prova orale.

## **GESTIONE DEI RISCHI PURI AZIENDALI (RISK MANAGEMENT)**

(30 ore)

(Prof. Claudio Cacciamani)

### **Obiettivi**

Il corso 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.

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.

### **Programma**

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 d'esame**

P. PIGNOLO "La gestione e la ritenzione del rischio d'impresa", Franco Angeli, 2002.

C. CACCIAMANI, "Il rischio da interruzione dell'attività di esercizio", EGEA, Milano, 2001.

LUCIDI distribuiti dal docente.

## **INFORMATICA AZIENDALE**

(60 ore)

(Prof. Marco Riani)

### **Obiettivi**

Il corso di Informatica aziendale 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).

Lo studente che sostiene con esito positivo l'esame di Informatica aziendale ottiene automaticamente il riconoscimento dell'idoneità in informatica.

### **Programma**

Sistema operativo (Windows XP)

Videoscrittura (Word 2002)

Elaborazione dati (Excel 2002)

Creazione presentazioni multimediali (PowerPoint 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 di accertamento**

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>

## **INTERMEDIARI FINANZIARI E MICROCREDITO**

(30 ore)

(Prof. Massimo Regalli)

### **Obiettivi**

Il corso si propone di fornire agli studenti 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 progetti nei paesi sviluppati.

Finanziarizzazione e globalizzazione del mercato finanziario.

### **Testi d'esame**

A. FERRARI, E. GUALANDRI, A. LANDI e P. VEZZANI, 2001, Strumenti, mercati, intermediari finanziari, G. Giappichelli Editore, Terza edizione.

Raccolta di letture e saggi selezionati dal docente.

### **Letture di approfondimento e consigliate**

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

G. FORESTIERI – P. MOTTURA, Il sistema finanziario, EGEA, Milano,  
ultima edizione;  
M. YUNUS, 1998, Il banchiere dei poveri, Feltrinelli, Milano.

**Modalità di accertamento**  
Prova scritta e/o orale.



## ISTITUZIONI DI ECONOMIA POLITICA II

(60 ore)

(Prof. Salvatore Curatolo e Mario Menegatti - A-K)

(Prof. Augusto Schianchi - L-Z)

### **Obiettivi e Programma**

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.

### **Testo d'esame**

*O. Blanchard, Scoprire la Macroeconomia, volume 1, Quello che non si può non sapere, 2002, Il Mulino, capitoli da 1 a 12 e da 14 a 16.*

Altro materiale verrà indicato dai docenti durante le lezioni e comunicato sulla pagina web del corso.

Nel corso di 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.

## **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. Trattati 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.

## **LINGUA E CULTURA SPAGNOLA (CORSO AVANZATO)**

(30 ore)

(Prof. Michele Pallottini)

### **Obiettivi**

Le finalità del corso consistono in: 1) illustrare fonetica, grammatica e sintassi spagnole; 2) espandere il lessico, con attenzione soprattutto a vocaboli di area economica, professionale comunque, a locuzioni idiomatiche di rapporto, a modismi di uso non solo iberico ma anche latinoamericano; 3) lavorare sulla lettura corretta, oltre che sulle traduzioni dallo Spagnolo in Italiano e viceversa; 4) rendere il pubblico studentesco capace, per quanto possibile, di esprimersi oralmente e per iscritto, senza italianismi: obiettivo di fine corso, dopo un'assidua frequenza esplicitamente consigliata; 5) unire con scioltezza l'insegnamento della lingua a note, rilievi e digressioni culturali per evitare approccio libresco e nozionistico, estraneo all'indole del corso.

### **Programma**

Fonetica spagnola e varietà latinoamericane

Forme grammaticali, in dettaglio e cura della coniugazione dei verbi (regolari e irregolari)

Tipologie sintattiche della frase, chiarendo le diversità fra lo Spagnolo e l'Italiano

Illustrazioni di semantica e vocabolario

Esercizi di lettura, di traduzione dallo e in Spagnolo, dettati

Pratica di conversazione, da semplice a complessa

Esercizi di redazione diretta in Spagnolo

Background culturale, di vario contenuto: linguistico, storico-politico-sociale, artistico-letterario, a seconda delle circostanze

### **Testi d'esame**

E' raccomandato l'acquisto di un libro di grammatica e di un vocabolario bilingue ma non elementare. Durante il corso verranno distribuiti, volta per volta, testi di lavoro, in lingua spagnola.

### **Metodo didattico**

Corrisponde all'indole del corso non partire dalle norme astratte

(grammaticali, sintattiche, ecc.), ma indicarle mediante l'analisi delle forme, dei testi, dei messaggi. La lingua è un modo di essere. Dunque, l'apprendimento spontaneo equivale a inserirsi, di fatto, mentalmente nell'organismo vivo del linguaggio. Ciò significa che fin dall'inizio, il docente avrà cura di rendere 'naturale' lo studio, evitando vecchie consuetudini scolastiche. L'esperienza acquisita garantisce buoni risultati se l'assimilazione è continua, lungo l'intero semestre.

**Modalità di accertamento**

L'esame è diviso in: 1) parte scritta (traduzioni in e dallo Spagnolo; redazione di un breve testo, massimo: 10 righe); 2) parte orale (lettura, corto dettato, conversazione in Spagnolo su un qualsiasi argomento proposto dallo studente raccogliendo, se vuole, spunti culturali del corso).

## 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, 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 si inseriscono alcune testimonianze aziendali da parte di imprese leader nel database marketing e nell' Internet advertising, tra cui Cemit Interactive Media (Gruppo Mondatori) e ClickIT.

Saranno inoltre analizzati e discussi in aula diversi casi aziendali, tra cui Il Sole 24 Ore e Wine.com.

## **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”

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

Il piano di marketing interattivo e le leve operative

I nuovi media

### **Parte Terza: Internet marketing**

Origini e sviluppo di Internet

Concetti e strumenti di Internet: E-mail, Web, Newsgroups, Chat, nuove applicazioni

Impatto di Internet sull'impresa e sul settore

Web marketing e E-mail marketing

## **Testi d'esame**

ZILIANI, C., *E-marketing: direct, database e Internet Marketing*, McGraw-Hill, Milano, 2001.

Lecture consigliate dal docente durante il corso.

## **Modalità di accertamento**

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 dei testi indicati nella Bibliografia e di una Lettura consigliata, da scegliere tra quelle sopra indicate, secondo le preferenze individuali.



## **MARKETING DEI BENI ARTISTICI E CULTURALI**

(30 ore)

(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 DEI PRODOTTI AGROALIMENTARI**

(30 ore)

(Prof.ssa Cecilia Mancini)

### **Obiettivi**

Il marketing dei prodotti agroalimentari si riferisce ad un settore vasto e complesso che comprende realtà differenziate ed in veloce evoluzione. Il sistema agroalimentare può essere ricondotto ad una filiera composta dall'agricoltura che produce, dall'industria che trasforma, dalla distribuzione commerciale e dal consumo: tutto questo crea diverse tipologie di prodotti classificabili per origine, volumi produttivi, modalità di trasformazione, canali distributivi, prezzo e target di consumatori. L'obiettivo del corso è di fornire conoscenze sul sistema e sul mercato dei prodotti agroalimentari e illustrare alcuni possibili approcci di marketing in relazione ai principali fattori caratterizzanti il prodotto e la sua distribuzione. Particolare attenzione verrà dedicata alla evoluzione delle politiche di prodotto e alla politiche di comunicazione collettiva.

I contenuti teorici saranno affiancati alla discussione di casi aziendali.

### **Programma**

1. Il sistema agroalimentare: le relazioni di sistema
2. La domanda di prodotti agroalimentari
  - 2.1 Evoluzione dei consumi di beni alimentari
  - 2.2 Evoluzione dei comportamenti di acquisto di beni alimentari
  - 2.3 Condizionamenti della domanda
  - 2.4 Il ruolo della qualità
3. Le caratteristiche di prodotti agroalimentari: un sistema di classificazione
  - 3.1 I prodotti a largo consumo
  - 3.2 I prodotti di nicchia
  - 3.3 I prodotti territoriali
  - 3.4 I prodotti a qualità specifica
4. Il marketing strategico e le politiche di prodotto
  - 4.1 Il ruolo delle politiche di marca
  - 4.2 Le forme di certificazione
  - 4.3 La collocazione del prodotto agroalimentare nei canali distributivi
5. Le politiche di comunicazione
  - 5.1 La comunicazione collettiva
  - 5.2 Gli obiettivi della comunicazione collettiva

### 5.3 Gli strumenti della comunicazione collettiva

#### 6. Analisi di un caso di studio

##### **Modalità di accertamento**

Per gli studenti frequentanti le modalità di verifica saranno concordate con il docente durante il corso. Per gli studenti non frequentanti la verifica verrà svolta sulla base dei testi indicati in bibliografia.

##### **Testi d'esame**

Maria Cecilia Mancini, *Lecture scelte di marketing dei prodotti agroalimentari*, Facoltà di ECONOMIA, Università degli Studi di Parma, in corso di stampa.

##### **Bibliografia consigliata**

Foglio A., (2002), *Il marketing agroalimentare*, Franco Angeli.

Pastore R., (2002), *Il marketing del vino e del territorio: istruzioni per l'uso*, Franco Angeli.

Grunert K.G. (1996), *Market orientation in food and agriculture*, Kluwer Academic Publishers.

## **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.

### **Programma**

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 .

G. Lugli - C. Ziliani, Micromarketing – creare valore con le informazioni di cliente, UTET, 2004.

**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 di accertamento**

L'accertamento della preparazione verrà realizzato in forma scritta e, su richiesta degli interessati, anche in forma orale.

## **MARKETING INTERNAZIONALE**

(60 ore)

(Prof. Daniele Fornari)

### **Obiettivi**

L'obiettivo del corso è quello di fornire agli studenti gli strumenti concettuali e operativi per implementare 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, focalizzando l'attenzione sui fattori critici di successo delle imprese internazionali.

### **Programma**

Il processo di internazionalizzazione delle imprese

Gli stadi di sviluppo del marketing internazionale

Le tendenze dell'economia mondiale

I fattori di globalizzazione dei mercati

Le dimensioni dei modelli di consumo e degli stili culturali internazionali

I criteri di segmentazione dei mercati internazionali

I modelli organizzativi delle imprese internazionali

La selezione dei paesi e la valutazione della attrattività dei mercati esteri

Le modalità di ingresso nei mercati internazionali

Le tipologie di alleanze internazionali

I sistemi di distribuzione nei diversi paesi

Il dilemma adattamento/standardizzazione delle politiche di marketing internazionali

Il ruolo di Internet e la diffusione del web commerce  
Le politiche di marca internazionali  
Le politiche di prezzo sui mercati esteri  
Le strategie pubblicitarie nei diversi paesi/mercato  
I modelli di Trade Marketing in Europa

#### **Modalità didattiche**

Il corso prevede una didattica attiva basata non solo sulle lezioni tradizionali del docente, ma anche sulla discussione di casi aziendali e la presenza in aula di importanti e qualificati operatori imprenditoriali e manageriali. 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.

#### **Testi d'esame:**

- 1) PELLICELLI G., *Il marketing internazionale*, (Mercati Globali e nuove strategie competitive) ETAS, 3<sup>a</sup> Edizione, 1999 (esclusi capitoli 3, 18, 19, 20).
- 2) FORNARI D., *La selezione dei mercati esteri nelle strategie di marketing internazionale*, in «Micro & Macro Marketing», n.2, 1995 (da pag 233 a pag. 253)

Per gli studenti frequentanti esiste la possibilità di sostituire alcune parti dei testi indicati nei punti 1 e 2 con il materiale discusso e presentato durante il corso.

#### **Lectures consigliate (non obbligatorie per l'esame)**

Cateora P., Graham J., Hauri N.G., *International Marketing*, Mc Graw Hill, 2000  
Lafay G., *Capire la globalizzazione*, Il Mulino, 1996  
Lambin J.J., *Comunicazione di impresa e modelli di marketing europeo*, in *Sinergie* n. 43/44, 1997 (pag. 99-113)  
Piccaluga A. (a cura di), *Mercato e competizione globale*, Guerini & Associati, 1997

#### **Modalità di accertamento**

Per gli studenti frequentanti le modalità di esame saranno concordate con il docente durante il corso. In particolare per gli stessi studenti 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 1 e 2.

## **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.

### **Programma**

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 di accertamento**

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, innanzitutto, di illustrare l'evoluzione dell'orientamento strategico seguito dalle imprese di produzione e di servizi che operano lungo la filiera dei beni di largo e generale consumo nella recente prospettiva del market-driven management.

Seguendo questa prospettiva, verranno esaminati e discussi i principali modelli di analisi del mercato in senso lato e, soprattutto, i più importanti strumenti a disposizione delle imprese di produzione e di servizi per progettare, realizzare e controllare la propria azione di marketing strategico. In particolare, partendo dall'inquadramento del ruolo ricoperto dal marketing, si cercherà di studiare e comprendere i comportamenti degli acquirenti, per arrivare all'elaborazione di un'efficace strategia di marketing e, per questa via, alla stesura e successiva implementazione di un coerente piano di marketing strategico.

In definitiva, con questo Corso si intende fornire agli studenti un esauriente quadro di riferimento sulle più qualificate ed importanti decisioni di marketing strategico che attendono le imprese e da cui dipendono il loro posizionamento e potere di mercato, i loro risultati economici e quindi anche il loro potenziale di sviluppo prossimo venturo.

### **Programma**

il marketing nell'impresa e nel sistema economico;  
dall'orientamento al marketing all'orientamento al mercato;  
lo studio del comportamento dell'acquirente;  
l'analisi dei bisogni attraverso la segmentazione;  
l'esame dell'attrattività e delle forze concorrenziali;  
la scelta del posizionamento competitivo;  
la definizione e l'articolazione della strategia di marketing;  
le strutture e i modelli organizzativi per il marketing strategico;  
lo sviluppo del piano di marketing strategico;  
le nuove dimensioni e le nuove sfide 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**

J.-J. Lambin, Marketing Strategico e Operativo, Mc Graw-Hill, Milano, 2000 (III edizione) (*Capitoli: 1-2-3-6-7-8-9-10*).

Per gli studenti frequentanti esiste la possibilità di sostituire alcune parti del testo indicato per l'esame con il materiale presentato e discusso nelle lezioni del Corso.

**Modalità di accertamento**

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.

**Programma**

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 di accertamento**

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. 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.

### **Programma**

Legami tra competitività dei territori e competitività delle imprese e cause del crescente confronto competitivo tra sistemi territoriali

Governo strategico dell'offerta territoriale e applicazione delle metodologie di marketing alle problematiche di sviluppo competitivo ed economico del territorio

Definizione, contenuti e funzioni del marketing territoriale per gli investimenti

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  
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  
Le agenzie di sviluppo territoriale  
Strumenti di programmazione negoziata in una prospettiva di marketing strategico  
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).  
Dispense a cura del docente.

#### **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 di accertamento**

L'accertamento della preparazione verrà realizzato con una verifica scritta, integrata su richiesta degli interessati con una prova orale.

## **MATEMATICA FINANZIARIA**

(30 ore)

(Prof. Enrico Moretto - A-K)  
(Prof. 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 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. Si fornisce, infine, qualche cenno sulla gestione degli investimenti in presenza di rischio finanziario.

### **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, nel corso di Metodi e modelli matematici per i mercati finanziari, che può essere scelto dagli studenti del c.l. triennale a titolo di attività a scelta (nonché dagli studenti del c.l. quadriennale quale insegnamento libero).

### **Programma**

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.  
Rischio finanziario. Immunizzazione e strumenti derivati (cenni).

Al termine delle lezioni sarà messo a disposizione, anche su Internet, il programma dettagliato del corso.

**Testo d'esame**

E. CASTAGNOLI, L. PECCATI, *La Matematica in azienda: strumenti e modelli (1 - Calcolo finanziario con applicazioni)*, Egea, Milano, 2002.

**Siti internet**

Sito del corso: <http://bibeco.econ.unipr.it>

Siti dei docenti: <http://economia.unipr.it/docenti/moretto>,  
<http://economia.unipr.it/docenti/olivieri>

**Modalità di accertamento**

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. Roberto Dieci)

### **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 correntemente utilizzati dagli operatori.

In particolare, la parte centrale del Corso si occupa di modelli che descrivono il processo di evoluzione del prezzo di un titolo e quello dei suoi *derivati*, con particolare riferimento alle opzioni.

Il Corso include anche cenni alla Teoria dell'Immunizzazione Finanziaria, che permette agli agenti di un mercato finanziario di tutelarsi contro il rischio di tasso.

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**

#### **1. 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.

#### **2. Le opzioni.**

Opzioni *put* e *call*, europee ed americane - Il modello binomiale – Cenno alla formula di Black e Scholes per le opzioni.

#### **3. La 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 d'esame**

Per le parti 1. e 2.: J. HULL, *Opzioni, futures e mezzi derivati*, Il Sole 24 ore Ed., Milano, 1997.

Per la parte 3.: DE FELICE, F. MORICONI, La teoria dell'immunizzazione finanziaria, Il Mulino, Bologna, 1991.

Ulteriori indicazioni bibliografiche saranno fornite all'inizio del Corso.

**Modalità d'accertamento**

Prova orale.

## **METODI E MODELLI PER LA LOGISTICA**

(30 ore)

(Prof.ssa Rossana Salati)

### **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**

La Logistica Aziendale: definizione della funzione e sua evoluzione.

Le attività della Logistica: Materials Management e Physical Distribution Management.

Il servizio al cliente: definizioni, possibili misurazioni e scelta del livello da offrire.

La rete distributiva ed i relativi costi.

La progettazione del sistema distributivo: i fattori principali che influenzano la configurazione della rete distributiva.

Dimensionamento e posizionamento delle scorte in rete.

Distribution Requirement Planning.

Efficient Consumer Response.

La gestione dei magazzini: funzioni e aree operative.

Sistemi di stoccaggio per unità di carico pallettizzate.

Sistemi di picking/sorting.

Fasi di progettazione di un sistema di picking.

La gestione dello spazio all'interno del magazzino: allocazione delle merci.

Il trasporto merci: aspetti gestionali e organizzativi.

La programmazione dei trasporti nelle imprese di autotrasporto merci.

### **Testi d'esame**

Materiale didattico a cura del docente.



**Lettere 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)

### **Obiettivi**

Obiettivo del corso è mostrare come metodi razionali, e in particolare quantitativi, possano servire a rappresentare e a risolvere problemi di scelta aziendali per risolverli.

Con quest'ottica si trattano, in particolare, i problemi di gestione delle scorte, i relativi modelli e le tecniche più recenti utilizzate operativamente in azienda.

Si introduce poi il concetto di Logistica Aziendale, una disciplina relativamente nuova 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 - *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,  $(Q, S_0)$ ,  $(T, S)$  - La gestione differenziata in base all'analisi ABC - La gestione delle parti componenti (MRP) - La gestione a scorte zero (JIT).

3 - *Dalla gestione delle scorte alla Logistica*: la storia di una funzione.

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

### **Testi d'esame**

G. URGELETTI TINARELLI, *La gestione delle scorte nelle imprese commerciali e di produzione. EOQ, MRP, JIT*, EtasLibri, Milano, 2001.

Materiale didattico a cura del docente.

**Lecture consigliate (non obbligatorie per l'esame)**

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 di accertamento**

L'esame consiste in una prova orale.

**METODI E MODELLI PER LE SCELTE ECONOMICHE**  
**- 2° MODULO**  
(30 ore)

(Prof. Danilo Concari)

**Obiettivi**

L'insegnamento costituisce un secondo modulo che completa il programma del primo, del quale condivide l'obiettivo di mostrare problemi di scelta reali risolti con metodi razionali.

Vi si trattano: la programmazione lineare con le sue varie applicazioni, la programmazione della produzione e, in dettaglio, la Logistica Aziendale che è stata presentata nel primo modulo e viene qui trattata per esteso illustrandone funzioni, attività, storia ed evoluzione.

Durante il corso saranno organizzate conferenze di esperti aziendali su problemi di Logistica e visite guidate alle aziende.

**Programma**

1 - *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.

2 - *La programmazione della produzione*: la produzione in serie e su commessa. - I metodi matematici di programmazione della produzione (CPM, PERT).

3 - *La Logistica aziendale*, una funzione trasversale - Le varie attività che dipendono dal Logistico - Il *Materials* e il *Distribution Management* - Il *Supply Chain Management* - La Logistica interna e quella esterna alle aziende.

**Testi d'esame**

G. URGELETTI TINARELLI, *La gestione delle scorte nelle imprese commerciali e di produzione. EOQ, MRP, JIT*, EtasLibri, Milano, 2001.

Materiale didattico a cura del docente.

**Lectture consigliate (non obbligatorie per l'esame)**

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 di accertamento**

L'esame consiste in una prova orale.

## **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).

### **Lecture 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**

### **1° MODULO**

(30 ore)

(Prof. Giuseppe Daccò – A-K)

(Prof. Corrado Cerruti – L-Z)

Il corso sarà articolato come segue:

- lezioni;
- seminari su argomenti di particolare interesse;
- visite aziendali (eventuali).

#### **Programma**

##### *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. Il telelavoro. Il sistema informativo aziendale.

La programmazione operativa. La produzione just in time.

I capi. Lo stile di direzione. Il mobbing.

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.

**Bibliografia per l'esame**

G. DACCO', *L'organizzazione aziendale*, CEDAM, Padova, (7<sup>a</sup> edizione).  
*Il dettaglio delle parti e delle pagine che possono essere tralasciate verrà specificato durante le lezioni.*

**Lecture consigliate per eventuali approfondimenti**

G. DACCO', *Informatica aziendale. Aspetti tecnici, organizzativi, contabili e fiscali*, Azzali Editori, Parma /ultima edizione.

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).

R.L. DAFT, *Organizzazione aziendale*, Apogeo Editore, 2001.

V. CONTE, *Organizzazione aziendale*, Edizioni Simone, Napoli, 2002.

**Modalità di accertamento**

Le prove d'esame potranno avere luogo anche in forma scritta.

**ORGANIZZAZIONE AZIENDALE**  
**2° MODULO**  
(30 ore)

(Prof. Giuseppe Daccò)

**Obiettivi e Programma**

Il corso sarà articolato come segue:

- lezioni;
- seminari su argomenti di particolare interesse;
- visite aziendali (eventuali).

**Programma del corso**

*a) Teoria generale delle organizzazioni*

L'aspetto ontologico. L'aspetto psicologico. L'aspetto sociologico.  
Patologia delle organizzazioni.

Aspetti particolari della problematica organizzativa.

*b) L'organizzazione aziendale*

L'evoluzione dottrinale. I principali ordinamenti organizzativi.

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. Il telelavoro.

La programmazione operativa. La produzione just in time.

I capi. Lo stile di direzione. Il mobbing.

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.

La telematica.

Il sistema informativo aziendale. Le decisioni aziendali.  
Informatica e normativa giuridica (cenni).  
I presupposti logico-matematici dell'informatica.

**Bibliografia per l'esame**

G. DACCO', *L'organizzazione aziendale*, CEDAM, Padova, 1998 (7<sup>a</sup> edizione).

G. DACCO', *Informatica aziendale. Aspetti tecnici, organizzativi, contabili e fiscali*, Azzali Editori, Parma /ultima edizione.

*Il dettaglio delle parti e delle pagine che possono essere tralasciate verrà specificato durante le lezioni.*

**Letture 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).

V. CONTE, *Organizzazione aziendale*, Edizioni Simone, 2002, Napoli.

**Modalità d'esame**

Le prove d'esame potranno avere luogo anche in forma scritta.

## **ORGANIZZAZIONE E PIANIFICAZIONE DEL TERRITORIO**

**(Mutuato da Architettura)**

(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 quattro parti fondamentali:

- 1) *Luci ed ombre della pianificazione urbana*
- 2) *Governo e riqualificazione dello spazio urbano*
- 3) *Globalizzazione della condizione metropolitana*
- 4) *Cultura, paesaggi urbani e trasformazioni territoriali: alcuni itinerari di ricerca.*

### **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.

La programmazione negoziata degli enti locali.

La pianificazione regionale in Emilia-Romagna.

Dalla città macchina alla città sistema complesso.

Il marketing urbano e territoriale per lo sviluppo locale.

Governo e riqualificazione dello spazio urbano.

Evoluzione storica delle città e dell'urbanistica in USA

Nuova cultura post-moderna e nuovi paesaggi urbani: alcuni esempi internazionali.

Cultura, paesaggi urbani e trasformazioni territoriali: itinerari di ricerca.

Gli argomenti del corso potranno essere oggetto di attività seminariale svolta da tecnici del settore.

**Testi d'esame**

F. MIANI, *Globalizzazione metropolitana. Temi e problemi di organizzazione territoriale e pianificazione urbana*, Parma, Azzali Editore, 2003.

**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.

### **Programma**

1) Il concetto di comunicazione; 2) Nascita e sviluppo dei sistemi di comunicazione; 3) La comunicazione commerciale: forme e mezzi; 4) Comunicazione e pubblicità: il caso di Carosello.

### **Modalità didattiche**

Il corso si articola in quindici lezioni frontali, parte delle quali dedicate all'approfondimento del tema di Carosello con il ricorso a strumenti audiovisivi. 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 frequentanti 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<sup>a</sup> 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.

## **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 rischio e 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 e l'analisi dei sistemi di contabilità analitica, completano il corso.

### **Programma**

Evoluzione nella dottrina e nella prassi del controllo e della programmazione aziendale.

I processi decisionali. La teoria dell'informazione-agenzia, *cenni*.

*Information systems*: l'asimmetria.

I sistemi di contabilità analitica.

Sistemi di *budgeting*, *software* per la simulazione aziendale.

### **Testi d'esame**

L. SELLERI, *Il budget d'esercizio. Strumento di programmazione, controllo e motivazione*, ETAS, Milano, 1997. Capp. I - XII.

L. SELLERI, *Contabilità dei costi e contabilità analitica. Determinazioni quantitative e controllo di gestione*, ETAS, Milano, 1999. Capp. II - VIII.

Dispense del docente.

### **Lecture consigliate**

M. BERGAMIN BARBATO, *Programmazione e controllo in un'ottica strategica*, UTET, Torino, 1997. Capp. I, III e IV.

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.

**Modalità di accertamento**  
Prova scritta.

## **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 rischio, incertezza e asimmetria informativa mediante un approccio bayesiano.

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 caratterizzati da rischio e incertezza.

L'asimmetria informativa: azzardo morale e selezione avversa nel processo decisionale.

La teoria dell'informazione-agenzia e il controllo delle decisioni del *management*.

*Softwares* applicativi per la simulazione e le decisioni aziendali.

Analisi comparativa dei sistemi di *Management Accounting* adottati nel contesto internazionale.

### **Testo d'esame**

L. SELLERI, *Il budget d'esercizio. Strumento di programmazione, controllo e motivazione*, ETAS, Milano, 1997. Capp. I - III, XIII - XVII.

L. SELLERI, *Contabilità dei costi e contabilità analitica. Determinazioni quantitative e controllo di gestione*, ETAS, Milano, 1999. Capp. X e XIV.

Dispense del docente.

### **Lecture consigliate**

M. BERGAMIN BARBATO, *Programmazione e controllo in un'ottica strategica*, UTET, Torino, 1997. Capp. I, II-11, II-12, III, IV.

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.

**Modalità di accertamento**

Prova scritta.

## **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.

### **Programma**

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 di accertamento**

L'esame consiste in una prova scritta.

## **REVISIONE AZIENDALE (CORSO BASE)**

(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.

L'inquadramento giuridico della revisione.

I principi generali della revisione. Le norme etiche.

I principi contabili alla base della revisione.

Il processo di revisione aziendale.

La pianificazione e la documentazione della revisione aziendale.

La revisione contabile del bilancio di esercizio.

Il sistema di controllo interno.

La relazione finale.

### **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*, Giuffrè, Milano, 2003.

### **Lecture consigliate**

DEZZANI F. - PISONI P. - PUDDU L. - CANTINO V., *La certificazione del bilancio. Il revisore contabile e il collegio sindacale*, Quarta edizione, Torino, Giappichelli, 1998.

BRUNI G., *Revisione aziendale*, Quarta edizione, Torino, Utet, 1996.

QUAGLI A., *I principi contabili nella revisione di bilancio*, Bologna, Clueb, 1999.

**Modalità di accertamento**

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, 1978.

Documenti essenziali:

a. componenti di bilancio: documenti 6, 7, 9, 10, 12, 17;

b. 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 di accertamento**

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 ruolo, funzioni e modalità di azione del settore pubblico in una economia di mercato. Diverse sono le problematiche affrontate attraverso l'analisi delle principali attività in cui la pubblica amministrazione si sostituisce o integra il mercato. Il corso tratta anche il tema dei rapporti tra pubblico e privato per il raggiungimento di obiettivi di utilità collettiva, per i quali, sotto i profili dell'efficienza e dell'equità distributiva, possono essere considerate diverse soluzioni, tra cui anche quelle che prevedono l'integrazione dell'attività di operatori privati (imprese, organismi non governativi, ecc.) con interventi diretti o forme di regolazione da parte della pubblica amministrazione.

Una parte del corso dedicata alle assicurazioni sociali approfondirà queste tematiche anche in relazione ai modelli di organizzazione dell'offerta e di gestione dei servizi, prendendo come riferimento i problemi dei sistemi sanitari.

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 in sistemi di democrazia rappresentativa.

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

**IV - Le assicurazioni sociali**

Classificazione delle spese per la protezione sociale.

L'assistenza sanitaria: sistemi pubblici e assicurazioni private.

**V – Le imposte**

Classificazione e caratteristiche generali delle imposte.

Criteri di ripartizione del carico fiscale e progressività.

Principali tipologie di imposta

**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, in presenza dei vincoli previsti per l'Unione europea con il Patto di stabilità e crescita. Questa parte si avvale anche 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 aspetti generali di un sistema fiscale e i problemi connessi al decentramento territoriale e al federalismo fiscale. L'ultima parte del programma riguarda infine le politiche per la protezione sociale, di cui verranno trattate due principali funzioni che riguardano i sostegni al reddito e i sistemi pensionistici. Per ambedue le funzioni è previsto un inquadramento che richiama i metodi di coordinamento europei adottati in questi campi e che propone un'aggiornata descrizione dei sistemi esistenti in Italia.

**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 decentratata.**

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

Sostegni al reddito dei disoccupati e politiche contro l'esclusione sociale, con particolare riferimento alla normativa europea e italiana.

#### **Testo base per l'esame dei due corsi:**

P. Bosi (a cura di), *Corso di scienza delle finanze*, il Mulino, Bologna, (ultima edizione).

Per ogni corso sono inoltre previste dispense e materiali di aggiornamento che verranno preparati e comunicati agli studenti per l'inizio delle lezioni.

Note:

Gli esami di entrambi i corsi prevedono prove scritte, ripetibili anche parzialmente nell'arco di una stessa sessione, 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.

Gli studenti che sostengono l'esame in uno dei due corsi di Scienza delle finanze (30 ore) possono accedere:

- all'altro corso di 30 ore omettendo la parte I;
- al corso di ***Economia Pubblica*** (30 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**

(60 ore)

(1° Modulo – Prof. Marco Carcano)

(2° Modulo – Prof.ssa Raffaella Lamberti)

### **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**  
**(Mutuato da Scienze Politiche)**  
(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.

**Modalità didattiche**

Sono previste 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.

**Testi d'esame**

A. Accornero, *Il mondo della produzione*, Bologna, Mulino, nuova edizione 2002.

**Approfondimenti**

C. Crouch, *Sociologia dell'Europa occidentale*, Bologna, Mulino, 1999.

**Modalità di accertamento**

Gli studenti frequentanti dovranno presentare una relazione scritta.

Gli studenti non frequentanti dovranno sostenere l'esame orale.

**SOCIOLOGIA DELL'ORGANIZZAZIONE**  
**(ISTITUZIONI)**  
(30 ore)

(Prof. Marco Carcano)

**Obiettivi**

- 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

**Programma**

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 d'esame**

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)

(Prof.ssa Maura Franchi)

### **Obiettivi**

Il corso si propone di fornire alcune categorie di analisi per interpretare l'evoluzione delle politiche del lavoro alla luce degli scenari europei e di individuare le tematiche su cui si concentra il dibattito attuale.

L'obiettivo di fondo è quello di correlare le tematiche emergenti nelle politiche del lavoro ai mutamenti in atto nel mercato del lavoro. In questo contesto una specifica enfasi verrà posta sulla fase della transizione al lavoro, focalizzando le principali dinamiche ad essa correlate e le specificità assunte per i diversi segmenti del mercato del lavoro (donne, giovani).

Particolare attenzione sarà posta sui nuovi assetti istituzionali correlati al decentramento delle politiche del lavoro, alla dimensione locale e agli interventi per favorire l'incontro tra domanda e offerta di lavoro.

### **Programma**

Presentazione del corso: obiettivi, tematiche, modalità di verifica

Le politiche del lavoro: scenari globali e dimensione locale

L'oggetto delle politiche del lavoro: specificità e interdipendenze

- Politiche per il lavoro e politiche per l'occupazione
- Destinatari, attori e luoghi delle politiche del lavoro
- Leve e strumenti delle politiche

L'evoluzione delle politiche del lavoro nel panorama europeo

- Il processo di Lussemburgo
- I Fondi strutturali
- L'approccio preventivo: dalle politiche passive alle politiche attive

Alcune categorie di analisi: lavoro e sistemi occupazionali oggi

- Evoluzione dei contenuti del lavoro: nuove competenze e nuove professioni
- Nuove segmentazioni del mercato del lavoro

Gli scenari e le tematiche emergenti

- Disoccupazione e domanda inevasa
- Mismatch tra domanda e offerta
- Migrazioni del lavoro

Dinamiche del mercato del lavoro in Italia e tematiche emergenti

- Il Rapporto ISTAT sulla situazione del Paese
  - Tendenze e questioni per l'agenda delle politiche del lavoro
- Il dibattito sulla flessibilità
- Norme, strumenti e problemi aperti
- La partecipazione delle donne al mercato del lavoro
- Dati e tendenze
  - Quali politiche del lavoro?
- L'ingresso dei giovani nel mercato del lavoro
- Flessibilità e carriere esterne
  - Le politiche per la transizione al lavoro
- La transizione al lavoro dei laureati
- Dinamiche di ingresso nel lavoro
- L'intreccio di formazione e lavoro e i contratti a causa mista
- Il NOF (nuovo obbligo formativo)
  - L'apprendistato
  - I tirocini formativi e orientativi
- Il decentramento delle politiche del lavoro e le nuove competenze istituzionali: dal centro alla periferia
- Il quadro istituzionale
  - La concertazione delle politiche a livello locale
- La riforma del collocamento
- I servizi per l'incontro tra domanda e offerta di lavoro
  - Azioni e destinatari dei servizi
  - Lo stato di attuazione della riforma e della costruzione dei servizi
- per l'impiego: qualche dato di monitoraggio
- Orientamento e tecniche di ricerca di lavoro
- Una testimonianza di un operatore di un Centro per l'impiego: "Le domande dei giovani e i servizi offerti"
- La valutazione delle politiche del lavoro
- Le esigenze: perché e cosa valutare
  - Gli approcci e le metodologie
  - Le criticità correlate a monitoraggio e valutazione
  - Alcuni esempi di monitoraggio e valutazione

#### **Modalità di accertamento**

Per gli studenti frequentanti l'esame verrà svolto sugli appunti delle lezioni e sui materiali messi a disposizione.

Nel corso delle lezioni saranno consigliati articoli e testi di approfondimento sui diversi temi trattati.

Saranno considerati frequentanti gli studenti che saranno presenti ad almeno 12 lezioni su 15.

Chi lo desidera, potrà approfondire particolari tematiche attraverso l'elaborazione di una tesina il cui oggetto dovrà essere concordato.

Gli studenti non frequentanti potranno preparare uno dei testi indicati sotto.

#### **Riferimenti bibliografici**

ISFOL, Il tanto e il poco del lavoro flessibile, F. Angeli, Milano, 2002

Mingione, E. Pugliese, Il lavoro, Carocci, Roma, 2002

Reyneri E., "Sociologia del mercato del lavoro", Il Mulino, Bologna, 2002 (capitolo finale)

Rizza R., Il lavoro mobile, Carocci, Roma, 2003

*Sestito P., Le politiche del lavoro, Il Mulino, Bologna, 2002*

#### **Alcuni siti in cui reperire documenti e materiali sulle politiche del lavoro**

[www.europalavoro.it](http://www.europalavoro.it)

[www.formez.it](http://www.formez.it)

[www.ilsole24ore.com](http://www.ilsole24ore.com)

[www.isfol.it](http://www.isfol.it)

[www.istat.it](http://www.istat.it)

[www.minwelfare.it](http://www.minwelfare.it)

## 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.

#### **Programma**

##### *Approfondimenti sull'analisi tecnica*

Le medie mobili e gli oscillatori.

Cenni all'impiego operativo dell'analisi tecnica.

##### *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 lisciamiento esponenziale.

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 d'esame**

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.

**Programma**

**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.

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 d'esame**

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 alla risoluzione di problemi economici. Un aspetto importante riguarda l'uso di Microsoft Excel nella applicazione delle metodologie illustrate a lezione. 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: i rapporti, le medie, le misure di variabilità e la concentrazione. La misura della povertà .
- 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 macroeconomici. I temi trattati sono i seguenti:

- Elementi di Contabilità Nazionale, in particolare, verranno analizzati i principali aggregati economici, esaminandoli nel quadro macro-economico rappresentato dagli schemi di contabilità SNA93 (System of National Account 1993) e SEC95 (Sistema Europeo dei Conti 1995):
- Bilancia dei Pagamenti.
- Le statistiche del Fondo Monetario Internazionale e della Banca Mondiale sulla contabilità macro-economica disponibile nei Paesi in Via di Sviluppo.
- Le fonti disponibili ai fini della redazione di una scheda Paese.

### **Competenze acquisibili**

Al termine del corso gli studenti dovrebbero avere acquisito le competenze per orientarsi nell'analisi quantitativa delle variabili economiche, al fine di poter effettuare elaborazioni proprie od interpretare i risultati di elaborazioni ottenute da altri. Inoltre gli studenti dovrebbero essere in grado di acquisire le informazioni necessarie per la redazione di una scheda Paese.

### **Testi d'esame**

Per il Modulo 1:

S. Zani, *Introduzione all'analisi dei dati nell'era di Internet*, Giuffrè, Milano, 2002 (esclusi i paragrafi 5.3, 5.4, 5.6, 5.8 ed i paragrafi con l'asterisco).

Per il modulo 2

O. Castellino, *Introduzione alla Contabilità Nazionale*, Nona edizione, Giappichelli Editore, Torino, 2002.

Materiale didattico integrativo (appunti su regressione multipla ed inferenza, lucidi utilizzati a lezione, temi d'esame, ecc) saranno reperibili nel sito web del docente (<http://economia.unipr.it/DOCENTI/home.asp?id=43>).

### **Libri di approfondimento**

V. Siesto, *La contabilità nazionale italiana*, Il Mulino, Bologna, 1966.

Istat, *I conti degli italiani. Edizione 2001*, Il Mulino, Bologna 2001.

### **Modalità di accertamento**

Prova scritta con eventuale integrazione orale. E' previsto lo svolgimento di ricerche la cui valutazione sarà tenuta in considerazione ai fini della valutazione dell'esame.

## **STATISTICA I**

(60 ore)

A partire dall'a.a. 2003/2004 il corso di Statistica I (60 ore) non è più impartito. Gli studenti che hanno maturato la frequenza a tale corso ma non hanno superato il relativo esame dovranno sostenere gli esami di:

**Statistica – Analisi dei dati** (corso impartito al I anno)

**Statistica – Campionamento e inferenza** (corso impartito al II anno)

corrispondenti a due moduli da 30 ore.

In particolare, l'esame di Statistica – Analisi dei dati dovrà necessariamente precedere quello di Statistica – Campionamento e inferenza. I due esami dovranno essere sostenuti in appelli differenti e la registrazione dell'esame di Statistica I (60 ore) avverrà sulla base della media dei voti ottenuti nelle due prove.

## **STATISTICA I (CAMPIONAMENTO E INFERENZA)**

(30 ore)

(Prof. Andrea Cerioli - A - K)  
(Prof.ssa Maria Adele Milioli - L - Z)

### **Obiettivi**

Il corso costituisce il secondo modulo di Statistica e si propone di presentare gli strumenti di base per la comprensione delle procedure di campionamento e di inferenza, partendo dalle conoscenze acquisite tramite il modulo di Analisi dei dati. In molte applicazioni aziendali ed economiche, infatti, le informazioni disponibili fanno riferimento ad un campione (di consumatori, di aziende, etc.), per cui l'informazione descrittiva deve essere estesa dal campione rilevato ad una popolazione più ampia. Tale estensione rappresenta il processo di inferenza statistica.

Durante il corso l'attenzione sarà focalizzata su un insieme ridotto di tecniche, ma di largo impiego nella pratica. In particolare, dopo un'introduzione ai concetti di base del calcolo delle probabilità e del campionamento, saranno prese in esame le metodologie di stima e di verifica di ipotesi. 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. Ciascuna tecnica sarà introdotta facendo riferimento ai problemi aziendali ed economici che essa può contribuire a risolvere: tra questi il controllo statistico della qualità, lo studio delle quote di mercato e l'analisi delle relazioni tra variabili economiche. Un aspetto rilevante 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.

### **Programma**

#### ***Introduzione al calcolo delle probabilità ed al campionamento***

Eventi e probabilità

Variabili aleatorie: aspetti generali ed applicazioni

Distribuzioni campionarie degli indici statistici

***Problemi di stima***

Stima puntuale della media e della frequenza relativa  
Stima per intervallo della media nel caso di grandi e di piccoli campioni  
Stima per intervallo della frequenza relativa nel caso di grandi campioni

***Problemi di verifica d'ipotesi***

Introduzione ai test statistici; livello di significatività osservato (P-value)  
Verifica d'ipotesi sulla media nel caso di grandi e di piccoli campioni  
Verifica d'ipotesi sulla frequenza relativa nel caso di grandi campioni  
Verifica d'ipotesi su due universi nel caso di grandi campioni

***Il modello di regressione lineare semplice***

Significato del modello e relazioni con la retta di regressione  
Problemi di stima e di verifica di ipotesi sui parametri del modello  
Verifica della bontà di adattamento del modello; la tabella di analisi della varianza.

**Competenze acquisibili**

Al termine del corso gli studenti dovrebbero avere acquisito le competenze necessarie per comprendere le tecniche di campionamento e di inferenza utili 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.

**Testo d'esame**

A. Cerioli, M.A. Milioli, *Introduzione all'inferenza statistica senza (troppo) sforzo*, Uni.nova, Parma, 2002.

A. Cerioli, M.A. Milioli, *Esercizi di statistica*, Uni.nova, Parma, 2002 (capitoli 5 – 10).

**Modalità di accertamento**

Gli esami saranno in forma scritta. Gli studenti che lo desiderano potranno concordare con i docenti, dopo la prova scritta, un'integrazione orale sugli aspetti teorici del corso.

L'esame di Statistica – Campionamento e inferenza può essere sostenuto soltanto dopo aver superato quello del primo modulo Statistica – Analisi dei dati.

**Informazioni**

Ulteriori informazioni sui materiali didattici e sulle modalità di esame possono essere reperiti nei siti web dei docenti del corso:

Prof. Andrea Cerioli (A – K): <http://economia.unipr.it/DOCENTI/Cerioli>

Prof. Maria Adele Milioli (L – Z): <http://economia.unipr.it/DOCENTI/Milioli>

## **STORIA DELL'IMPRESA**

(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.

### **Testo d'esame**

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 (solo pp. 1-175);

B. EICHENGREEN, *La globalizzazione del capitale: storia del sistema monetario internazionale*, Baldini & Castoldi, Milano, 1998.

### **Modalità d'accertamento**

L'esame si svolge in forma orale. Gli studenti frequentanti possono concordare con il docente una breve dissertazione scritta.

## **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.

### **Programma**

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).

### **Modalità di accertamento**

Per gli studenti frequentanti l'esame si svolge in forma scritta. Per tutti gli altri avverrà in forma orale.

### **Testo d'esame**

ARRIGHETTI A. – SERAVALLI G., *Istituzioni intermedie e sviluppo locale*, Roma, 1999.

## **STRATEGIE COMPETITIVE E CREAZIONE DEL VALORE NELLE BANCHE**

(30 ore)

(Prof. Luciano Munari)

### **Obiettivi**

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

### **Programma**

L'evoluzione dell'ambiente competitivo nel sistema creditizio italiano.  
La risposta strategica delle banche e il ruolo delle concentrazioni.  
La creazione del valore e le relazioni con il mercato.  
La gestione delle banche come aziende di servizi.  
La segmentazione della clientela: problemi e soluzioni.  
Il concetto di prodotto bancario.  
La catena del valore e le strategie competitive.  
Il *pricing* dei servizi bancari.  
Il ruolo della comunicazione.  
La distribuzione dei servizi bancari e la multicanalità.  
L'importanza della gestione del personale.  
Il sistema informativo e la *business intelligence*.  
Gli indicatori di performance commerciale.  
Il controllo di qualità e la *customer satisfaction*.  
Il concetto e gli strumenti del *Customer Relationship Management*.  
I principi della programmazione commerciale.

**Testi d'esame**

Selezione di letture proposte in aula dal docente.

**Modalità di accertamento**

L'accertamento del grado di apprendimento dei contenuti del corso avverrà, a scelta dello studente, attraverso un esame orale o attraverso una prova scritta.

## **STRATEGIE DI IMPRESA**

(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 strategia e un coerente posizionamento di mercato.

In particolare, si intende fornire agli studenti un quadro di riferimento sulle diverse possibili opzioni competitive e di sviluppo di cui dispongono le imprese che operano lungo la filiera dei beni di largo e generale consumo per quanto attiene alle loro decisioni strategiche in merito al rapporto con l'ambiente in senso lato.

### **Programma**

l'introduzione del concetto di strategia e l'analisi del processo di gestione strategica

i contenuti della mission aziendale e gli obiettivi di lungo periodo dell'impresa

le principali dimensioni delle strategie di sviluppo;

le relazioni tra l'impresa e l'ambiente esterno;

lo studio del sistema competitivo nelle sue diverse componenti;

l'analisi delle risorse (forze e debolezze) e delle fonti dei vantaggi competitivi;

la definizione delle strategie competitive di base;

le modalità di sostegno del vantaggio competitivo in ambiente dinamico;

l'illustrazione delle principali strategie corporate e di business unit;

lo studio delle nuove dimensioni della concorrenza e delle strategie nei mercati mondiali.

### **Modalità didattiche**

Il corso verrà sviluppato integrando le lezioni del docente con esercitazioni, discussioni di casi e qualificate testimonianze aziendali.

### **Testi d'esame**

G. Pellicelli, Strategie d'impresa, Egea, Milano, 2002 (Capitoli: 1-2-3-4-5-6-7-8-9-10-11-12-13-16-19)

Per gli studenti frequentanti esiste la possibilità di sostituire alcune parti del testo indicato per l'esame con il materiale presentato e discusso nelle lezioni del Corso.

**Modalità di accertamento**

L'accertamento della preparazione verrà realizzato con una verifica scritta, integrata su richiesta con una prova orale.

## **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, normazione e certificazione; 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 di accertamento**

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)

(Prof. Paolo Zalera)

### **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.

### **Programma**

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**

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.

## **WELFARE E SVILUPPO**

(30 ore)

(Prof. Gianni Geroldi)

### **Obiettivi e Programma**

Il corso ha l'obiettivo di inquadrare aspetti che sono comuni nei sistemi di protezione sociale dei paesi a maggiore sviluppo ma che non hanno avuto una evoluzione paragonabile in molti paesi del mondo.

Il percorso prevede di partire dalla costruzione di una griglia di classificazione e dalla quantificazione delle risorse impiegate nelle principali funzioni orientate alla copertura dei rischi di carattere sociale, approfondendo alcuni temi messi in evidenza dalla letteratura economica, come quello del legame tra la dimensione dello stato sociale e la crescita.

Inoltre, verranno messi in evidenza il ruolo e i meccanismi di funzionamento degli organismi (pubblici, privati, organizzazioni non governative) operanti in diversi contesti istituzionali, in modo da delineare la diversità di azione di ciascun soggetto in economie a differente grado di sviluppo.

Gli argomenti saranno trattati in parte con riferimento ad alcuni modelli interpretativi di natura teorica, ma la parte principale del corso si concentrerà sui contesti istituzionali e su spunti di analisi fattuale, con il supporto di molta evidenza empirica, al fine di offrire spunti di conoscenza e di analisi su situazioni reali.

### **Materiali didattici**

I materiali didattici sono tuttora in preparazione e pertanto verrà dato agli studenti all'inizio del corso un programma dettagliato con le modalità per disporre di ogni strumento necessario per sostenere l'esame.

## **IDONEITA' DI INFORMATICA**

(30 ore)

(Prof. Marco Riani)

L' idoneità di Informatica può essere sostenuta dagli studenti iscritti al primo anno già a partire dalla prima sessione di esami (dal 3 all' 11 novembre 2003).

Gli studenti in possesso dei requisiti di seguito indicati sono esonerati dalla prova di idoneità informatica ed acquisiscono direttamente i crediti corrispondenti:

Studenti che hanno conseguito uno dei seguenti titoli:

Patente Europea per l'uso del computer (ECDL European Computer Driving Licence) riferita ad almeno 5 moduli su 7

Attestato MOUS (Microsoft Office User Specialist), livello EXPERT, per almeno 3 moduli su 4

Studenti che nella scuola secondaria superiore hanno seguito uno dei seguenti corsi:

PROGETTO MERCURIO

IGEA

INDIRIZZO PROGRAMMATORI

ERICA

PIANO NAZIONALE INFORMATICA

Per ottenere l'esonero lo studente deve presentare alla Segreteria Studenti della Facoltà idonea certificazione ai sensi di legge.

Le richieste per corsi informatici non inseriti tra quelli indicati, saranno valutati dal Consiglio di Facoltà dietro presentazione di idonea documentazione.

Gli studenti che devono sostenere il test di idoneità in informatica, non avendo ottenuto il riconoscimento in base ai precedenti studi della scuola secondaria superiore, possono seguire le prime 20 ore del corso libero di Informatica aziendale, al fine ottenere le conoscenze sufficienti per il superamento del test di idoneità.

Lo studente che sostiene con esito positivo l'esame di Informatica aziendale ottiene automaticamente il riconoscimento dell' idoneità in informatica.

**Programma**

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 del test d'idoneità in informatica**

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 Prof. Marco Riani

<http://www.riani.it>

## **IDONEITA' LINGUISTICHE**

Le idoneità linguistiche possono essere sostenute dagli studenti iscritti al primo anno già a partire dalla prima sessione di esami (dal 3 all'11 novembre 2003).

Le prove di idoneità di lingua straniera 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 Volkschul-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 riconosciuta l'idoneità di lingua corrispondente.

## LINGUA INGLESE

(Prof. G. Mansfield)

Gli studenti in possesso dei titoli di seguito indicati sono esonerati dalla prova di idoneità ed acquisiscono direttamente i crediti corrispondenti:

PET (Preliminary English Test) rilasciata ufficialmente da UCLES [valido solo per gli studenti del nuovo ordinamento]

FCE (First Certificate in English)

CAE (Certificate in Advanced English)

CPE (Certificate of Proficiency in English)

TOEFL (Test Of English as a Foreign Language: Computer based e/o Paper based)

Per ottenere l'esonero, lo studente deve presentare alla Segreteria Studenti della Facoltà il titolo in originale, unitamente ad una fotocopia del certificato stesso e ad una fotocopia del frontespizio del libretto universitario.

Le attività formative inerenti l'idoneità di Lingua Inglese previste dall'ordinamento didattico sono inserite nel progetto di Ateneo denominato **Telelingua**.

Il Progetto è finanziato dalla CRUI (Conferenza dei Rettori delle Università Italiane) e si ripropone di sperimentare nuove metodologie di insegnamento linguistico e di introdurre sistemi di certificazione linguistica riconosciuti a livello internazionale.

In base all'organizzazione di Telelingua gli studenti potranno seguire il seguente percorso di apprendimento:

- lezioni on-line sul sito  
<http://stream.cedi.unipr.it/inglese/index.php>
- attività supplementari on-line di raccordo con le lezioni;
- cicli di 30 esercitazioni per semestre tenute dai Collaboratori ed esperti linguistici (CEL) in sede;
- forum di discussione con moderazione da parte di un CEL

- autovalutazione;

- prova di idoneità:

si tratta di una prova standardizzata a livello di Ateneo per tutti i corsi di studio che hanno aderito al Progetto Telelingua e dà la possibilità di riconoscere l'idoneità nel caso di passaggio fra corsi di laurea o Facoltà diverse.

Per motivi organizzativi le iscrizioni alla prova di idoneità di Lingua Inglese si chiudono 10 giorni prima della data d'appello.



## **LINGUA SPAGNOLA**

(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**

Analisi empirica delle forme e metodo induttivo (dall'uso alle regole) guidano l'apprendimento linguistico convogliando un'esperienza mentalmente piacevole dello Spagnolo.

**Testi d'esame**

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.

## **ALTRE LINGUE**

Le **attività formative** inerenti l'idoneità di

**LINGUA FRANCESE –**

**Prof.ssa D. Dodi  
Prof.ssa M.C. Venturin**

**LINGUA TEDESCA –**

**Prof. S. Beretta**

previste dall'ordinamento degli studi saranno rese note sul sito Internet e tramite avvisi nelle bacheche della Facoltà entro l'inizio delle lezioni del primo semestre.

## **LABORATORIO DI METODOLOGIE DELLE SCIENZE SOCIALI**

(Prof.ssa Concetta Capacchione)

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.

Il programma del corso 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.

Il laboratorio 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. La frequenza al corso, pur utile e sollecitata, non è obbligatoria.

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.