

LA FORMAZIONE POST-LAUREA	6
I MASTER UNIVERSITARI.....	9
“COMMERCIALIZZAZIONE E LOGISTICA DEI PRODOTTI AGROALIMENTARI”	9
1. Obiettivo	9
2. Attività formativa e crediti universitari	9
3. Ammissione	12
4. Per informazioni contattare:	12
“CORPORATE BANKING“	13
1. Obiettivo	13
2. Attività formativa e crediti universitari	14
3. Ammissione	16
4. Per informazioni contattare:	16
GESTIONE DEL RISPARMIO “e- Mgierra”	17
1. Obiettivi	17
2. Attività formativa e crediti universitari	18
3. Ammissione	21
4. Per informazioni contattare:	21
“INTERNATIONAL BUSINESS”	22
1. Obiettivo	22
2. Attività formativa e crediti universitari	22
3. Ammissione	24
4. Per informazioni contattare:	24
“LAVORO E WELFARE LOCALE”	25
1. Obiettivo	25
2. Attività formativa e crediti universitari	25
3. Ammissione	26
4. Per informazioni contattare:	26

“MANAGER DELLE POLITICHE DI SVILUPPO E COESIONE”	28
1. Obiettivo	28
2. Attività formativa e crediti universitari	28
3. Ammissione	31
4. Per informazioni contattare:	31
“SVILUPPO LOCALE”	32
1. Obiettivo	32
2. Attività formativa e crediti universitari	32
3. Ammissione	34
4. Per informazioni contattare:	34
I CORSI DI PERFEZIONAMENTO	35
“MASTER IN MARKETING MANAGEMENT” QUINTA EDIZIONE	36
1. Obiettivo	36
2. Attività formativa	37
3. Comitato Scientifico	39
4. Steering Committee Aziendale	39
5. Ammissione	40
6. Imprese Partners	40
7. Per informazioni contattare:	41
“MARKETING DELL’INFORMAZIONE”	42
1. Obiettivo	42
2. Attività formativa	43
3. Ammissione	45
4. Per informazioni contattare:	45
CORSO DI “CONSULENZA AVANZATA NEL COMPARTO ASSICURATIVO”	46

1. Obiettivo	46
2. Attività formativa	46
3. Per informazioni contattare:	47
CORSO DI “CONSULENZA GLOBALE ALLA CLIENTELA RETAIL”	48
1. Obiettivo	48
2. Attività formativa	48
3. Per informazioni contattare:	49
CORSO DI “FINANZA IMMOBILIARE”	50
1. Obiettivo	50
2. Attività formativa	50
3. Per informazioni contattare:	51
CORSO PER “ESPERTO IN GESTIONE NEL SETTORE DISTRIBUZIONE BEVERAGE”	52
(SESTA EDIZIONE HO.RE.CA DISTECH)	52
1. Obiettivo	52
2. Attività formativa	52
3. Ammissione	53
4. Per informazioni contattare:	53
CORSO DI “FINANZA AZIENDALE”	54
1. Obiettivo	54
2. Attività formativa	54
3. Ammissione	55
4. Per informazioni contattare:	55

LA FORMAZIONE POST-LAUREA

Premessa. La riforma universitaria ha riconosciuto un ruolo centrale alla formazione post-laurea che, come è noto, è indirizzata sia ai neolaureati triennali e quadriennali che ai laureati interessati ad approfondire le proprie conoscenze su particolari problematiche di natura specialistica.

Successivamente al conseguimento della Laurea, l'offerta formativa delle Università si articola in diversi prodotti culturali di lungo e di breve termine .

Tra le attività di lungo termine conviene annoverare i Master universitari (di primo livello e di secondo livello), le Lauree specialistiche, i Corsi di specializzazione, i Corsi di Perfezionamento ed i Dottorati di ricerca.

Tra le attività caratterizzate da una durata ridotta conviene ricordare i Corsi di perfezionamento di breve termine, mirati a fornire competenze distintive ai partecipanti secondo un progetto didattico fondato su problematiche mirate e su management tools specifici.

Come è noto, i Master universitari di primo livello (e secondo livello) sono attivati per rispondere ad esigenze di formazione di coloro che intendono entrare nel mondo del lavoro con competenze e strumentazioni avanzate.

Le Lauree specialistiche, invece, hanno l'obiettivo di fornire al laureato triennale una formazione avanzata per l'esercizio di attività di elevata qualificazione e responsabilità.

Dopo le Lauree specialistiche, il cui conseguimento ne è condizione necessaria per l'ammissione, il laureato può iscriversi a Corsi di specializzazione o sostenere l'esame di ammissione ai Dottorati di ricerca.

Tutti questi prodotti culturali consentono di conseguire, al termine del percorso didattico, un titolo legalmente riconosciuto, maturando nel caso del Master, anche dei crediti formativi universitari spendibili in successivi percorsi di studio.

I portafoglio di prodotti culturali della Facoltà di Economia

Relativamente all'offerta in portafoglio, la Facoltà di Economia ha progettato una serie di Lauree specialistiche che prendono avvio nell'anno accademico 2004-05.

Proprio in vista dell'avvio di tali Lauree si ricorda che alcuni dei Master universitari attivati dalla Facoltà di Economia consentono di iscriversi alle Lauree specialistiche con il riconoscimento dei crediti formativi maturati durante la frequenza degli stessi. Sono congegnati in modo che il titolo conseguito ed i 60 crediti maturati sono integralmente riconosciuti sostituendo, nel complesso, un anno della Laurea specialistica collegata.

In sostanza, lo Studente che ha frequentato tali Master, dispone delle seguenti possibilità:

- scegliere di entrare subito nel mondo del lavoro con il Diploma di Master,

oppure

- decidere di proseguire gli studi, conseguendo la Laurea specialistica di riferimento grazie all'iscrizione ed alla frequenza di un solo anno aggiuntivo.

Quindi, chi opta per la prosecuzione, potrà vantare, al termine del percorso formativo, due titoli: quello di Master e la Laurea specialistica.

La presente guida illustra le caratteristiche e il contenuto di tutte le iniziative in portafoglio fornendo le informazioni necessarie ad agevolare la scelta da parte del partecipante.

I Master universitari di primo livello hanno l'obiettivo di rispondere ad esigenze formative reali espresse dalla società e consistono in corsi di formazione permanente della durata di circa un anno.

In generale, tali Master sono aperti a tutti coloro che sono in possesso del titolo di Laurea quadriennale, di Laurea triennale o di altro titolo di studio conseguito all'estero e riconosciuto idoneo secondo la legislazione vigente.

Nello specifico, ai fini dell'ammissione al corso, i singoli Master possono eventualmente richiedere il possesso di particolari tipi di Laurea.

Di regola, i corsi sono a numero chiuso, essendo richiesto il superamento di una selezione iniziale per potersi iscrivere. È altresì previsto, come requisito per l'attivazione del Master, un numero minimo di iscritti, superato il quale si avvierà la didattica.

Al termine delle attività formative previste, e con il superamento della prova finale, si consegue il titolo legalmente riconosciuto di Master universitario e si acquisiscono almeno 60 crediti formativi, spendibili per eventuali altri corsi in ambito universitario.

I MASTER UNIVERSITARI

“COMMERCIALIZZAZIONE E LOGISTICA DEI PRODOTTI AGROALIMENTARI” QUARTA EDIZIONE

Referenti: Prof. Filippo Arfini - Prof. Corrado Giacomini

1. Obiettivo

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

Il Corso per Master in CLAA ha ricevuto il patrocinio, in veste di partners di progetto, da parte della CCIAA di Parma, della Fondazione Cassa di Risparmio di Parma, della Replica Sistemi S.p.A., della Coop Consumatori Nordest, della Coop Adriatica, della Confcooperative dell'Emilia Romagna e di Conserve Italia.

In aggiunta al supporto espresso da queste importanti realtà deve essere sottolineato che la partecipazione dei testimoni aziendali, così come il periodo di stage in azienda, non potrebbe verificarsi senza l'apporto delle imprese operanti nel settore della commercializzazione e della distribuzione presenti sul territorio nazionale.

2. Attività formativa e crediti universitari

Articolazione generale dell'attività formativa

Il corso per Master in CLAA è articolato su due periodi per

complessive 1500 ore di impegno del partecipante.

Il primo periodo prevede in complesso 500 ore di didattica (lezioni frontali, esercitazioni, seminari, lavoro di gruppo, visite aziendali, testimonianze dal mondo dell'impresa) e 500 ore di studio individuale.

L'attività formativa del primo periodo è distribuita tra 5 aree tematiche:

- sistema agroalimentare e commercio internazionale;
- strumenti informatici ed applicazioni all'economia agroalimentare;
- qualità alimentare e "food safety": strumenti e politiche;
- rapporti clienti/fornitori, organizzazione aziendale e di filiera;
- logistica e razionalizzazione dei flussi agroalimentari.

Il secondo periodo del Master, invece, è dedicato ad uno stage aziendale per complessive 500 ore di presenza in un'impresa operante nei settori economici pertinenti ai contenuti formativi previsti per il corso di Master. Questo periodo è essenziale per completare il percorso formativo e per prendere coscienza del contesto reale in cui applicare le competenze tecniche e professionali acquisite.

L'IFOA di Reggio Emilia – Centro di formazione e servizi delle Camere di Commercio dell'Emilia-Romagna collabora per lo svolgimento delle attività di stage ed i rapporti con le imprese. Questa collaborazione è inserita e prevista da una Convenzione di carattere generale che regola i rapporti tra l'IFOA e l'Università degli Studi di Parma. La selezione delle aziende e degli stage viene effettuata dal Consiglio di Corso del Master.

Moduli didattici e crediti maturati

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

L'attività formativa prevista dal corso di Master in CLAA è organizzata secondo moduli didattici, riconducibili ai Settori

Scientifico-Disciplinari, che originano crediti formativi universitari nelle corrispondenti aree formative.

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

Processo di valutazione

Come indicato il progetto formativo è articolato in 5 unità tematiche seguite dal periodo di stage in azienda. Al termine di ogni unità tematica è prevista una prova intermedia. Dopo il tirocinio, per una valutazione del periodo di permanenza in azienda, ogni partecipante redige una relazione sul caso aziendale che potrà dimostrare le conoscenze apprese nella parte teorica.

Il risultato della prova finale scaturisce dall'esito delle verifiche intermedie e dalla qualità del project work redatto e discusso con il tutor in un colloquio individuale.

Al giudizio complessivo concorrono le seguenti componenti:

- per il 10% la discussione del project work di fronte ad una commissione;
- per il 30% l'elaborato scritto redatto a conclusione del project work;

- per il 60% le verifiche svolte al termine dei moduli secondo modalità definite nell'ambito dei moduli medesimi.

3. Ammissione

Il Master CLAA è rivolto ad un massimo di 35 partecipanti; il numero minimo di iscritti senza i quali il corso non può essere attivato è fissato in 20 unità.

Gli interessati a partecipare al corso per Master CLAA devono essere in possesso di una Laurea preferibilmente delle Facoltà di Economia, Agraria, Medicina Veterinaria, Ingegneria, Giurisprudenza, Scienze Politiche oppure di una Laurea di altra Facoltà purché afferente alle aree delle scienze biologiche, biotecnologiche o chimiche.

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

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

4. Per informazioni contattare:

- Sito web: www.masterclaa.info
- Tutor: Dott. Simona Barbieri – Dipartimento di Studi Economici e Quantitativi; Tel.: 0521-032446; e-mail: tutor@masterclaa.info
- Segreteria organizzativa : Sezione di Economia Agroalimentare – Dipartimento di Studi Economici e Quantitativi - Tel.: 0521-032414; Fax: 0521-032498
- Docente di riferimento: Prof. Corrado Giacomini, Direttore del Master CLAA - Dipartimento di Studi Economici e Quantitativi, Tel.: 0521-032415; e-mail: direzione@masterclaa.info

“CORPORATE BANKING“

Referente: Prof. Stefano Monferrà

1. Obiettivo

Il Master in Corporate Banking intende formare esperti corporate per il settore bancario senza, tuttavia, escludere la possibilità per i partecipanti di impiegare le competenze acquisite nel settore manifatturiero con responsabilità nell'ambito della finanza d'impresa.

A tal fine il Master presenta un'articolazione didattica che privilegia fortemente la formazione di soggetti in grado di analizzare problematiche e fabbisogni finanziari delle aziende e di proporre soluzioni e strumenti adatti al loro soddisfacimento.

La struttura del Master in Corporate Banking è pensata per fornire gli strumenti necessari per affrontare e gestire situazioni concrete nel mondo del lavoro. Durante i corsi i partecipanti sono chiamati ad assumere, sotto la guida dei docenti, un ruolo attivo risolvendo e offrendo soluzioni alternative a quesiti e casi pratici. L'analisi di *case studies* complessi che richiedono l'utilizzo congiunto di strumenti e conoscenze diverse acquisite nei vari corsi del Master spingono il partecipante a sviluppare un utilizzo flessibile del proprio sapere e la capacità di far fronte a problematiche completamente nuove.

Le metodologie didattiche utilizzate e il contatto diretto e costante con i docenti intendono offrire allo studente un percorso formativo che avvicinandosi all'esperienze operativa li renda consapevoli delle proprie capacità. Inoltre, la presenza di un significativo periodo di stage presso primarie istituzioni bancarie e società di consulenza consente una immediata verifica della preparazione acquisita e un adeguato completamento del percorso formativo svolto.

2. Attività formativa e crediti universitari

Articolazione generale dell'attività formativa

Il Master in Corporate Banking si articola su due periodi per 1500 ore complessive di attività. Di queste circa il 50% sono dedicate alla didattica in aula e le rimanenti all'attività sul campo.

L'attività formativa di base è organizzata su 3 Moduli fondamentali ed è completata dalla presenza di alcuni seminari specialistici.

Nel **Primo Modulo** si approfondiscono gli strumenti legati all'analisi e alla valutazione dell'impresa e degli investimenti e gli strumenti matematici e informatici di supporto a tali attività.

Nel **Secondo Modulo** si considerano i diversi strumenti, le tecniche e le operazioni finanziarie a disposizione per la copertura del fabbisogno finanziario applicati anche nel caso specifico rappresentato dalla presenza di crisi aziendali e analizzati sulla base di logiche di ottimizzazione.

Nel **Terzo Modulo** si completa la preparazione approcciando le problematiche connesse alla gestione e quantificazione del rischio per la banca e per le imprese, per le quali si valutano specifici strumenti di copertura rappresentati dai derivati, nonché alle strategie di marketing da adottare verso i diversi segmenti di clientela.

I *seminari* mirano, infine, a focalizzare l'attenzione dei partecipanti su argomenti specifici come quelli connessi alla assicurazione dei rischi aziendali, alle problematiche fiscali e alla valutazione degli asset intangibili di un'impresa.

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

Moduli didattici e crediti maturati

I crediti complessivamente attribuiti al completamento del Master sono 60.

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

MODULI DIDATTICI	Crediti
PRIMO MODULO: <i>gli strumenti di analisi</i>	
Analisi finanziaria storica e prospettica e stima del fabbisogno	3
Analisi dei flussi e degli equilibri aziendali	2,5
Analisi della dinamica finanziaria	2,5
Analisi Competitiva e fabbisogni finanziari	2
Gestione e misurazione del valore	3
Metodologie per l'analisi finanziaria	2,5
Excel per le applicazioni finanziarie	3
Ottimizzazione finanziaria: teoria e applicazioni	2,5
SECONDO MODULO: <i>la copertura dei fabbisogni</i>	
La copertura dei fabbisogni a M/L	1
La copertura dei fabbisogni finanziari a breve termine	1
Corporate & Investment Banking	2
Le operazioni di M&A	2
La gestione della tesoreria	2
La finanza di progetto	1
Crisi e risanamento d'impresa	2,5
TERZO MODULO: <i>l'analisi e la gestione dei rischi</i>	
Marketing Strategico e CRM	2
Rating e Credit Risk Management	1
Assicurazione dei rischi aziendali (i rischi puri)	1
Derivati e copertura dei rischi aziendali (i rischi finanziari)	2
Organizzazione e gestione delle relazioni e dei gruppi	2
Le problematiche fiscali delle imprese	2
Altre attività	7,5
Stage aziendale	8
Prova finale	2
Totale complessivo	60

Processo di valutazione

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

Il titolo di Master universitario in Corporate Banking è rilasciato dopo un colloquio finale di accertamento delle competenze complessivamente acquisite, tenendo conto dell'attività di tirocinio e dell'elaborato prodotto nel corso della seconda fase, dedicata allo stage aziendale.

3. Ammissione

Il Master in Corporate Banking prevede un numero massimo di 25 partecipanti ed un numero minimo di 10 iscritti.

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

Possono partecipare al Master coloro che sono in possesso di una Laurea conseguita presso Facoltà di Economia, Ingegneria, Scienze politiche e Giurisprudenza.

4. Per informazioni contattare:

- Sito web: www.mastercorporatebanking.it
- Tutor: Dott. Matteo Cotugno – Dipartimento di Economia; Tel.: 0521-032462; e-mail: matteo.cotugno@mastercb.it
- Segreteria organizzativa: Servizio Specializzazioni, Via Volturno, 39; Tel.: 0521-903704-903705;
- Docente di riferimento: Prof. Stefano Monferrà - Dipartimento di Economia; Tel.: 0521-902396; e-mail: stefano.monferra@unipr.it

GESTIONE DEL RISPARMIO “E- MGIERRE”

Referente: Prof. Stefano Monferrà

1. Obiettivi

Il Master in Gestione del Risparmio “e-Mgierre” si propone di rispondere ad esigenze di approfondimento culturale e di aggiornamento e qualificazione professionale nel campo della gestione del risparmio. I partecipanti devono poter sviluppare conoscenze e competenze nel campo della gestione del risparmio al fine di svolgere la loro attività professionale nell’ambito degli intermediari finanziari che si occupano della gestione dei portafogli mobiliari e della consulenza finanziaria.

A conclusione del Corso, agli iscritti che abbiano seguito regolarmente e positivamente l’attività prevista dal programma viene rilasciato dall’Università un Attestato con il titolo di Master universitario in gestione del risparmio.

Il Corso, istituito presso l’Università Tor Vergata di Roma, viene offerto congiuntamente dalle Università partecipanti, che ospitano ed organizzano parte delle attività didattiche previste nell’ambito di *e-Mgierre*. Presso ogni Università sono inoltre a disposizione dei partecipanti uno o più tutor.

Le Università partecipanti sono:

- Università di Bergamo
- Università della Calabria
- Università di Cagliari
- Università di Lecce
- Universitario di Napoli Parthenope
- Università di Parma
- Università di Roma Tor Vergata

2. Attività formativa e crediti universitari

Articolazione generale dell'attività formativa

e-Mgierre presenta significativi elementi di innovatività, nel panorama della formazione postlaurea:

1. l'impostazione didattica orientata alla formazione a distanza
2. l'utilizzo di strumenti avanzati di apprendimento e comunicazione.

Il Corso prevede un impegno modulare e flessibile, che può essere in parte personalizzato in base alle esigenze dei partecipanti, ed è orientato ad un approccio di formazione a distanza, basato sull'utilizzo diffuso di reti di comunicazione e di tecniche multimediali, che affianca la formazione tradizionale d'aula, e lo svolgimento di stage e progetti sul campo. In pratica, gli unici impegni "fissi" per i partecipanti sono costituiti dalle sessioni di aula tradizionale e dagli appuntamenti "virtuali" per la didattica on line, che viene svolta prevalentemente in orari serali.

La formazione a distanza consiste nella frequenza di un'attività didattica on line (attraverso ad esempio esercitazioni e discussioni guidate) e nello studio on line (attraverso ad esempio navigazioni guidate di siti Web, mappe concettuali, esercitazioni individuali e test di autovalutazione); è previsto poi l'utilizzo di diversi strumenti di comunicazione e consultazione (bacheca, calendario, chat, conference, FAQ, formulario, glossario e posta elettronica).

La stessa attività tradizionale di studio individuale, basata sui testi consigliati e sui materiali didattici disponibili sul sito, è opportunamente strutturata e "guidata" per favorire l'apprendimento dello studente.

L'attività di formazione a distanza viene svolta attraverso la navigazione del sito del Master; essa non richiede dunque competenze o strumenti particolari se non quelli necessari per l'accesso ad Internet e per la navigazione dei siti.

e-Mgierre si articola in Aree tematiche, ciascuna delle quali è organizzata in materie.

Le aree tematiche:

- Analisi ambientale e regolamentazione
- Struttura e funzionamento dell'area d'affari della gestione del risparmio
- Asset allocation e valutazione della performance
- Assetti istituzionali, organizzazione e distribuzione
- Gestione delle relazioni con la clientela

Il corso è articolato su più periodi.

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

Le aree tematiche del corso sono: analisi ambientale e regolamentazione; struttura e funzionamento dell'area d'affari della gestione del risparmio; asset allocation e valutazione della performance; assetti istituzionali, organizzazione e distribuzione; gestione delle relazioni con la clientela. Aspetto peculiare del Master è che l'attività didattica, oltre che in forma tradizionale, viene svolta avvalendosi delle metodologie proprie della formazione a distanza.

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

Moduli didattici e crediti maturati

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

L'attività formativa prevista dal corso di Master in Gestione del Risparmio e-Mgierre è organizzata secondo moduli didattici, riconducibili ai Settori Scientifico-Disciplinari, che originano crediti

formativi universitari nelle corrispondenti aree formative.

MODULI DIDATTICI	CREDITI
Economia monetaria	4,5
Economia del mercato mobiliare	4
Gestione dei portafogli e asset allocation	4
Gestione degli intermediari finanziari	4
Valutazione dei titoli mobiliari	4
Analisi dei bisogni e gestione dei portafogli	4,5
Metodi quantitativi di gestione dei portafogli	4,5
Diritto tributario	2
Diritto dei mercati finanziari	4,5
Elementi di marketing operativo	4,5
Altre attività	8
Stage aziendale	12
Totale complessivo	60

Processo di valutazione

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

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

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

3. Ammissione

Il Master in Gestione del Risparmio “e – Mgierre” è rivolto ad un massimo di 100 partecipanti.

Gli interessati a partecipare al Master devono essere in possesso di una Laurea conseguita presso Facoltà di Economia, Scienze politiche, Giurisprudenza (Classi di studio 15, 17, 28, 31, 35) e in altri Corsi di Laurea che il Consiglio del Corso giudichi idonei all'atto della selezione. E' prevista una prova di selezione dei candidati.

4. Per informazioni contattare:

- Sito web: www.masternetwork.org
- Tutor: Dott.ssa Beatrice Ronchini – Dipartimento di Economia; Tel.: 0521-902489; e-mail: bea.ronchini@libero.it
- Segreteria organizzativa : Segreteria emmegierre ; Tel.: 06-72595930; Fax: 06-2040219; e-mail: emmegierre.segreteria@sefemeq.uniroma2.it
- Docente di riferimento: Prof. Stefano Monferrà - Dipartimento di Economia; Tel.: 0521-902396; e-mail: stefano.monferra@unipr.it

“INTERNATIONAL BUSINESS”

Referente: Prof. Francesco Daveri

1. Obiettivo

Il corso di Master in International Business intende formare manager capaci di prendere decisioni in un contesto globale e analisti d'impresa con solide competenze e dotati di una visione internazionale e comparata dei problemi aziendali.

Il Master intende presentare a laureati di primo livello gli strumenti conoscitivi necessari ad intraprendere una carriera lavorativa di successo nell'ambito dell'*International Business*. Durante il corso, agli studenti saranno insegnati i principi e le forme organizzative che regolano il mondo del business nei mercati globali dei beni e della finanza. Una particolare enfasi sarà dedicata alla costruzione delle abilità di soluzione dei problemi e di ricerca, così come a quelle di sintesi e di comunicazione. Il carattere multidisciplinare del programma sarà garantito anche dai corsi opzionali, nei quali sarà dedicata particolare attenzione all'analisi dell'influenza della struttura legale ed istituzionale sul comportamento d'impresa che opera in un ambito internazionale.

2. Attività formativa e crediti universitari

Articolazione generale dell'attività formativa

L'attività didattica del corso si svolgerà presso l'Università di Dundee (Scozia) completamente in lingua inglese. Il percorso di studi del Master si compone di due parti. Il corso ha durata annuale a partire dal 15 settembre di ogni anno e comprende attività didattica frontale e altre forme di insegnamento, studio guidato e didattica interattiva, nonché un progetto conclusivo sul campo da sviluppare su propria

iniziativa sotto la supervisione di uno dei docenti del Master.

Moduli didattici e crediti maturati

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

MODULI DIDATTICI	CREDITI	Note
Analisi dei dati per l'impresa	10	Corsi obbligatori
Mercati finanziari globali	10	
Economia internazionale	10	
Decisioni strategiche d'impresa	10	
Aspetti regionali dell'International Business	7	Almeno uno, e al massimo due di questi corsi, deve essere sostenuto
Politica economica internazionale	7	
Istituzioni dell'Unione Europea	7	
Investimento transnazionale	7	
Diritto della Corporate Governance	7	Al più uno di questi corsi può essere sostenuto
Economia dell'incertezza	7	
Strategia aziendale	7	
Marketing research	7	
Prova finale	6	

Processo di valutazione

La prova finale consiste in un progetto sul campo da sviluppare su propria iniziativa sotto la supervisione di uno dei docenti. Coloro che avranno totalizzato almeno 54 crediti nell'ambito dei corsi insegnati saranno invitati a presentare il progetto di cui sopra.

Al termine del corso e previo superamento di un esame finale, verrà rilasciato un titolo congiunto da parte delle Università di Dundee e di Parma. L'Università di Dundee rilascerà il titolo di Master of Science (MSc) in International Business. L'Università di Parma

rilascerà il titolo di Master Universitario di primo livello in International Business. Il possesso del titolo darà accesso al secondo anno delle Lauree Specialistiche offerte dalla Facoltà di Economia.

3. Ammissione

Il Master è rivolto ad un numero massimo di 20 partecipanti. L'ammissione al corso è subordinata al superamento di una prova di selezione, che prevede una valutazione dei titoli presentati e un colloquio orale parzialmente in lingua inglese. Alla selezione possono partecipare i titolari di:

- Laurea triennale della classe 17, 28, 8, 9, 10, 26, 32 o 37;
- Laurea quadriennale in Economia, Matematica, Statistica e Ingegneria

Saranno ammessi al corso coloro i quali, in relazione al numero di posti disponibili, avranno conseguito il maggior punteggio.

4. Per informazioni contattare:

- Sito web: <http://economia.unipr.it/master.htm>
- Segreteria organizzativa : Dipartimento di Economia; Tel.: 0521- 032467; Fax: 0521- 032529; e-mail: economia@unipr.it
- Docente di riferimento: Prof. Francesco Daveri - Dipartimento di Economia; Tel.: 0521-032433; e-mail: francesco.daveri@unipr.it

“LAVORO E WELFARE LOCALE”

Referente: Prof. Gianni Geroldi

1. Obiettivo

Il Master in Lavoro e Welfare Locale si propone di formare esperti in politiche sociali e del lavoro a livello locale con una specifica preparazione nel campo della gestione e valorizzazione delle risorse umane, finalizzata alla crescita professionale nel contesto del mercato del lavoro locale. Il profilo professionale prevede la capacità di utilizzare gli strumenti di politica attiva per l'inserimento al lavoro, di progettare programmi locali per interventi assistenziali, di creare relazioni professionali con gli attori sociali presenti sul territorio per azioni di formazione e sviluppo delle risorse umane.

2. Attività formativa e crediti universitari

Articolazione generale dell'attività formativa

Il Master in Lavoro e Welfare Locale si sviluppa nell'arco dell'intero anno accademico e si articola in due periodi. Il primo è dedicato ad attività formative svolte in aula, distribuite in otto aree tematiche. Il secondo periodo viene dedicato ad uno stage presso un'azienda per la realizzazione di un progetto di ricerca su aspetti attinenti le discipline impartite nel corso.

Moduli didattici e crediti maturati

Il conseguimento del Master in Lavoro e Welfare Locale consentirà ai partecipanti il conseguimento di complessivi 60 crediti formativi universitari, ripartiti nei Settori Scientifico-Disciplinari indicati nel piano degli studi di cui alla tabella sotto riportata.

MODULI DIDATTICI	CREDITI
Economia del lavoro e strumenti per l'analisi del mercato del lavoro locale	6
Diritto del lavoro e legislazione sociale	5
Politiche per la protezione sociale nazionali e locali	8
Politiche locali del lavoro e servizi per l'impiego	8
Organizzazione, gestione delle risorse umane e comportamenti organizzativi	8
Metodologie e tecniche di ricerca e analisi dei dati	6
Stage aziendale	14
Prova finale	5
Totale complessivo	60

Processo di valutazione

Sono previsti sia la stesura di elaborati scritti per ogni unità formativa sia la discussione del project work e della relazione elaborata durante lo stage.

3. Ammissione

Il numero massimo di allievi che potranno frequentare il Master è fissato in 30.

Possono accedere al Master i laureati provenienti dalle Facoltà di Economia, Giurisprudenza, Ingegneria gestionale, Lettere e filosofia, Lingue e letterature straniere, Psicologia, Scienze statistiche, Scienze delle comunicazione, Scienze politiche, Scienze dell'educazione e Sociologia.

4. Per informazioni contattare:

- Sito web: www.laboratoriolsp.org (alla voce Master)
- Tutor: Dott.ssa Clara Levrieri – Dipartimento di Economia – Sezione di Scienze Economiche; Tel.: 0521-

032010; e-mail: lablsp@unipr.it

- Segreteria organizzativa : Sezione di Scienze Economiche; Tel.: 0521- 032010; Fax: 0521- 032402; e-mail: lablsp@unipr.it
- Docente di riferimento: Prof. Gianni Geroldi - Dipartimento di Economia; Tel.: 0521-032459; e-mail: geroldi@unipr.it

“MANAGER DELLE POLITICHE DI SVILUPPO E COESIONE”

Referente: Prof. Guglielmo Wolleb

1. Obiettivo

Il Master "Manager delle politiche di sviluppo e coesione" è promosso dal partenariato fra Università degli Studi di Parma ed Università della Calabria. Il Master si svolgerà, nel corso dello stesso anno, in parte nella Facoltà di Economia dell'Università di Parma, dove inizierà, ed in parte nel Dipartimento di Economia e Statistica dell'Università della Calabria dove si concluderà. Il Master è finalizzato alla formazione di una figura professionale che lavora soprattutto in istituzioni pubbliche, dotata di una solida cultura di base sui temi dello sviluppo e della coesione sociale e di una conoscenza specifica delle tecniche per gestire e valutare politiche pubbliche. Una figura capace di effettuare analisi statistiche ed economiche del territorio, di elaborare e gestire progetti pubblici, di promuovere processi di cooperazione istituzionale, di valutare gli effetti delle politiche in tema di ambiente e di pari opportunità, di utilizzare gli strumenti normativi e i meccanismi contrattuali, di comunicare efficacemente in forma orale e scritta, di assumere decisioni ed agire in una logica di gruppo.

2. Attività formativa e crediti universitari

Articolazione generale dell'attività formativa

Il Master si sviluppa nell'arco di un intero anno accademico per complessive 1.100 ore articolate in 500 ore di lezioni in aula, 600 ore di studio individuale e 500 ore di stage.

Le ore di lezione in aula sono suddivise in quattro blocchi

tematici. Il primo blocco consiste di sette moduli finalizzati a fornire la cultura di base sui temi dello sviluppo economico, del cambiamento istituzionale, della coesione sociale e della sostenibilità ambientale. Il secondo blocco "Politiche e strumenti" consiste di quattro moduli volti a fornire le conoscenze fondamentali sulle politiche pubbliche per lo sviluppo economico: le politiche europee dei fondi strutturali, la nuova programmazione e le politiche urbane. Il terzo blocco "Analisi e valutazione delle politiche pubbliche" ha l'obiettivo di fornire le conoscenze teoriche e pratiche per gestire le politiche pubbliche e, più in particolare, per effettuare il monitoraggio e le valutazioni di progetti e programmi pubblici. Il quarto blocco sarà finalizzato a fornire competenze di carattere trasversale relative al trattamento statistico ed informatico dei dati, allo sviluppo delle capacità personali e relazionali ed alla capacità di scrivere e comunicare. Infine il quinto blocco sarà dedicato alla discussione in aula dell'esperienza di stage ed alla preparazione dell'esame finale.

Le ore di lezione in aula si alterneranno con 600 ore di studio individuale per dare il tempo agli allievi di assimilare ed approfondire quanto appreso in aula e per svolgere esercitazioni di carattere pratico sugli argomenti teorici svolti a lezione.

Il Master prevede poi un periodo di stage di 500 ore da svolgere presso enti pubblici, società di servizi, imprese private sulla base di un progetto concordato con l'ente ospitante e congruente con i contenuti del Master.

Il Master si conclude con un esame finale che, se superato, porterà al titolo di Master Universitario rilasciato congiuntamente dalle Università di Parma e della Calabria.

Moduli didattici e crediti maturati

I crediti complessivamente attribuiti al Master sono 70 di cui 44 attribuiti ai settori disciplinari, 21 all'attività di stage e 5 all'esame finale. I Moduli didattici che compongono il Master ed i relativi crediti sono illustrati nel prospetto che segue:

MODULI DIDATTICI	CREDITI
Politiche pubbliche e cambiamento istituzionale	2,5
I sistemi socioeconomici territoriali	1,5
Storia dei sistemi produttivi locali	1,5
I principi dell'azione collettiva	1,5
L'articolazione delle strutture di governo	2
Le pari opportunità	2
Sostenibilità ambientale	1,5
Le politiche europee dei fondi strutturali	2
Le politiche nazionali: la nuova programmazione	2
Le nuove politiche urbane	3
Programmazione e ciclo del progetto pubblico	2,5
Introduzione all'analisi delle politiche pubbliche	2
Progettare politiche pubbliche	5
La valutazione delle politiche pubbliche	4
Scrittura e comunicazione	3
Sviluppo delle capacità personali e relazionali	3
Strumenti quantitativi di analisi territoriale	2,5
Valutazione e discussione dell'esperienza di stage	2,5
Stage aziendale	21
Prova finale	5
Totale complessivo	70

I crediti acquisiti nel Master in Manager delle Politiche di Sviluppo e Coesione saranno riconosciuti ai fini dell'iscrizione alla Laura Specialistica in Sviluppo locale, cooperazione e mercati internazionali che verrà attivata nell'a.a. 2005-2006

Processo di valutazione

La prova finale si articolerà in una prova scritta, un esame orale ed una valutazione del rapporto di stage. La votazione finale sarà data da una media del voto della prova finale e delle prove intermedie

effettuate durante la parte d'aula del corso.

3. Ammissione

Il numero massimo di studenti al Master è di 30. Il numero minimo di iscritti per attivarlo è di 15. La partecipazione al Master è subordinata al superamento di una prova di selezione basata su tre parametri: test psico-attitudinali, colloqui motivazionali e valutazione del curriculum. La partecipazione al Master è aperta a coloro che sono in possesso di una laurea quadriennale o di una laurea triennale o di titolo equipollente nelle seguenti discipline: Economia, Statistica, Ingegneria, Architettura, Lettere e Filosofia, Giurisprudenza, Psicologia, Scienze della Comunicazione, Scienze Politiche, Scienze dell'Educazione, Sociologia.

4. Per informazioni contattare:

- Docente di riferimento: Prof. Guglielmo Wolleb- Dipartimento di Economia, Tel.: 338-3139082; Fax 0521-032402; e-mail: guglielmo.wolleb@unipr.it

“SVILUPPO LOCALE”

Referente: Prof. Guglielmo Wolleb

1. Obiettivo

Il Master in Sviluppo Locale, promosso in partenariato con l'ente di formazione Centro Studio e Lavoro "La Cremeria" con sede a Cavriago (R.E.), è finalizzato a formare una figura professionale - il promotore dell'economia e dello sviluppo locale - dotata di competenze nel campo della promozione dello sviluppo locale all'interno delle amministrazioni pubbliche, di associazioni, di organizzazioni private e di società di servizi.

2. Attività formativa e crediti universitari

Articolazione generale dell'attività formativa

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

La prima fase è dedicata ad attività formative svolte in aula per un totale di circa 480 ore. I diversi moduli che compongono il Master hanno l'obiettivo di sviluppare la capacità di effettuare analisi economiche e statistiche del territorio, di elaborare strategie di sviluppo locale, di programmare, gestire e valutare progetti imprenditoriali, di favorire processi di cooperazione tra imprese ed istituzioni e di formulare politiche pubbliche.

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

Moduli didattici e crediti maturati

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

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

MODULI DIDATTICI	CREDITI
Risorse, mercato e istituzioni dello sviluppo locale	2,5
Storia dello sviluppo locale	2
Analisi socioeconomica dei sistemi territoriali	2,5
L'articolazione delle strutture di governo	2
I principi dell'azione collettiva	2,5
Le pari opportunità	1,5
I principi dello sviluppo sostenibile	1,5
Le politiche europee dei fondi strutturali	2
Le politiche nazionali: la nuova programmazione	2
Le politiche urbane	2
Le politiche per l'accessibilità	1,5
Le politiche di marketing territoriale	2
Le politiche per la valorizzazione dei beni culturali	2
Le politiche per la gestione dei servizi pubblici locali	1,5
Le politiche di welfare locale	2
Programmazione e ciclo dei progetti	2
Statistica e metodi applicativi per l'analisi territoriale	2
Monitoraggio e valutazione delle politiche pubbliche	2
Finanza di progetto	0,5
Scrittura e comunicazione	1,5
Socializzazione dei partecipanti e sviluppo delle capacità relazionali e di leadership	1,5
Discussione dell'esperienza di stage e preparazione all'esame	1
Stage aziendale	20
Totale complessivo	60

Processo di valutazione

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

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

3. Ammissione

Il numero massimo di studenti ammessi al Master è 30; il numero minimo di iscritti per attivarlo è invece di 15 unità.

La partecipazione al Master in Sviluppo Locale è subordinata al superamento di una prova di selezione basata su tre parametri: test psico - attitudinali, colloqui motivazionali e valutazione del curriculum.

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

4. Per informazioni contattare:

- Sito web: <http://economia.unipr.it/master.htm>
- Segreteria organizzativa : Luna Fragomeni Tel.: 0522-576911; Fax: 0522-577508; e-mail: staff.cremeria@nettuno.it
- Docente di riferimento: Prof. Guglielmo Wolleb- Dipartimento di Economia, Tel.: 3383139082; Fax 0521-032402; e-mail: guglielmo.wolleb@unipr.it

I CORSI DI PERFEZIONAMENTO

Oltre ai Master Universitari illustrati in precedenza, la Facoltà di Economia ha promosso dei Master sul mercato e dei Corsi di perfezionamento.

Si tratta di prodotti connotati da un elevato livello qualitativo e volti a soddisfare le esigenze formative degli studenti che si apprestano ad entrare nel mercato del lavoro e necessitano di un addestramento. Il contenuto, la durata e le modalità di svolgimento sono variabili da corso a corso, potendo prescindere dai vincoli normativi dell'offerta universitaria tradizionale. Questa tipologia di corsi si connota però per la possibilità di coniugare l'apprendimento tradizionale con l'apprendimento attivo; lo studente diventa protagonista della sua crescita culturale attraverso un impegno operativo che si sviluppa durante tutta la fase di aula e che viene poi completato da un lungo stage. Gli stage vengono offerti da imprese industriali di marca e insegne commerciali, anche per valutare la persona e procedere poi ad un eventuale inserimento. Questi corsi si rivolgono sia ai laureati di Economia sia ai laureati di altre facoltà, che intendono integrare le loro competenze per accedere più facilmente sul mercato del lavoro.

“MASTER IN MARKETING MANAGEMENT” QUINTA EDIZIONE

Referente: Prof. Guido Cristini

1. Obiettivo

Il Master in Marketing Management nasce da una collaborazione tra l'**Università degli Studi di Parma** e la Business School de “**Il Sole 24 ORE**”.

Dal 2004 il Master è patrocinato da **INDICOD-ECR**, associazione di categoria senza scopo di lucro che raggruppa aziende industriali e distributive operanti nel settore dei beni di largo consumo. Ad essa fanno capo, su base volontaria, oltre 28 mila imprese, che complessivamente sviluppano un giro d'affari di circa 106 miliardi di euro.

Il corso è diretto a consentire ai partecipanti di:

- completare il livello di preparazione universitaria tramite l'assunzione di **competenze specialistiche** sui temi relativi alle strategie e alle politiche di marketing;
- acquisire la conoscenza di **strumentazioni e management tools** esplicativi alle azioni di marketing;
- **valorizzare le capacità individuali** in modo da favorire l'inserimento dei partecipanti in azienda in posizioni connotate da elevate responsabilità;
- assicurare una costante **relazione con la business community**.

2. Attività formativa

Articolazione generale dell'attività formativa

Il corso prevede un percorso formativo di complessive **2000 ore**, delle quali 800 di aula e 600 di stage in azienda per la realizzazione del Field Project. A queste ore di didattica e di stage devono essere aggiunte 600 ore di studio individuale per la preparazione alle verifiche e la realizzazione dei progetti di lavoro.

I primi sei mesi del corso sono dedicati alla fase di aula. Alla fine di tale periodo i partecipanti sono chiamati a presentare un Piano di Marketing volto a verificare il grado di apprendimento maturato e la capacità di ottenere risultati mediante l'apporto del gruppo. Dal mese di maggio partono i Field Projects che si sviluppano nei successivi quattro mesi presso le sedi delle imprese partners dell'iniziativa.

Il Master si chiude con la presentazione, in forma pubblica, dei risultati dei Field Project in contraddittorio con i docenti ed i manager coinvolti nell'attività di tutorship.

Moduli didattici

Il programma relativo alla fase di aula del corso si articola in 23 moduli didattici della durata di una settimana ciascuno.

L'offerta formativa può essere suddivisa in cinque distinte aree:

- **Foundations:**

Comportamento Organizzativo e Team Building, Economics di base e contesto competitivo, Personal Computing e Data Mining, Tecniche quantitative per il marketing, Analisi e Valutazioni Economico-Finanziarie;

- **Environment Competence:**

Marketing Strategico, Consumer Analysis, Trade Overview,

Marketing Agro-Alimentare e Politiche di Filiera, Marketing Intelligence, Logistica e Supply Chain, Web Marketing, Marketing Organization;

- **Marketing Core Competence:**

Trade Marketing, Innovazione e Product Management, Pricing Policy, Comunicazione, Pianificazione Media, Database Marketing e Customer Relationship Marketing, Retail Marketing, Rapporti di canale e Vertical Strategy, In Store Marketing, Budgeting e Sistemi di Controllo per il Marketing;

- **Marketing Plan e Public Speaking:**

Presentazione di un Piano di Marketing: analisi e valutazione dell'efficacia espositiva scritta e orale.

- **Business English:**

Il corso viene articolato in due livelli a seconda delle competenze linguistiche iniziali possedute dai partecipanti.

Processo di valutazione e attestato finale

Durante il corso sono previsti **due momenti di verifica** volti a fornire a Docenti e Partecipanti un puntuale ritorno circa l'efficacia del processo di apprendimento svolto in aula.

La **prima** valutazione si svolge all'inizio del mese di gennaio e riguarda le tematiche in precedenza affrontate.

La **seconda** si svolge in aprile ed attiene al secondo blocco del programma.

Al processo di verifica si aggiunge anche la valutazione del **Marketing Plan** realizzato a livello di gruppi di lavoro.

Alla fine della fase di stage, la valutazione inerente l'operato del partecipante in azienda spetta invece al manager aziendale al quale viene affidata la tutorship.

Al termine del corso, ai partecipanti che hanno superato le prove di esame previste ed elaborato il progetto in azienda, viene consegnato

un **diploma** nel quale si attesta la valutazione complessiva ottenuta nel corso dell'intero processo formativo.

3. Comitato Scientifico

Il Master in Marketing Management si avvale di un Comitato Scientifico costituito da docenti di marketing di alcune tra le più prestigiose Università italiane.

Compito prioritario del Comitato è quello di **supervisionare l'impianto progettuale** delle diverse aree disciplinari in cui è articolato il percorso didattico.

Fanno parte di tale Comitato i seguenti Accademici:

Prof. Riccardo Varaldo - Scuola Superiore di Studi S. Anna di Pisa - Presidente;

Prof. Umberto Collesei - Università "Ca' Foscari" di Venezia;

Prof. Gianni Cozzi - Università degli Studi di Genova;

Prof. Gennaro Cuomo - Università "La Sapienza" di Roma;

Prof. Giancarlo Ferrero - Università degli Studi di Urbino;

Prof. Riccardo Lanzara - Università degli Studi Pisa;

Prof. Gianpiero Lugli - Università degli Studi di Parma;

Prof. Alberto Marcati - Università "L.U.I.S.S." di Roma.

4. Steering Committee Aziendale

Dal 2003 è stato costituito uno Steering Committee al quale **partecipano i managers delle imprese che supportano il Master** attraverso il riconoscimento di borse di studio e di stages aziendali nonché la presenza di testimonianze qualificate.

Tra i principali compiti di tale Comitato si segnalano il coinvolgimento dei managers nella fase didattica, la ricerca dei tutors aziendali da affiancare ai partecipanti durante i Field Projects, la definizione dei profili ricercati per lo stage e le eventuali opportunità di placement.

Lo Steering Committee è presieduto dal Direttore del Master Prof. Guido Cristini ed è costituito dai Responsabili delle Risorse Umane e Responsabili di linea delle seguenti Imprese:

Barilla
Carrefour
Fater
Ferrero
Gruppo Auchan
Henkel
L'Oreal
Nestlè
Partesa
Procter & Gamble
Unilever

5. Ammissione

La Quinta Edizione del Master prende **avvio il 27 settembre 2004** per concludersi il 9 settembre del 2005.

La partecipazione al Master è riservata ad un massimo di 40 giovani laureati e/o laureandi in qualsiasi disciplina. La selezione dei candidati viene realizzata attraverso i seguenti criteri:

- titolo di studio e votazione conseguita;
- conoscenza delle lingue straniere;
- test psico-attitudinale, test lingua inglese, test logico-matematico;
- eventuale esperienza di lavoro;
- colloquio di gruppo e/o individuale.

6. Imprese Partners

Alfawassermann, Amps, Auchan, Barilla, Battistero, Bolton Group, Bonduelle, Buongiorno Vitaminic, Carrefour, Castorama, Catalina Marketing, Chiesi Farmaceutici, Chr Hansen, Coccinelle, Colgate Palmolive, Conad, Consodata, Coop, Coty, Dalter, Gruppo Danone,

Davines, Eridania Sadam, Eurisko, Fater, Ferrero, Fondazione Cassa di Risparmio di Parma, Galbani, GFK – IHA, GPF & Associati, Granarolo, Granmilano, Greci Industria Alimentare, Gruppo Coin, Gruppo Pam, Henkel, Il Sole 24 Ore, Indicod, Infomobility, Interdis, Information Resources, Leaf Italia, L'Oreal, Lince, Masterfoods, Metro, Mindshare, Montorsi, Nerosubianco, Nestle', Panem, Paramount, Parmacotto, Parmalat, Partesa, Procter & Gamble, Richemont, Rosenthal, Selex, Sixty, TIM Telecomunicazioni, Trade Lab, Unigrana, Unilever, Wind Telecomunicazioni, Ysl Beaute.

7. Per informazioni contattare:

- Sito web: www.mastermarketingmanagement.it

oppure www.unipr.it

www.24oreformazione.com

- e-mail: master@unipr.it
- Tutor: Dott.ssa Enza Odorisio – Dipartimento di Economia; Tel.: 0521-906508;
- Segreteria organizzativa : Master in Marketing Management Tel.: 0521 906508 – Fax: 0521 906508, e-mail: master@unipr.it; Servizio Clienti della Business School - Il Sole 24 Ore: 02 3022.3811/3906 - Fax: 02 3022.2059/3378/4462; e-mail: segreteria.scuola@ilsole24ore.com
- Docente di riferimento: Prof. Guido Cristini - Dipartimento di Economia; Tel.: 0521-906508; e-mail: master@unipr.it

“MARKETING DELL’INFORMAZIONE”
III edizione
in collaborazione con
SOMEDIA - Gruppo Editoriale “La Repubblica”

**Referenti: Prof.ssa Cristina Ziliani, Proff. Andrea Cerioli,
Gianpiero Lugli e Valentino Gandolfi**

1. Obiettivo

Il Master in Marketing dell’Informazione, giunto con successo alla III edizione e completamente rinnovato anche grazie alla prestigiosa collaborazione del principale gruppo editoriale italiano “L’Espresso-La Repubblica”, si propone di formare un profilo professionale con competenze integrate nelle aree del marketing, dell’analisi dei dati e delle informazioni, e nelle tecnologie informatiche, con particolare attenzione al Web.

Tale profilo di “esperto nel trattamento ed analisi delle informazioni” sarà in grado di ricoprire diversi ruoli all’interno delle imprese, private e pubbliche, dei centri di ricerca e di altre istituzioni, nelle funzioni che vanno dal marketing al commerciale, dai sistemi informativi al CRM (customer relationship management), dal customer service alla comunicazione e alla logistica.

Tra gli sbocchi più innovativi, i profili formati dal Master possono aspirare a ricoprire le seguenti posizioni: Internet marketing manager, customer relationship manager, database marketing manager, data analyst, website manager, data miner, web miner ed altri.

Specificamente, il Master in Marketing dell’Informazione prevede da un lato lo sviluppo in chiave specialistica delle basi economiche, in particolare del marketing e delle strategie competitive e, dall’altro lato, l’apprendimento delle logiche e degli strumenti per la raccolta, l’elaborazione e l’interpretazione delle informazioni di mercato, con particolare attenzione alle informazioni sulla clientela finale

organizzate in forma di database. Per questa ragione sono approfonditi gli strumenti analitici e le tecniche di data mining e, alla luce della crescente rilevanza di Internet come fonte di dati e luogo competitivo, anche di web mining.

Il Master in Marketing dell'Informazione si prefigge di formare profili professionali le cui competenze siano in linea con le esigenze delle aziende operanti nei campi specialistici del marketing diretto, database management, marketing digitale e marketing interattivo. Per questa ragione i casi aziendali, le testimonianze e il taglio della didattica faranno sovente specifico riferimento a tali settori e tali imprese, sia a livello italiano sia, ove possibile, a livello europeo.

Per la natura interdisciplinare dei suoi contenuti, per l'attenzione dedicata agli sviluppi "di frontiera" del marketing, e alle esigenze delle aziende che operano nei settori avanzati e specialistici del marketing quali analisi dei dati, geomarketing, new media, direct e database marketing, il Master in Marketing dell'Informazione è l'unico Master in Italia ad essere stato insignito da FEDMA (la Federazione Europea delle aziende che operano nel Marketing Diretto e Interattivo) della possibilità di rilasciare, oltre al titolo di Master Universitario, anche lo "European Diploma in Database Marketing".

I contenuti e la struttura del Master sono mantenuti a livelli di eccellenza e soprattutto aggiornati ogni anno con nuovi temi e testimoni di respiro europeo grazie alla supervisione del PEEAC (Pan-European Education and Assessment Committee) un panel internazionale di accademici ed esperti nelle aree del marketing basato sull'informazione, e grazie anche all'allargamento della faculty a docenti provenienti attraverso il progetto Socrates da altre università della UE, in particolare Ghent (Belgio) e Pardubice (Repubblica Ceca).

2. Attività formativa

Articolazione generale dell'attività formativa

Il percorso di studi del Master in Marketing dell'Informazione si compone di due parti, per un totale di 1500 ore di studio e lavoro.

La prima parte è svolta in aula secondo modalità didattiche che integrano lezioni di tipo tradizionale con didattica interattiva, sotto forma di discussione di casi, esercitazioni in laboratorio di informatica e in aula multimediale, testimonianze di esperti e manager aziendali, realizzazione di lavori di gruppo. Società leader nei sistemi avanzati di analisi dei dati, quali SPSS e Consodata Marketing Intelligence saranno presenti con i loro esperti per formare gli allievi all'utilizzo dei software più sofisticati disponibili sul mercato.

La seconda parte del percorso formativo vede l'inserimento degli allievi in azienda per un periodo di stage della durata non inferiore a tre mesi o lo studio di un caso aziendale e, contestualmente, richiede lo svolgimento di un project work finalizzato da parte degli allievi.

Moduli didattici

- a. Direct, data base e internet marketing
- b. Analisi di mercato e geomarketing
- c. Economia della conoscenza e strategia competitiva
- d. Previsione della domanda e supply chain management
- e. Comunicazione e new media
- f. Informatica per internet
- g. Sistemi informativi per il marketing
- h. Analisi dei dati e data mining
- i. Modelli statistici per il web mining
- j. Costruzione e gestione dei siti web
- k. Prova finale (project work/stage)

Processo di valutazione e titolo conseguito

La prova finale consiste nella discussione dell'elaborato redatto in forma scritta (project work) a conclusione dello stage aziendale o dello studio di un caso aziendale.

3. Ammissione

Il Master è rivolto ad un numero massimo di 40 partecipanti e verrà attivato al raggiungimento di un numero minimo di 15 iscritti. Le iscrizioni si apriranno nel mese di settembre 2004 e le selezioni avverranno nel mese di ottobre. La partenza del corso è prevista per il mese di novembre 2004.

Possono accedere al Master in Marketing dell'Informazione i titolari di:

- Laurea triennale della classe 17 o 28;
- Laurea quadriennale in Economia;
- Laurea triennale o quadriennale in:
 - Ingegneria gestionale
 - Scienze statistiche ed economiche
 - Scienze politiche (indirizzo economico)
 - Scienze della comunicazione.

4. Per informazioni contattare:

- Dipartimento di Economia; Tel.: 0521-032487; Fax: 0521-032529 e 032393; e-mail: masterinfo@unipr.it
- Docenti di riferimento:
 - Prof.ssa Cristina Ziliani - Dipartimento di Economia; Tel: 0521-032012; e-mail: cristina.ziliani@unipr.it
 - Prof. Andrea Cerioli - Dipartimento di Economia; Tel.: 0521-032491; e-mail: andrea.cerioli@unipr.it;
 - Prof. Valentino Gandolfi - Dipartimento di Economia; Tel.: 0521-032438; e-mail: valentino.gandolfi@unipr.it

CORSO DI “CONSULENZA AVANZATA NEL COMPARTO ASSICURATIVO”

Referente: Prof. Claudio Cacciamani

1. Obiettivo

Il corso fornisce le competenze e le tecniche per un'efficace consulenza ed offerta di soluzioni e coperture assicurative alla clientela costituita da aziende ed enti pubblici.

2. Attività formativa

Articolazione generale dell'attività formativa

La didattica è di tipo attivo e comprende lezioni teoriche, testimonianze di intermediari ed esperti di risk management e studio di casi e problemi concreti.

Il programma prevede sessioni di 4 ore ciascuna nei giorni di venerdì e sabato (mattina).

Moduli didattici

L'attività formativa prevista è organizzata secondo 7 moduli didattici:

- introduzione - fondamenti di bilancio di società ed enti pubblici, tecniche di marketing per aziende ed enti pubblici, fondamenti di diritto societario - (5 sessioni);
- rischi property (12 sessioni);
- rischi da interruzione di attività (3 sessioni);

- rischi da responsabilità civile (7 sessioni);
- prodotti assicurativi per dipendenti, dirigenti e amministratori (5 sessioni);
- assicurazione dei rischi e creazione di valore per gli azionisti (1 sessione);
- tecniche di comunicazione in relazione all'attività di marketing (3 sessioni).

Processo di valutazione e attestato finale

Al termine del corso è prevista una prova scritta finale e, in caso di esito positivo, il rilascio di un diploma di partecipazione.

Il corso, previa approvazione del Consiglio di Facoltà, può fornire crediti formativi universitari da utilizzare per il conseguimento di una Laurea triennale o specialistica.

3. Per informazioni contattare:

- Sito web: www.uniparmassicurazioni.it
- Tutor: Dott.ssa Maria Spataro – E-mail: maria.spataro@uniparmassicurazioni.it
- Coordinatore: Dott.ssa Federica Ielasi – Dipartimento di Economia; Tel.: 0521-032462; Fax: 0521-902397; e-mail: ielasi@nemo.unipr.it, federica.ielasi@uniparmassicurazioni.it
- Docente di riferimento: Prof. Claudio Cacciamani - Dipartimento di Economia; Tel.: 0521-032506; e-mail: claudio.cacciamani@unipr.it

CORSO DI “CONSULENZA GLOBALE ALLA CLIENTELA RETAIL”

Referente: Prof. Claudio Cacciamani

1. Obiettivo

Si tratta di un corso di specializzazione che fornisce le competenze e le tecniche per un'efficace consulenza ed offerta di soluzioni finanziarie e coperture assicurative alla clientela retail.

2. Attività formativa

Articolazione generale dell'attività formativa

La didattica è di tipo attivo e comprende lezioni teoriche, testimonianze di intermediari ed esperti di risk management e studio di casi e problemi concreti.

Il programma prevede sessioni di 4 ore ciascuna nei giorni di venerdì (pomeriggio) e sabato (mattina).

Moduli didattici

L'attività formativa prevista è organizzata secondo 4 moduli didattici:

- analisi del mercato;
- conoscenze tecnico professionali;
- profili di marketing: le nuove tecnologie nel mercato retail;
- tecniche di comunicazione in relazione all'attività retail.

Processo di valutazione e attestato finale

Al termine del corso è prevista una prova scritta finale e, in caso di esito positivo, il rilascio di un diploma di partecipazione.

Il corso, previa approvazione del Consiglio di Facoltà, può fornire crediti formativi universitari da utilizzare per il conseguimento di una Laurea triennale o specialistica.

3. Per informazioni contattare:

- Sito web: www.uniparmassicurazioni.it
- Tutor: Dott.ssa Maria Spataro – E-mail: maria.spataro@uniparmassicurazioni.it
- Coordinatore: Dott.ssa Federica Ielasi – Dipartimento di Economia; Tel.: 0521-032462; Fax: 0521-032397; e-mail: ielasi@nemo.unipr.it, federica.ielasi@uniparmassicurazioni.it
- Docente di riferimento: Prof. Claudio Cacciamani - Dipartimento di Economia; Tel.: 0521-032506; e-mail: claudio.cacciamani@unipr.it

CORSO DI “FINANZA IMMOBILIARE”

Referente: Prof. Claudio Cacciamani

1. Obiettivo

Il corso si propone di fornire le competenze e le tecniche basilari di approccio finanziario alla realtà degli investimenti immobiliari. Particolare attenzione viene data alla gestione di investitori istituzionali e di operatori professionali del settore.

Il corso si svolge a Milano, in collaborazione con Deutsche Bank Fondimmobiliari Sgr.

2. Attività formativa

Articolazione generale dell'attività formativa

La didattica è di tipo attivo e comprende lezioni teoriche, testimonianze di professionisti di primario standing del mercato immobiliare e studio di casi e problemi concreti.

Il programma prevede sessioni di 4 ore ciascuna nei giorni di venerdì (pomeriggio) e sabato (mattina).

Moduli didattici

L'attività formativa prevista è organizzata secondo 4 moduli didattici:

- a. La valutazione finanziaria degli investimenti;
- b. Il trattamento del rischio nelle operazioni immobiliari;
- c. Le problematiche di assicurazione dei rischi nelle operazioni immobiliari;

- d. La gestione professionale dei portafogli real-estate: i fondi comuni di investimento immobiliari, i fondi pensione e le casse di previdenza.

Processo di valutazione e attestato finale

Al termine del corso è prevista una prova scritta finale e, in caso di esito positivo, il rilascio di un diploma di partecipazione.

Il corso, previa approvazione del Consiglio di Facoltà, può fornire crediti formativi universitari da utilizzare per il conseguimento di una Laurea triennale o specialistica.

3. Per informazioni contattare:

- Sito web: www.uniparmassicurazioni.it
- Tutor: Dott.ssa Maria Spataro – E-mail: maria.spataro@uniparmassicurazioni.it
- Coordinatore: Dott.ssa Federica Ielasi – Dipartimento di Economia; Tel.: 0521-032462; Fax: 0521-032397; e-mail: ielasi@nemo.unipr.it, federica.ielasi@uniparmassicurazioni.it
- Docente di riferimento: Prof. Claudio Cacciamani - Dipartimento di Economia; Tel.: 0521-032506; e-mail: claudio.cacciamani@unipr.it

CORSO PER “ESPERTO IN GESTIONE NEL SETTORE DISTRIBUZIONE BEVERAGE” (SESTA EDIZIONE HO.RE.CA DISTECH)

Referente : Prof. Davide Pellegrini

1. Obiettivo

Il corso è diretto a formare imprenditori, manager e tecnici con competenze specialistiche nel settore della distribuzione bevande e a preparare figure con professionalità adeguate per favorirne l'inserimento nelle aziende della produzione e della distribuzione all'ingrosso.

2. Attività formativa

Articolazione generale dell'attività formativa

Il corso HO.RE.CA DISTECH è realizzato dalla Associazione per la Formazione nella Distribuzione Beverage (AFDB) con la collaborazione dell'Università di Parma e dell'ICN Institut Commercial de Nancy (Università di Nancy 2).

Il corso prevede 6 mesi di formazione teorica in aula presso la Facoltà di Economia e periodi di apprendimento pratico presso le aziende sponsor e i soci AFDB articolato in 3 stage per la durata di circa 5 mesi. La frequenza è obbligatoria a tempo pieno e le lezioni si tengono presso la Facoltà di Economia dell'Università di Parma.

Quali docenti in aula sono previsti consulenti, formatori ed esperti del settore beverage di fama internazionale provenienti dal mondo universitario italiano e francese. Sono altresì previste testimonianze aziendali dei soci della AFDB.

Moduli didattici

Il programma comprende i seguenti moduli didattici:

- settore beverage e la professione del grossista;
- contabilità, finanza e controllo di gestione;
- marketing e vendite;
- logistica e informatica;
- introduzione all'impresa e sviluppo del personale;
- diritto e fiscalità

Processo di valutazione e attestato finale

Sono previste prove di valutazione ed esami. Al termine del corso è rilasciato il certificato francese di Licence d'Etat ed un diploma di frequenza dell'Università degli Studi di Parma.

3. Ammissione

Il corso è rivolto a 25 candidati che siano in possesso di una frequenza universitaria almeno biennale e/o di esperienza lavorativa nel settore beverage.

4. Per informazioni contattare:

- Pagina Web: <http://economia.unipr.it/docenti/horeca.htm>
- Tutor e segreteria organizzativa: Dott. Roberta Giorgetti – Dott. Raffaella Bellani – Dipartimento di Economia; Tel. 0521-032015; fax: 0521-032393; e-mail: horeca@unipr.it
- Docente di riferimento: Prof. Davide Pellegrini - Dipartimento di Economia; Tel.: 0521-032011; e-mail: davide.pellegrini@unipr.it

CORSO DI “FINANZA AZIENDALE”

(PIANIFICAZIONE E CONTROLLO DELLA GESTIONE REDDITUALE E FINANZIARIA)

Referente : Prof. Eugenio Pavarani

1. Obiettivo

Oltre ai profili metodologici fondamentali, quali il controllo del fabbisogno finanziario e la sua programmazione nel tempo, il corso approfondisce i temi della valutazione degli equilibri economici e finanziari, della sostenibilità della crescita del fatturato, della convenienza degli investimenti. L'obiettivo è duplice. Da un lato, il corso si propone di sviluppare capacità di controllo anticipato degli equilibri gestionali. Dall'altro, si vuole sviluppare la capacità di presentare alle banche piani finanziari idonei ad ottimizzare le relazioni creditizie nella logica nuova prevista dagli Accordi di Basilea 2 in corso di introduzione nelle aziende di credito.

2. Attività formativa

Articolazione generale dell'attività formativa

Il corso è organizzato dalla Facoltà di Economia in collaborazione con l'Associazione dei Laureati in Economia presso l'Università di Parma (ALECUP). Il corso, tenuto da docenti della Facoltà, si articola in dieci sessioni che si terranno presso le aule della Facoltà di Economia, al sabato mattina, nel periodo autunnale. Gli incontri avranno un taglio prettamente operativo, affiancando all'enunciazione dei problemi, l'analisi di casi aziendali tratti dall'esperienza professionale dei docenti.

Moduli didattici

Il programma comprende i seguenti moduli didattici:

- performance reddituale e performance finanziaria;
- la rendicontazione finanziaria;
- la sostenibilità finanziaria della crescita dell'impresa;
- piani finanziari e budget di cassa;
- la sostenibilità economica e finanziaria degli investimenti;
- struttura finanziaria e valore;
- come monitorare la capacità della gestione di creare valore per gli azionisti;
- analisi finanziaria della performance: gli indici di bilancio;
- l'indebitamento a copertura di fabbisogni duraturi: leasing e mutui;
- gli strumenti per la gestione dei rischi.

Attestato finale

Al termine del corso è possibile acquisire un certificato di frequenza rilasciato dall'Università degli Studi di Parma.

3. Ammissione

Il corso è rivolto a non più di 30 iscritti con esperienza lavorativa nelle imprese o nelle banche, non necessariamente nell'area del corporate finance.

4. Per informazioni contattare:

- Sito web:
www.unipr.it/arpa/facecon/Pavarani/pavarani.htm
- Tutor: Dott. Andrea Vitali ; e-mail: andrevit@tin.it
- Segreteria organizzativa ed iscrizioni: Junior Enterprise;

Tel.: 0521- 902401; Fax: 0521- 902400; e-mail:
info@jeparma.it

- Docente di riferimento: Prof. Eugenio Pavarani -
Dipartimento di Economia; Tel.: 0521-032483; e-mail:
eugenio.pavarani@unipr.it