



- **CORSI DI LAUREA**
- **DIDATTICA**
- **SERVIZI**
- **SBOCCHI PROFESSIONALI**

**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PARMA**



**GUIDA  
ALLE  
LAUREE  
SPECIALISTICHE**

# **Facoltà di Economia**

**Anno accademico 2005/2006**

## INDICE

INTRODUZIONE ALLA LAUREA SPECIALISTICA	<i>pag. 7</i>
LE LAUREE SPECIALISTICHE DELLA FACOLTÀ DI ECONOMIA	<i>pag. 9</i>
INFORMAZIONI GENERALI IMPORTANTI	<i>pag. 9</i>
• L'ESAME DI LAUREA SPECIALISTICA	<i>pag. 13</i>
- CRITERI DI VALUTAZIONE	<i>pag. 13</i>
- NORME GENERALI	<i>pag. 15</i>
<b>LAUREA SPECIALISTICA IN AMMINISTRAZIONE E DIREZIONE AZIENDALE</b>	
<i>Obiettivi formativi</i>	<i>pag. 17</i>
<i>Sbocchi professionali</i>	<i>pag. 18</i>
<i>Struttura del corso</i>	<i>pag. 18</i>
<i>Ammissione</i>	<i>pag. 20</i>
<i>Per informazioni contattare</i>	<i>pag. 21</i>
<i>Contenuti dei corsi</i>	<i>pag. 21</i>
• Bilancio consolidato	<i>pag. 22</i>
• Bilancio degli enti pubblici	<i>pag. 23</i>
• Costi per le decisioni aziendali	<i>pag. 25</i>
• Diritto della proprietà intellettuale	<i>pag. 27</i>
• Diritto delle procedure concorsuali	<i>pag. 28</i>
• Diritto tributario	<i>pag. 29</i>
• Econ. dei gruppi, delle concentrazioni e delle cooperazioni aziendali	<i>pag. 30</i>
• Economia delle operazioni di gestione straordinaria	<i>pag. 32</i>
• Economia industriale 2	<i>pag. 34</i>
• Elementi di economia tributaria	<i>pag. 35</i>
• Istituzioni e dottrine economico-aziendali comparate	<i>pag. 36</i>
• Profili giuridici della governance e delle operazioni straordinarie	<i>pag. 38</i>
• Programmazione e controllo delle aziende pubbliche	<i>pag. 40</i>
• Sistemi di governance e revisione aziendale	<i>pag. 42</i>
• Sistemi direzionali di programmazione e controllo	<i>pag. 44</i>
• Statistica aziendale e analisi dei dati	<i>pag. 46</i>
• Storia delle imprese	<i>pag. 48</i>
• Tax planning internazionale	<i>pag. 50</i>
• Temi speciali di bilancio	<i>pag. 52</i>

## **LAUREA SPECIALISTICA IN FINANZA E RISK MANAGEMENT**

<i>Obiettivi formativi</i>	<i>pag. 55</i>
<i>Sbocchi professionali</i>	<i>pag. 56</i>
<i>Struttura del corso</i>	<i>pag. 56</i>
<i>Ammissione</i>	<i>pag. 58</i>
<i>Per informazioni contattare</i>	<i>pag. 59</i>
<i>Contenuti dei corsi</i>	<i>pag. 59</i>
• Analisi finanziaria	<i>pag. 60</i>
• Controllo strategico degli intermediari finanziari	<i>pag. 62</i>
• Credit risk management	<i>pag. 64</i>
• Diritto dei mercati finanziari	<i>pag. 66</i>
• Diritto tributario per le decisioni finanziarie	<i>pag. 69</i>
• Economia dei mercati finanziari	<i>pag. 72</i>
• Finanza applicata	<i>pag. 73</i>
• Finanza delle assicurazioni e della previdenza	<i>pag. 75</i>
• Gestione delle imprese di assicurazione	<i>pag. 77</i>
• Gestione dei rischi finanziari	<i>pag. 79</i>
• Gestione dei rischi finanziari delle imprese	<i>pag. 81</i>
• Gestione del rischio	<i>pag. 83</i>
• Gestione del rischio – corso progredito	<i>pag. 85</i>
• Lingua inglese – corso progredito	<i>pag. 86</i>
• Matematica per la finanza	<i>pag. 87</i>
• Metodi e modelli per gli strumenti finanziari	<i>pag. 89</i>
• Previsioni finanziarie	<i>pag. 90</i>
• Rischi operativi aziendali	<i>pag. 91</i>
• Statistica dei mercati finanziari - corso progredito	<i>pag. 93</i>
• Storia dei mercati finanziari	<i>pag. 95</i>
• Strumenti avanzati di gestione finanziaria	<i>pag. 97</i>
• Tecnica delle assicurazioni	<i>pag. 99</i>

## **LAUREA SPECIALISTICA IN SVILUPPO LOCALE, COOPERAZIONE E MERCATI INTERNAZIONALI**

<i>Obiettivi formativi</i>	<i>pag. 101</i>
<i>Sbocchi professionali</i>	<i>pag. 103</i>
<i>Struttura del corso</i>	<i>pag. 104</i>
<i>Per informazioni contattare</i>	<i>pag. 107</i>
<i>Contenuti dei corsi</i>	<i>pag. 107</i>

• Analisi della filiera settoriale	<i>pag. 109</i>
• Analisi delle politiche pubbliche	<i>pag. 111</i>
• Diritto e politiche delle istituzioni locali	<i>pag. 113</i>
• Economia dell'ambiente	<i>pag. 114</i>
• Economia dell'azione collettiva	<i>pag. 115</i>
• Economia dello sviluppo locale	<i>pag. 116</i>
• Geografia dello sviluppo locale 2	<i>pag. 118</i>
• Le politiche della nuova programmazione	<i>pag. 119</i>
• Le politiche di coesione dell'Unione Europea	<i>pag. 121</i>
• Le politiche europee dei trasporti	<i>pag. 123</i>
• Le politiche urbane	<i>pag. 125</i>
• Lingua inglese – corso progredito	<i>pag. 127</i>
• Marketing del territorio	<i>pag. 128</i>
• Politiche di genere	<i>pag. 131</i>
• Politiche industriali per lo sviluppo	<i>pag. 132</i>
• Statistica applicata (economica e sociale)	<i>pag. 133</i>
• Storia dello sviluppo locale	<i>pag. 135</i>
• Turismo e marketing dei beni culturali	<i>pag. 136</i>
• Valutazione progetti e politiche pubbliche	<i>pag. 138</i>

**LAUREA SPECIALISTICA IN TRADE MARKETING  
E STRATEGIE COMMERCIALI**

<i>Obiettivi formativi</i>	<i>pag. 139</i>
<i>Sbocchi professionali</i>	<i>pag. 140</i>
<i>Struttura del corso</i>	<i>pag. 141</i>
<i>I rapporti con le imprese</i>	<i>pag. 142</i>
<i>Ammissione</i>	<i>pag. 144</i>
<i>Per informazioni contattare</i>	<i>pag. 145</i>
<i>Contenuti dei corsi</i>	<i>pag. 146</i>
• Analisi dei modelli di consumo	<i>pag. 147</i>
• Analisi delle statistiche di vendita	<i>pag. 149</i>
• Contratti di vendita e distribuzione nel commercio internazionale	<i>pag. 151</i>
• Data mining per il marketing	<i>pag. 153</i>
• Diritto della legislazione commerciale	<i>pag. 155</i>
• Diritto della negoziazione	<i>pag. 157</i>
• Economia dei comportamenti competitivi	<i>pag. 159</i>
• Economia del category management	<i>pag. 160</i>

- Economia del micromarketing *pag. 162*
- Economia dell'informazione e della pubblicità *pag. 164*
- Econ. e marketing dell'innovazione di prodotto nella distribuzione *pag. 165*
- In store marketing *pag. 167*
- Metodi per la logistica commerciale *pag. 169*
- Origine e sviluppo dei sistemi distributivi europei *pag. 170*
- Politiche di prezzo *pag. 172*
- Politiche di vendita industriale *pag. 173*
- Risk management e cessione dei crediti *pag. 175*
- Sistemi di pianificazione e controllo delle vendite *pag. 176*
- Strategie di comunicazione e promozione delle imprese commerciali *pag. 178*

*CALENDARIO ATTIVITA' DIDATTICA 2005-2006* *pag. 180*

## INTRODUZIONE ALLA LAUREA SPECIALISTICA

La riforma universitaria ha introdotto una nuova impostazione degli studi universitari, alla quale si fa spesso riferimento come “3 + 2”.

Oggi vi sono due livelli di laurea:

- la laurea (cosiddetta triennale), cui si accede con il diploma di scuola media superiore, che ha durata triennale, durante la quale lo studente consegue 180 Crediti Formativi Universitari (CFU);
- la laurea specialistica, cui si accede solo dopo avere conseguito la laurea triennale, che dura due anni durante i quali lo studente deve conseguire 120 Crediti Formativi Universitari (CFU).

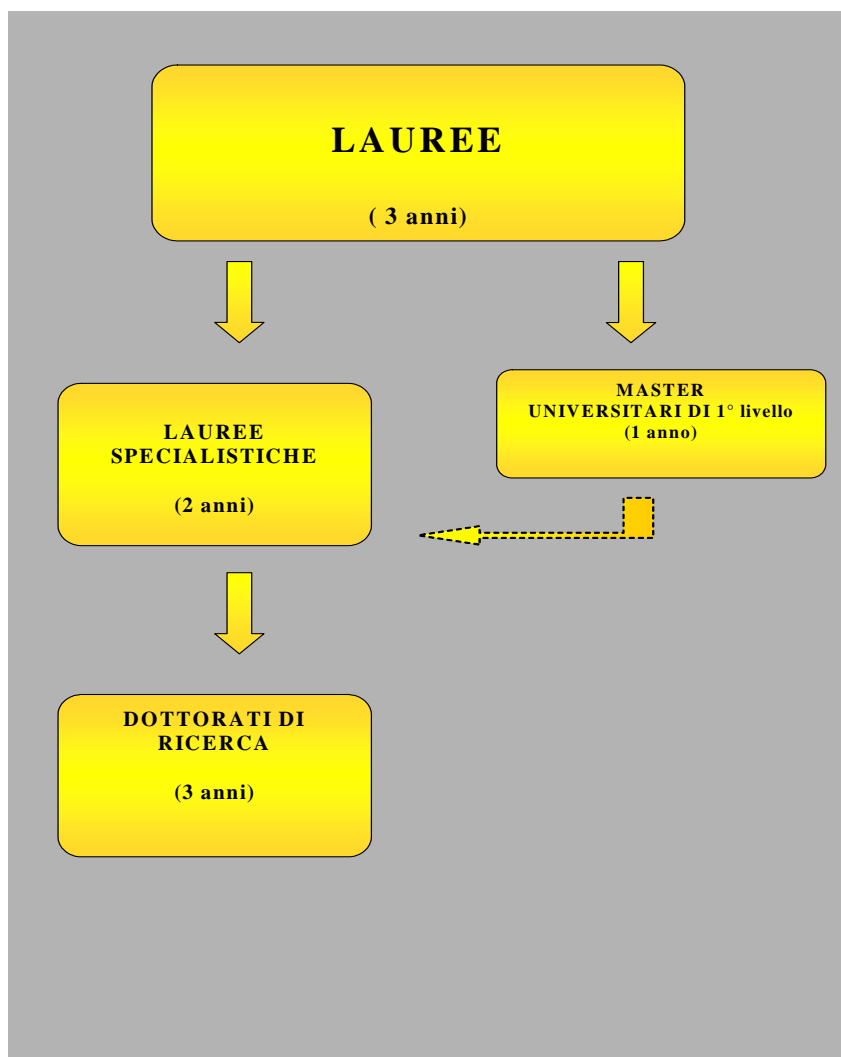
Al termine della laurea triennale lo studente può accedere, in alternativa alla laurea specialistica, ad un master universitario di primo livello, che consiste in un corso di formazione permanente della durata di circa un anno e fornisce un minimo di 60 CFU.

Al termine della laurea specialistica lo studente può, invece, accedere ai master di secondo livello o, tramite concorso pubblico, ai dottorati di ricerca. Per tutte le informazioni relative ai master e ai dottorati offerti dalla Facoltà di Economia si rinvia alla Guida specifica.

Al termine della laurea specialistica, lo studente avrà conseguito 300 CFU complessivi: di questi, 180 sono quelli già conseguiti per la laurea triennale, a meno che il percorso triennale alla base della laurea specialistica scelta non sia diverso dal proprio corso di laurea triennale di provenienza. In questo caso viene eventualmente riconosciuta solo una parte dei 180 CFU, e lo studente deve colmare i “debiti” che si porta dalla triennale prima di incominciare a sostenere esami nella specialistica, come illustrato nel prosieguo.

La presente Guida illustra il portafoglio di lauree specialistiche offerte dalla Facoltà di Economia dell'Università di Parma per l'anno accademico 2005/06.

L'OFFERTA FORMATIVA DELLA FACOLTA'  
DI ECONOMIA



## LE LAUREE SPECIALISTICHE DELLA FACOLTA' DI ECONOMIA

Per l'anno accademico 2005/06 la Facoltà di Economia di Parma ha attivato le seguenti lauree specialistiche:

- **Amministrazione e Direzione Aziendale** (Classe 84/s Scienze Economico-Aziendali)  
Referente: Prof.ssa Anna Maria Fellegara;
- **Finanza e Risk Management** (Classe 84/s Scienze Economico-Aziendali)  
Referente Prof.ssa Annamaria Olivieri;
- **Trade Marketing e Strategie Commerciali** (Classe 84/s Scienze Economico-Aziendali)  
Referente Prof. Daniele Fornari;
- **Sviluppo locale, Cooperazione e Mercati Internazionali** (Classe 64/s Scienze dell'Economia)  
Referente Prof. Guglielmo Wolleb.

## INFORMAZIONI GENERALI IMPORTANTI

Le **iscrizioni ai corsi** di laurea specialistica della Facoltà di Economia sono aperte dal 18 luglio al 30 settembre 2005.

Non vige il sistema del numero chiuso. Per l'ammissione, la Commissione che valuta le candidature stabilisce se lo studente, sulla base del percorso di laurea triennale che ha compiuto, sia in possesso dei 180 crediti necessari all'immatricolazione, e definisce gli eventuali debiti formativi che lo studente dovrà colmare per poter accedere ai corsi di laurea specialistici.



I criteri generali di ammissione sono i seguenti.

In linea di principio, i laureati triennali provenienti dalle Classi 17 e 28, sia dell'Ateneo di Parma sia di altri Atenei, sono ammessi senza debiti formativi alle lauree specialistiche delle classi 84/s e 64/s attivate dalla Facoltà di Economia. Sempre in linea di principio, i laureati triennali provenienti dalla Classe 35 sono ammessi senza debiti formativi alla laurea specialistica della Classe 64/s attivata dalla Facoltà di Economia.

Tuttavia, per garantire la proficua fruizione dei corsi di laurea specialistica, è opportuno che gli studenti che vi si immatricolano abbiano maturato durante il percorso triennale di provenienza alcune competenze distintive propedeutiche. Queste sono quantificate in un massimo di 10 CFU per i laureati nelle Classi 17 e 28 e, relativamente alla Cl. 64/s, di 20 CFU per i laureati nella Classe 35, e sono indicate specificamente nelle pagine dedicate a ciascuna laurea specialistica, alla voce "Ammissione".

Gli immatricolandi che abbiano già maturato tali competenze, avendo sostenuto i relativi esami durante i propri studi triennali, non hanno alcun obbligo.

Coloro che si trovano nella posizione di dover acquisire le sopra citate competenze distintive propedeutiche, sono ammessi con i debiti formativi ad esse corrispondenti. Tuttavia, chi si trova in questa posizione ha facoltà di utilizzare allo scopo i crediti liberi previsti dal corso di laurea specialistica prescelto, senza aumentare di conseguenza il numero degli esami da sostenere per ottenere la laurea specialistica stessa. Per informazioni maggiormente dettagliate, si veda la voce "Ammissione" nelle pagine dedicate a ciascuna laurea specialistica.

Per i laureati triennali con provenienze diverse da quelle sopra menzionate, il numero massimo di debiti formativi con cui si può essere ammessi alla Specialistica è 35. Oltre tale soglia si suppone che il percorso triennale già compiuto e i contenuti della specialistica prescelta siano troppo distanti tra loro per consentire una proficua fruizione dei corsi, da qui l'impossibilità di immatricolarsi nella specialistica ed il consiglio di intraprendere il nuovo percorso

iscrivendosi alla laurea triennale più coerente.

Possono immatricolarsi ai corsi di laurea specialistica anche gli studenti non ancora laureati alla data di chiusura delle iscrizioni (30 settembre). La loro iscrizione avverrà “sotto condizione” e potrà dirsi effettiva se lo studente si laureerà entro il 31 marzo 2006. Allo scopo la Facoltà di Economia ha istituito tre sessioni di laurea a dicembre 2005, febbraio 2006 e fine marzo 2006 per agevolare la conclusione dei percorsi triennali e l’ingresso a tutti gli effetti nelle specialistiche.

Gli studenti ammessi “sotto condizione” potranno frequentare gli insegnamenti, ma non potranno sostenere esami fino a che non avranno concluso il percorso triennale (fino alla data di laurea).

Gli studenti ammessi con debiti formativi non potranno sostenere esami fino a che non avranno sanato completamente i debiti stessi.

Gli studenti potranno sostenere da subito (comunque dopo avere conseguito la laurea e colmato gli eventuali debiti) le cosiddette “attività libere” previste nel curriculum del corso di laurea specialistica prescelto. Esse possono consistere nel sostenimento di esami a scelta od eventualmente in altre attività che dovranno essere preventivamente approvate dal Consiglio di corso di laurea su proposta dello studente. Per maggiori dettagli sulle attività libere si rimanda al paragrafo “struttura del corso” di ciascuna laurea specialistica ed al sito web della Facoltà alla pagina <http://economia.unipr.it/stage.asp>

Per quanto riguarda il conseguimento dei crediti delle attività libere tramite la modalità più consueta, cioè il superamento di esami a scelta, gli studenti possono attingere a qualsiasi insegnamento degli altri corsi di laurea specialistica della Facoltà, ovvero a insegnamenti che appartengono ad un indirizzo del corso di laurea specialistica frequentato dallo studente diverso da quello cui è iscritto. Gli insegnamenti opzionabili per ottenere i crediti assegnati alle attività libere sono inseriti in questa Guida.

Non è necessario “isciversi” all’insegnamento a scelta; è invece richiesta la prenotazione all’appello in cui si intende sostenere l’esame. L’esame relativo all’insegnamento a scelta selezionato dallo

studente può essere sostenuto in ciascun anno di corso, dal primo appello utile dopo lo svolgimento delle lezioni di quell'insegnamento.

Per l'iscrizione ed il ritiro della relativa modulistica occorre recarsi alla **Segreteria Studenti** (Via D'Azeglio, 85 Tel. 0521/032209 - 032516 - 032377/8; fax 0521/032227; e-mail: [segrstec@unipr.it](mailto:segrstec@unipr.it)).

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

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

Si richiama infine l'attenzione degli studenti che si immatricolano al primo anno di corsi di laurea specialistica, sul fatto che i relativi ordinamenti didattici potranno subire modificazioni conseguenti all'applicazione del D.M. 270/04.

## L'ESAME DI LAUREA SPECIALISTICA

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

- deposito del **titolo della tesi** presso la Segreteria studenti tramite consegna del relativo modulo **quattro mesi prima** della discussione;
- **consegna di tutta la documentazione** alla Segreteria Studenti per l'esame di laurea **un mese prima** della data di inizio indicata per la sessione di laurea;
- **superamento e registrazione dell'ultimo esame di profitto o di idoneità** almeno **10 giorni prima** della data di inizio indicata per la sessione di Laurea;
- **consegna della tesi** alla Segreteria Studenti della Facoltà perentoriamente **10 giorni prima** della data di inizio indicata per la sessione di Laurea e contestuale ritiro delle norme comportamentali per la cerimonia di proclamazione.
- La tesi, in **tre copie** scritta su fronte/retro e rilegata in cartoncino, dovrà riportare il nome del Relatore ed essere firmata dal laureando nell'ultima pagina del testo prima della Bibliografia.
- Il laureando, d'accordo con il relatore, può produrre il lavoro di tesi in formato digitale anziché cartaceo, ferma restando la copia cartacea per la Segreteria Studenti.

**N.B.:** Nel caso di sopravvenuto impedimento al sostenimento dell'esame di laurea, i laureandi devono darne tempestiva comunicazione alla Segreteria Studenti.

## CRITERI DI VALUTAZIONE DELLA TESI DI LAUREA SPECIALISTICA

La Commissione di Laurea, tenendo in considerazione le indicazioni espresse dalla Commissione Istruttoria, può assegnare fino ad un **massimo di 11 punti** così distribuiti:

- **fino a 6 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 3 punti;
- **1 punto a discrezione** che può essere assegnato dalla Commissione di Laurea sulla base della proposta della Commissione Istruttoria.

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

- **laurea specialistica / magistrale (a partire dalla sessione di ottobre 2005)**
  - per gli studenti in corso che si laureano nella sessione:
    - estiva e autunnale: 2,5 punti;
    - invernale (1° e 2° appello):1,5 punti;
    - primaverile:0,5 punti;
  - per gli studenti fuori corso: 0 punti.
- **il numero di lodi:**
  - 1 lode:0 punti;
  - 2 lodi: 0,5 punti;
  - 3 - 4 lodi:1 punto;
  - 5 lodi e oltre: 1,5 punti

I punteggi di tesi verranno sommati alla media ponderata (calcolata sulla base dei crediti dei singoli insegnamenti e convertita in centodecimi) dei voti degli esami sostenuti nell'ambito del Corso di Laurea Specialistica in modo da ottenere il punteggio finale di laurea espresso in centodecimi.

Alla media ponderata non concorreranno le valutazioni relative agli esami sostenuti dagli studenti come debiti formativi riconosciuti all'atto dell'immatricolazione alla Laurea Specialistica e i giudizi/valutazioni relativi alle attività di stage e tirocini.

Tale media, inoltre, verrà calcolata non tenendo conto del voto peggiore conseguito nell'ambito del percorso di studi della Laurea Specialistica per un massimo di 5 crediti.

L'assegnazione della lode nell'ambito della valutazione finale potrà avvenire per gli studenti in possesso di un curriculum degli studi meritevole e che hanno svolto un lavoro di tesi particolarmente buono. Per questo motivo l'assegnazione della lode dovrà essere espressamente richiesta dal Relatore in sede di Commissione Istruttoria e confermata dalla Commissione di Proclamazione. La Commissione di Proclamazione potrà decidere autonomamente l'assegnazione della lode nel caso in cui la sommatoria dei punteggi relativi alla media, alla carriera, alla tesi e al numero di lodi superi ampiamente i 110/110.

#### NORME GENERALI

La tesi di Laurea Specialistica dovrà consistere in un lavoro di approfondimento e di studio delle tematiche oggetto degli insegnamenti del Corso di Studi sia dal punto di vista teorico/concettuale sia attraverso verifiche di natura empirica.

Dato il numero di crediti riconosciuto nell'ambito del lavoro di tesi, quest'ultimo dovrà essere di particolare rilievo sia qualitativo che quantitativo (minimo 100 pagine).



## LAUREA SPECIALISTICA

in

### “AMMINISTRAZIONE E DIREZIONE AZIENDALE”

#### **Obiettivi formativi**

Gli obiettivi formativi della laurea specialistica in Amministrazione e Direzione Aziendale sono volti alla formazione di laureati che possiedano:

- un’approfondita conoscenza in ambito economico-aziendale e giuridico ottenuta attraverso la combinazione di discipline e di modalità di apprendimento che permettano loro di affrontare le problematiche aziendali nell’ottica integrata propria delle direzioni aziendali e della programmazione e della gestione del cambiamento;
- elevate capacità interdisciplinari, in particolare in ambito quantitativo e dell’economia che, congiuntamente alle competenze sviluppate in ambito economico-aziendale e giuridico, permettano di affrontare le problematiche aziendali in ottica integrata;
- una consolidata attitudine all’impiego delle metodologie, dei saperi e delle abilità necessarie a ricoprire posizioni di responsabilità nell’amministrazione e nel governo delle aziende, nonché a svolgere le libere professioni dell’area economica.

Il corso di laurea specialistica in Amministrazione e Direzione Aziendale si sviluppa secondo un piano degli studi coerente con il riconoscimento integrale dei crediti universitari acquisiti dagli studenti che abbiano completato gli studi attinenti alla laurea triennale in “Economia Aziendale” attivata presso la Facoltà di Economia dell’Università degli Studi di Parma.



### **Sbocchi professionali**

Il corso di laurea specialistica in Amministrazione e Direzione Aziendale intende formare laureati in Economia, orientati sia alle funzioni direzionali e amministrative d'azienda, sia alle attività libero professionali attinenti alla consulenza aziendale (commercialista, consulente economico-giuridico, revisore contabile, *internal auditor*, *investor relation manager*).

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

Nella prospettiva della riforma in atto, il corso di laurea specialistica costituisce anche la base formativa per l'accesso alla libera professione di commercialista e revisore contabile. Pertanto, gli Ordini Professionali dei Dottori Commercialisti e le Associazioni delle società di revisione saranno tra gli interlocutori privilegiati nel dialogo che accompagnerà lo svolgimento e l'implementazione del corso. Anche con essi, oltre che con dirigenti d'azienda, saranno costantemente verificati i contenuti degli insegnamenti e concordate attività formative di tirocinio o stage ad elevato contenuto operativo.

### **Struttura del corso**

Il percorso della laurea specialistica in Amministrazione e Direzione Aziendale si articola su due anni e prevede l'ottenimento di 120 crediti da parte dello studente, secondo il piano dei corsi a.a. 2005/2006 indicato nella tabella che segue.

PRIMO ANNO	CFU
Sistemi di governance e revisione aziendale (parte I – parte II)	9
Diritto tributario	4
Sistemi direzionali di programmazione e controllo	4
Statistica aziendale e analisi dei dati	6
Istituzioni e dottrine economico-aziendali comparate (ragioneria internazionale)	4
Tax planning internazionale	4
Costi per le decisioni aziendali	4
Bilancio degli enti pubblici	5
Diritto delle procedure concorsuali	5
Storia delle imprese	7
Bilancio consolidato	5
Economia dei gruppi, delle concentrazioni e delle cooperazioni aziendali	4
Attività formative scelte dallo studente (*)	9
SECONDO ANNO	
Profili giuridici della governance e delle operazioni straordinarie	5
Elementi di economia tributaria	5
Diritto della proprietà intellettuale	5
Economia delle operazioni di gestione straordinaria	4
Economia industriale II	5
Temi speciali di bilancio	5
Abilità diverse	2
Prova finale	19
Totale crediti	120

(\*) Attività formative a scelta dello studente – l’acquisizione dei 9 CFU può essere conseguita o scegliendo due o più insegnamenti tra quelli attivati nell’ambito di una laurea specialistica della Facoltà, oppure con attività extra-curricolari (quali stage, tirocini, ecc.) per le quali deve essere richiesta un’autorizzazione preventiva. A quest’ultimo riguardo si consulti il regolamento disponibile sul sito web della Facoltà (all’indirizzo <http://economia.unipr.it/stage.asp>). Qualora l’attività di tirocinio sia svolta presso un Dottore Commercialista sono riconoscibili sino a 11 CFU (comprendendo anche i 2 CFU relativi ad “Abilità diverse”) nell’ambito del cosiddetto Praticantato.

### **Ammissione**

Si vedano innanzitutto le Informazioni Generali Importanti. Specificamente per il corso di laurea specialistica in Amministrazione e Direzione Aziendale, sono ammessi senza debiti formativi i laureati triennali in Economia Aziendale della Facoltà.

Per i laureati triennali in possesso di un’altra laurea appartenente alla Classe 17 o alla Classe 28, conseguita presso la Facoltà di Economia dell’Università di Parma o in altro Ateneo, i debiti formativi sono fissati nella misura massima di 10 CFU, e specificamente si richiede il superamento degli esami dei seguenti insegnamenti:

**Economia Aziendale** (corso progredito) (60 ore)

oppure

**Programmazione e controllo** (30 ore) + **Metodologie e determinazioni quantitative d’azienda** (30 ore).

Lo studente che, nell’ambito del corso di studio di primo livello, abbia già sostenuto esami relativi ad insegnamenti con contenuto equivalente a quelli sopra specificati, è *ammesso senza debiti formativi* (o con un numero di debiti formativi ridotto in relazione all’attività già svolta).

Lo studente non laureato in Economia Aziendale presso la Facoltà di

Economia dell'Università di Parma che abbia completato il proprio curriculum con attività a scelta coerentemente con i criteri fissati per l'a.a. 2004/2005 per l'ammissione alla laurea specialistica in Amministrazione e Direzione Aziendale (così come riportati nella Guida alle Lauree Specialistiche per l'a.a. 2004/2005) è ammesso senza debiti formativi (o con un numero di debiti formativi ridotto in relazione all'attività già svolta).

**Per informazioni contattare:**

Annamaria Fellegara  
Professore Ordinario  
Dipartimento Di Economia  
Via Kennedy, 6 - 43100 Parma  
tel. 0521032492  
Pagina Web nel sito della Facoltà di Economia:  
<http://economia.unipr.it/docenti/FELLEGGARA>

**Contenuti dei corsi**

Per agevolare la piena comprensione dei contenuti formativi della laurea specialistica in Amministrazione e Direzione Aziendale, nel seguito si presentano sinteticamente i contenuti dei singoli corsi specificandone obiettivi, metodologie, crediti, modalità di esame e docente di riferimento, ove già nominato alla data in cui questa Guida va in stampa.

## **BILANCIO CONSOLIDATO**

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Stefano Azzali)

### **Obiettivi**

Il bilancio consolidato sempre più rappresenta 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 riferimento ai bilanci redatti dalle società capogruppo con titoli quotati nei mercati ufficiali.

### **Programma**

Il programma del corso di sviluppa sulle seguenti aree tematiche:

- I gruppi aziendali
- Il reddito e il capitale di gruppo
- Il bilancio consolidato
- L'area di consolidamento e le condizioni di omogeneità del sistema dei valori di gruppo
- La determinazione dell'avviamento e dei valori di pertinenza delle minoranze
- I redditi interni non realizzati e i valori reciproci
- Il prospetto di raccordo tra il bilancio della capogruppo e il bilancio consolidato
- L'equazione delle leva azionaria e il rapporto di indebitamento nei gruppi aziendali.

### **Testi d'esame**

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

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

### **Modalità di accertamento**

Prova scritta.

## **BILANCIO DEGLI ENTI PUBBLICI**

(30 ORE – 5 CFU)

(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 metodologie proprie di bilancio degli enti pubblici e dall'altro di comprendere i collegamenti tra il sistema delle rilevazioni e il sistema di programmazione e 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

**Testo d'esame**

ZANGRANDI A. (a cura di), *Contabilità e Bilancio negli Enti Pubblici*, Egea, Milano, 2005

**Modalità di accertamento**

Prova scritta.

## **COSTI PER LE DECISIONI AZIENDALI**

(30 ORE – 4 CFU)

(Prof.ssa Federica Balluchi)

### **Obiettivi**

Il corso affronta i temi di base relativi alla struttura ed al funzionamento dei sistemi di contabilità per le decisioni aziendali. 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**

Le caratteristiche e l'articolazione dei processi decisionali. La rilevanza dei costi per le decisioni in azienda: decisioni ricorrenti e non ricorrenti; decisioni di investimento; decisioni di impiego della capacità produttiva. La contabilità generale e la contabilità analitica: caratteristiche e finalità. Il concetto di costo e le sue possibili applicazioni. Approfondimento dei concetti fondamentali: classificazione, variabilità e imputazione dei costi. L'analisi costi-volumi-risultati. I sistemi di calcolo del costo di prodotto: la contabilità per centri di costo. Le configurazioni di costo. I sistemi contabili di rilevazione dei costi: dal *direct costing* al *full costing*. Calcolo dei costi a partire dalle "attività" aziendale: l'*activity based costing*. L'analisi differenziale e l'analisi della varianze.

### **Testi d'esame**

CINQUINI L., *Strumenti per l'analisi dei costi – Fondamentali di Cost Accounting*, Vol. 1, seconda edizione riveduta ed ampliata, Torino, Giappichelli, 2003.

GARRISON R., NOREEN E., *Programmazione e controllo (managerial accounting per le decisioni aziendali)*, Milano, McGraw-Hill, 2004.

Materiale didattico a cura del docente.



**Letture consigliate**

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

FACCHINETTI I., *Contabilità analitica, calcolo dei costi e decisioni aziendali: metodologie, soluzioni operative e casi*, Milano, IlSole24 Ore, 1997.

SELLERI L., *Contabilità dei costi e contabilità analitica: determinazioni quantitative e controllo di gestione*, 2a edizione aggiornata, Milano, Etas, 1999.

HORNGREN C. T., *Contabilità per la direzione*, Torino, Isedi, 1998.

**Modalità di accertamento**

Prova scritta con eventuale integrazione orale.

## **DIRITTO DELLA PROPRIETA' INTELLETTUALE**

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Luigi Mansani)

### **Obiettivi**

Il corso si propone di illustrare le regole che governano l'acquisto e l'esercizio dei diritti di proprietà intellettuale, 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**

- Marchi e altri segni distintivi
- Brevetti e design
- Concorrenza sleale
- Diritto d'autore
- Pubblicità ingannevole
- Diritti dei musei.

### **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 ed alcuni casi pratici.

### **Testi d'esame e modalità di accertamento**

Da definire. Si faccia riferimento alla pagina web del docente.

## **DIRITTO DELLE PROCEDURE CONCORSUALI**

(30 ORE – 5 CFU)

(Docente da definire)

### **Obiettivi**

Il corso è destinato a fornire allo studente un quadro complessivo degli istituti giuridici relativi alla crisi dell'impresa.

### **Programma**

Il programma del corso prevede la seguente articolazione:

- Fallimento: soggetti passivi; requisiti per la dichiarazione di fallimento; dichiarazione di fallimento ed impugnazioni; organi preposti al fallimento; 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 ed annullamento; successivo fallimento.
- Amministrazione controllata: soggetti passivi; presupposti; procedimento; effetti; risoluzione ed annullamento; successivo fallimento.
- Liquidazione coatta amministrativa: cenni.
- La crisi della grande impresa.

### **Testo d'esame**

Si consiglia l'adozione di uno dei seguenti testi:

DE FERRA, *Manuale di diritto fallimentare*, Ultima edizione, Giuffrè, Milano.

PAJARDI, *Manuale di diritto fallimentare*, Ultima edizione, Giuffrè, Milano.

BONFATTI - CENSONI, *Manuale di diritto fallimentare*, Ultima edizione, CEDAM, Trieste.

### **Modalità di accertamento**

Prova orale.

## **DIRITTO TRIBUTARIO**

(30 ORE – 4 CFU)

(Prof. Angelo Busani)

### **Obiettivi**

Il corso di diritto tributario, dopo aver fornito agli studenti alcuni elementi di base, si propone la finalità di approfondire l'ampia tematica del reddito d'impresa ai fini dell'imposta sul reddito delle società (Ires) e dell'imposta sul reddito delle persone fisiche (Irpef).

### **Programma**

I contenuti del corso sono sviluppati in tre parti. Dopo una prima parte generale introduttiva in cui sono ripresi i fondamentali del diritto tributario (definizioni, territorialità, soggetti passivi, categorie di reddito), viene affrontato in specifico il tema del reddito d'impresa. Prendendo le mosse dagli elementi propedeutici (beni relativi all'impresa, principio di competenza, criteri di valutazione, etc.) il corso si sviluppa analizzando le tematiche dei ricavi e altri proventi, delle rimanenze, dei costi e degli altri oneri, degli elementi straordinari (plusvalenze, sopravvenienze, perdite). Nell'ultimo modulo vengono infine presentati i riflessi fiscali delle operazioni societarie straordinarie (cessione e conferimento d'azienda, fusione, scissione, trasformazione, etc.).

### **Testo d'esame**

Per ogni lezione il docente predisporrà una dispensa di supporto e una serie di lucidi esplicativi; il materiale verrà distribuito in fotocopia e sarà disponibile sul sito internet della Facoltà.

### **Modalità di accertamento**

L'esame verrà svolto mediante un test scritto e una integrazione orale.

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

(30 ORE – 4 CFU)

(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. Parte integrante del corso sarà costituita dall'analisi delle novità fiscali che possono condizionare il processo di aggregazione tra imprese.

Il corso sarà integrato da testimonianze aziendali.

**Programma**

- Aggregazioni, concentrazioni, gruppi aziendali – caratteristiche e finalità
- Motivazioni alla loro costituzione
- Strutture organizzative e governance
- Conflitti di interesse nei gruppi di imprese
- I prezzi di trasferimento all'interno dei gruppi
- L'imposizione fiscale nelle aggregazioni aziendali.

**Testi d'esame**

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

TANZI A., *Verso l'economia dell'intangibile*, Mattioli 1885, Fidenza (PR), 2003;

Dispensa del docente.

**Lecture consigliate**

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

GALASSI G., *Concentrazioni e cooperazioni internazionali*, Giuffrè, Milano, 1968

**Modalità di accertamento**

Prova scritta.

## **ECONOMIA DELLE OPERAZIONI DI GESTIONE STRAORDINARIA**

(30 ORE - 4 CFU)

(Prof. Fabio Sandrini)

### **Obiettivi**

Il corso completa ed approfondisce le molteplici tematiche relative alle operazioni straordinarie d'impresa (fusione, scissione conferimento, ecc.)

In particolare, dopo averne ripreso gli elementi strutturali, si esaminano, in profondità, gli aspetti contabili e fiscali delle stesse.

Successivamente, nell'ambito del calcolo economico sotteso alle decisioni di adire a processi di riassetto strutturale (economico, giuridico e organizzativo), sono trattati e posti in evidenza gli aspetti interdisciplinari di tali operazioni.

Si completa il corso con lo studio delle relazioni esistenti fra i diversi caratteri strutturali delle gestioni straordinarie e le condizioni di sviluppo ovvero di crisi delle imprese.

### **Programma**

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

### **Testi d'esame**

ANDREANI G., *Fiscalità e bilanci straordinari*, Egea, Milano 2003

**Lecture consigliate**

TAMBURINO A. (a cura di) *Le operazioni straordinarie*, Giuffr  Editore, Milano, 2004

SAVIOLI G., *Le operazioni di gestione straordinaria*, 2^ edizione Giuffr  Editore, Milano, 2005

PEROTTA R., GAREGNANI G., *Le operazioni di gestione straordinaria*, Giuffr  Editore, Milano, 1999

CONFALONIERI M., *Trasformazione, fusione, conferimento, scissione e liquidazione delle societ *, IlSole24Ore, Milano, 2005

**Modalit  di accertamento**

Prova scritta.



## **ECONOMIA INDUSTRIALE 2**

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Augusto Schianchi)

Il programma del corso riguarda le principali Applicazioni di Teoria dei Giochi all'Economia Industriale.

La parte iniziale del corso verrà svolta rapidamente, dal momento che è già stata trattata nei programmi di Economia Politica 1 e di Economia Industriale. Nel corso una particolare attenzione verrà rivolta alle applicazioni di economia industriale ed ai corrispondenti esercizi.

Ulteriori informazioni ed aggiornamenti in merito al programma sono disponibili sulla pagina web del docente.

### **Testo d'esame**

L'esame verterà esclusivamente sull'esposizione ed esercizi svolti in aula o distribuiti a lezione. Per gli studenti che non frequentano e che non sono in alcun modo in grado di seguire il corso si raccomanda:

GIBBONS R., *Teoria dei giochi*, Edizioni Il Mulino, 1994.

Per gli esercizi si raccomanda:

LI CALZI M., *Teoria dei giochi*, Edizioni ETAS, 1995.

### **Modalità di accertamento**

L'esame è scritto e prevede la risoluzione di esercizi con la correlata trattazione della parte teorica. I dettagli organizzativi verranno comunicati durante il corso.

## **ELEMENTI DI ECONOMIA TRIBUTARIA**

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Marco Ziliotti)

### **Obiettivi**

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

### **Programma**

- Classificazione delle imposte
- Elementi costitutivi dell'imposta e criteri di prelievo
- Imposta personale sui redditi
- L'imposizione sulle società
- L'imposizione dei redditi di capitale
- IRAP, ICI: i tributi locali
- IVA e altre imposte indirette.

### **Testi d'esame**

BOSI P. e GUERRA M.C., *I tributi nell'economia italiana*, Il Mulino, Bologna (ultima edizione)

### **Modalità di accertamento**

Prova scritta con domande aperte.

## **ISTITUZIONI E DOTTRINE ECONOMICO-AZIENDALI COMPARATE (RAGIONERIA INTERNAZIONALE)**

(30 ORE – 4 CFU)

(Prof. Stefano Azzali)

### **Obiettivi**

Nell'ambito dei processi di integrazione in atto a livello di Comunità Europea e a livello globale, il corso intende approfondire il tema dell'armonizzazione internazionale delle informazioni di bilancio ed illustrare il ruolo di tali informazioni 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 la redazione dei bilanci nelle società quotate, nelle banche ed altre istituzioni finanziarie, nelle assicurazioni.

### **Programma**

Il programma del corso si sviluppa sulle seguenti aree tematiche:

- L'armonizzazione dei bilanci nei paesi della Comunità Europea con i principi contabili internazionali dello IASB
- Evoluzione storica dello IASB e degli strumenti per realizzare l'armonizzazione internazionale
- Lo schema concettuale dello IASB, gli IAS – IFRS, le SIC
- Gli schemi di bilancio secondo i principi contabili internazionali (stato patrimoniale, conto economico, rendiconto finanziario, prospetto delle variazioni di patrimonio netto) e le innovazioni relative alla nota integrativa
- Le principali innovazioni nelle valutazioni di bilancio (rimanenze di magazzino, immobilizzazioni materiali, immateriali e finanziarie, attività e passività finanziarie)
- Il reddito per azione, i bilanci settoriali, i bilanci infrannuali
- Le innovazioni prodotte dai principi contabili internazionali sul bilancio consolidato

- L'influenza dei principi contabili internazionali sui processi gestionali, organizzativi e informativi delle imprese.

**Testo d'esame**

S. AZZALI (a cura di), *Il bilancio consolidato secondo i principi contabili internazionali*, IlSole24Ore, Milano, 2002.

Lecture consigliate:

P. ANDREI, *Sistemi contabili e informativa di bilancio in Francia. Tratti evolutivi e tendenze in atto*, Giuffrè, Milano, 2000.

S. AZZALI, *Il sistema delle informazioni di bilancio delle aziende di produzione, il modello dell'International accounting standards committee*, Giuffrè, Milano, 1996.

A. VIGANO' (a cura di), *Elementi di ragioneria internazionale*, EGEA, Milano, 1997.

**Modalità di accertamento**

Prova scritta.

## **PROFILI GIURIDICI DELLA GOVERNANCE E DELLE OPERAZIONI STRAORDINARIE**

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Stefano Poli)

### **Obiettivi**

L'insegnamento si pone la finalità di illustrare i modelli di governance previsti dal legislatore per le società di capitali e la disciplina delle principali operazioni straordinarie.

Il corso si divide in due parti.

La prima è dedicata all'analisi dei modelli di governance proposti per le società di capitali ed in particolare per la S.p.A., fornendo gli elementi per un confronto e una valutazione.

La seconda è finalizzata ad approfondire le principali operazioni straordinarie mettendo in luce le opportunità, i vincoli ed i problemi derivanti dalla disciplina attuale.

### **Programma**

Prima parte: i modelli di *governance* nelle società di capitali

- il modello cd. tradizionale o latino,
- il modello dualistico,
- il modello monistico,
- *governance* e gruppo,
- *governance* e sindacati azionari,
- la *governance* nella s.r.l. e nelle cooperative.

Seconda parte: le operazioni straordinarie:

- la trasformazione,
- la fusione (disciplina e aspetti problematici, LBO),
- la scissione,
- altre operazioni: cessione d'azienda,
- operazioni straordinarie e conferimento,
- operazioni straordinarie e recesso.

### **Modalità di svolgimento del corso e dell'esame**

Il corso verrà tenuto analizzando gli istituti giuridici con taglio pratico, mediante l'utilizzo e l'esame di modulistica contrattuale (clausole statutarie e delibere concernenti le operazioni straordinarie) e di casistica giurisprudenziale.

Lo studio degli argomenti proposti nel corso e la preparazione dell'esame, dovranno essere effettuati:

12. sulle norme oggetto del corso a cominciare dalle norme del codice civile relative alla governance delle società di capitali e alle operazioni straordinarie;
13. sui testi che saranno indicati nel corso delle lezioni e che saranno indicati nella pagina web del docente;
14. sui materiali didattici forniti a lezione.

Durante il corso saranno inoltre proposte testimonianze ed esercitazioni riguardanti i temi in programma e alcuni casi giurisprudenziali inerenti i diversi argomenti oggetto del corso stesso.

## **PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO DELLE AZIENDE PUBBLICHE<sup>1</sup>**

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Antonello Zangrandi)

### **Obiettivi**

Programmare e controllare la gestione è un elemento caratterizzante di tutti gli enti pubblici che a fronte di una evidente ristrettezza delle risorse economiche sono chiamati non solo ad essere maggiormente efficienti, ma anche a selezionare gli interventi secondo il criterio dell'efficacia.

Lo sviluppo di metodi di programmazione e controllo della gestione nell'ultimo decennio si è fortemente sviluppato all'interno degli enti pubblici italiani anche attraverso modalità originali e in grado di dare un reale contributo alla economicità dell'ente pubblico.

Obiettivo del corso è quello di comprendere le caratteristiche del controllo di gestione dell'ente pubblico e conoscere le principali modalità realizzative.

### **Programma**

Il corso approfondirà i seguenti aspetti:

- Programmazione e controllo: caratteristiche essenziali negli enti pubblici
- Gli strumenti della programmazione e controllo negli enti pubblici
- Il piano esecutivo di gestione negli enti locali
- Il Budget in Sanità
- Il controllo di gestione nelle Regioni
- La programmazione e controllo tra enti pubblici
- Il ruolo del controllo della corte dei conti.

---

<sup>1</sup> Per i soli studenti iscritti nell'a.a. 2005/06 al I anno della Laurea specialistica in Amministrazione e Direzione Aziendale questo insegnamento può essere inserito tra le "attività formative scelte dallo studente".

**Testo e modalità d'esame**

ZANGRANDI A.(a cura di), *Programmazione e controllo negli Enti Pubblici, materiali per l'esame di*, Parma, 2005. Modalità d'esame da definire.



## **SISTEMI DI GOVERNANCE E REVISIONE AZIENDALE**

(Parte 1 - Prof.ssa Anna Maria Fellegara ) (30 ORE – 5 CFU)

(Parte 2 – Prof. Paolo Zalera) (30 ORE – 4 CFU)

### **Obiettivi**

Il corso si prefigge l'obiettivo di approfondire i temi della *Governance* con particolare riferimento agli organi, alle funzioni e alle modalità con cui si esercita il controllo sulle azioni e sulla gestione delle imprese italiane (gruppi, società di capitale, quotate e non).

Lo studente, svilupperà:

- conoscenze approfondite sui differenti approcci al controllo contabile e di merito attribuiti dalle recenti riforme al collegio sindacale e alle società di revisione;
- competenze specifiche in tema di revisione del bilancio d'esercizio e di rilascio di ulteriori pareri a sostegno di operazioni straordinarie e di particolari fasi della vita dell'impresa (quotazioni, privatizzazioni, crisi).

### **Programma**

Il corso è suddiviso in due parti.

La prima parte delinea i sistemi di governance, indagandoli nelle mutue relazioni che intercorrono tra assetti proprietari, organi di gestione e organi di controllo. Le funzioni e le responsabilità del collegio sindacale e dei revisori. Il controllo contabile, di merito, di legittimità. I principi di indipendenza e le norme deontologiche.

Un approfondimento sul tema della diffusione delle informazioni economico-finanziarie e sulle modalità di apprezzamento e garanzia della loro affidabilità per la tutela degli interessi istituzionali e il più efficace controllo della gestione completa il quadro teorico di riferimento.

La seconda parte affronta le tematiche proprie della revisione contabile in ottica economico-aziendale. Il sistema di controllo

interno. I rischi del processo di revisione. La revisione del bilancio d'esercizio. Il controllo contabile sulle operazioni straordinarie e in peculiari fasi della gestione.

**Testo d'esame prima parte**

FELLEGGARA A.M., *Strutture d'impresa e tutela degli interessi istituzionali*, Giuffrè, Milano 2005.

**Testo d'esame seconda parte**

MARCHI L., *Principi di revisione contabile. Un approccio per cicli operativi*, Giuffrè, Milano, 2005.

Consiglio Nazionale dei Dottori Commercialisti e dei Ragionieri, *Principi di Revisione*, Giuffrè, Milano, 2002.

Per entrambe le parti sono disponibili sul sito del corso specifiche raccolte di materiale didattico (casi di studio, documenti e riproduzioni dei lucidi utilizzati a lezione).

**Modalità di accertamento prima e seconda parte**

La preparazione dello studente è accertata mediante due prove scritte, ciascuna relativa alla specifica parte, che possono essere sostenute nello stesso appello o in appelli distinti.

## **SISTEMI DIREZIONALI DI PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO**

(30 ORE – 4 CFU)

(Prof. Andrea Cilloni)

### **Obiettivi**

Il corso approfondisce l'analisi dei sistemi di programmazione e controllo con particolare attinenza ai processi decisionali del *management*. Analizza l'apporto che il sistema di *planning & control* offre alla razionalizzazione delle decisioni aziendali in un contesto caratterizzato da rischio, incertezza, caos deterministico e asimmetria informativa mediante un approccio bayesiano. Esamina la progettazione e la valutazione dei sistemi di controllo, delineando i costi diretti e indiretti connessi ai comportamenti direzionali.

Esponde 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 e sistemi informativi integrati, *Enterprise Resources Planning*.

### **Programma**

- Forme e obiettivi del controllo manageriale
- Progettazione e valutazione dei sistemi di controllo
- Sistemi di pianificazione e di *budgeting*
- Il *budget* in contesti altamente dinamici
- Decisioni d'azienda in contesti caratterizzati da rischio e incertezza
- "Reddito psichico" nelle decisioni aziendali
- L'asimmetria informativa: azzardo morale e selezione avversa nel processo decisionale
- Attuazione delle decisioni, flessibilità e sistemi informativi
- La teoria dell'informazione-agenzia e il controllo delle decisioni del *management*

- Decentramento organizzativo e reporting per segmento
- Valutazione della dirigenza e metodi reddituali, teoria dell'agenzia, asimmetria informativa e rischio morale e modelli contrattuali incentivanti
- Softwares applicativi per la simulazione e per le decisioni aziendali

#### **Testo d'esame**

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

CILLONI A., *Economia dell'informazione e sistemi contabili aziendali*, A. Giuffrè, Milano, 2004.

Dispense del docente.

#### **Lecture consigliate**

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

BARALDI S., DE VECCHI C. (a cura di), *I sistemi di pianificazione, programmazione e controllo*, vol. II, Giappichelli, Torino, 1995.

GALASSI G., *Misurazioni differenziali, misurazioni globali e decisioni d'azienda*, Giuffrè, Milano, 1983.

TERZANI S., *Lineamenti di pianificazione e controllo*, CEDAM, Padova, 1999.

#### **Modalità di accertamento**

Prova scritta.

## **STATISTICA AZIENDALE E ANALISI DEI DATI**

(30 ORE + seminario – 6 CFU)

(Prof.ssa Maria Adele Milioli)

### **Obiettivi**

Il corso si propone di fornire agli studenti gli strumenti più idonei per l'analisi di alcuni problemi di natura decisionale e gestionale che in azienda sono inevitabilmente trattati in condizioni di incertezza e di rischio e che trovano quindi nei metodi statistici un supporto indispensabile e scientificamente rigoroso per la loro soluzione. Una particolare attenzione viene rivolta alle tecniche di campionamento per il controllo statistico dei valori di bilancio e alle procedure di stima delle valutazioni contabili nelle attività di revisione e di certificazione di bilancio. Un cenno viene riservato anche al problema del campionamento nell'ambito dei sondaggi di opinione e delle ricerche di mercato. Altri argomenti trattati a livello introduttivo riguardano alcune problematiche statistiche relative alla scelta di un progetto di investimento, alle tecniche di segmentazione del mercato, con particolare riferimento alla cluster analysis, e alla previsione statistica.

Nella trattazione degli argomenti saranno privilegiati gli aspetti pratici e quelli di maggiore interesse per le applicazioni in ambito aziendale e verranno affrontati alcuni casi di studio.

### **Programma**

- Elementi introduttivi
  - Il sistema informativo in azienda
  - La documentazione di base e il ruolo della statistica
- Previsione delle vendite e della domanda di mercato
  - Metodi statistici di previsione: le previsioni con i metodi di tipo esogeno e il metodo del livellamento esponenziale
- Scelta di un progetto di investimento
  - Valutazione economica di un investimento
  - Criteri di decisione e alberi di decisione

- La formazione di un campione: campioni probabilistici e campioni ragionati
  - Nel controllo statistico dei valori di bilancio
  - Nei sondaggi di opinione e nelle ricerche di mercato
- Procedure di stima delle valutazioni contabili e il trattamento del rischio di errore
- L'impiego delle tecniche di segmentazione in ambito aziendale

**Testo d'esame**

BRASINI S., FREO M., TASSINARI F. e TASSINARI G., *Statistica aziendale e analisi di mercato*, Bologna, Il Mulino, 2002

capitolo 1 (escluso par. 8),

capitolo 2 (escluso par. 6),

capitolo 3 (tutto)

capitolo 5 (escluso par. 4 e par. 6),

capitolo 7 (escluso par. 5 e caso 3 del par. 6).

**Modalità di accertamento**

Gli esami saranno in forma scritta. Gli studenti che lo desiderano potranno concordare con il docente un'integrazione orale dopo la prova scritta.

## **STORIA DELLE IMPRESE**

(30 ORE + Seminario – 7 CFU)

(Prof. Alberto Grandi)

### **Obiettivi**

Il corso intende ricostruire le linee evolutive del capitalismo industriale italiano dall'unificazione agli anni '90 del XX secolo. Ne verranno delineati i mutamenti strutturali e organizzativi, la funzione dello Stato e il contributo apportato allo sviluppo economico del Paese nel suo complesso. Le linee interpretative proposte, attraverso un'analisi comparativa con altri casi nazionali, cercheranno di rimarcare le specificità del processo di industrializzazione italiano, legate, in particolare, al ruolo della piccola impresa e dello Stato.

### **Programma**

- L'industrializzazione: dall'Inghilterra al resto del mondo (prima, seconda e terza rivoluzione industriale)
- Il settore secondario in Italia prima dell'Unità e gli anni della Destra Storica
- La Sinistra Storica
- L'età Giolittiana
- La I Guerra Mondiale
- Il Fascismo
- Dalla II Guerra Mondiale alla Ricostruzione
- Il "boom" economico
- Dalla crisi degli anni '70 all'Euro

### **Testo d'esame**

DORIA M., *L'imprenditoria industriale in Italia dall'Unità al "miracolo economico". Capitani d'industria, padroni, innovatori*, Torino, 1998.

Per gli studenti frequentanti saranno indicate altre letture durante il corso.

**Modalità d'accertamento**

Esame orale.



## **TAX PLANNING INTERNAZIONALE**

(30 ORE – 4 CFU)

(Prof. Francesco Spinoso)

### **Obiettivi**

Il corso ha per oggetto l'analisi e l'approfondimento delle tematiche di diritto tributario internazionale, ossia dell'imposizione tributaria sul reddito soggetto alla "sovranità fiscale" di due o più Stati, con conseguenti problemi di doppia imposizione internazionale. Il diritto tributario internazionale è regolato da norme interne, da norme internazionali in senso proprio recepite dal diritto interno (convenzioni bilaterali) e da norme comunitarie, che devono essere coordinate e correttamente interpretate in sede di applicazione. Ulteriore obiettivo del corso è quello dell'analisi e studio delle operazioni di "pianificazione fiscale internazionale" - relativamente sia alle persone fisiche che alle società - che ha per oggetto lo "sfruttamento" delle profonde diversità a livello di imposizione fiscale effettiva e di legislazione tributaria tra i vari Paesi. La pianificazione fiscale, quale strumento dinamico per ottimizzare il carico impositivo complessivo, è sempre più incentivata dalla c.d. "concorrenza fiscale" fra gli Stati (paradisi fiscali e non) nel tentativo (spesso ben riuscito) di attrarre materia imponibile e/o creare un indotto di servizi legali e finanziari all'interno del proprio territorio, con la conseguenza di creare delle distorsioni economiche generate quasi esclusivamente dalla variabile fiscale. La trattazione delle operazioni di pianificazione fiscale sarà approfondita illustrando come si applicano nella pratica professionale le norme relative alla fiscalità internazionale tramite casi di studio e la disamina critica di talune operazioni concretamente realizzate.

### **Programma**

- Le fonti del diritto tributario internazionale e comunitario:
  - Il Modello OCSE e relativo commentario
  - Le direttive comunitarie
- Principi generali di tassazione, sovranità tributaria, doppia imposizione e misure per la sua eliminazione:

- Residenza
- Stabile organizzazione.
- La normativa interna, convenzionale e comunitaria in materia di redditi transnazionali:
  - redditi d'impresa;
  - dividendi;
  - interessi e royalties;
  - introduzione al transfer pricing.
- Le norme anti elusive.
- Le operazioni di riorganizzazione transfrontaliere.
- Il Modello OCSE e i principi di non discriminazione, la c.d. procedura amichevole, la collaborazione tra stati, lo scambio di informazione in materia fiscale.
- Introduzione alla concorrenza fiscale dannosa tra stati e codice di condotta Europeo:
  - i c.d. paradisi fiscali
- La pianificazione fiscale delle persone giuridiche e dei gruppi d'impresa:
  - le holdings
  - le società di trading
  - le società di licensing
  - le società finanziarie.
- La pianificazione fiscale delle persone fisiche (con particolare riferimento ai trust e le fondazioni).

### **Testo d'esame**

Verrà fornito il materiale dal docente, utilizzando dispense, specifici articoli di riviste specializzate ed alcune parti di manuali attualmente in circolazione.

### **Modalità di accertamento**

Esame in forma orale.

## **TEMI SPECIALI DI BILANCIO**

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Giuseppe Galassi)

### **Obiettivi**

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

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

### **Programma**

- I fondamenti della determinazione del capitale d'impresa.  
Richiami
- Le nuove frontiere nella determinazione del valore dell'impresa
- Produzione del valore ed economicità dei settori produttivi
- Premi di maggioranza, sconti di minoranza, sconti di liquidità nella valutazione dei pacchetti azionari
- Discrezionalità del valutatore e intervallo di oscillazione del valore del capitale economico
- La valutazione dei piani di stock option
- La valutazione di aziende industriali e di servizi
- La valutazione di aziende di assicurazione
- La valutazione di aziende di credito, di intermediazione mobiliare e di leasing finanziario
- La valutazione di aziende in regime di concessione amministrativa.

**Testo d'esame**

ZANDA G., LACCHINI M., ONESTI T., *La valutazione delle aziende*, IV edizione, Giappichelli, Torino, 2001, capp. 19; 21; da 24 a 26; da 29 a 32; da 34 a 40.

**Lecture consigliate**

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

COPELAND T., KOLLER T., MURRIN J., *Valuation. Measuring and Managing the Value of Companies*, Wiley, New York, 1990.

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.

GALASSI G., *Misurazioni differenziali, misurazioni globali e decisioni d'azienda*, Giuffrè, Milano, 1984.

GREGORY A., *Valuing Companies*, Woodhead and Faulkner, Hemel Hempstead, 1992.

GUATRI L., BINI M., *Nuovo trattato sulla valutazione delle aziende*, Egea, Milano, 2005.

MATHUR S.S., KENYON A., *Creating Value*, Butterworth and Heinemann, Oxford, 1997.

WEST T.L., JONES J.D., *Handbook of Business Valuation*, Wiley, New York, 1992.

**Modalità di accertamento**

Prova scritta.



## LAUREA SPECIALISTICA

in

### “FINANZA E RISK MANAGEMENT”

#### **Obiettivi formativi**

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

Il piano formativo prevede:

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

delle aziende

### **Sbocchi professionali**

Il percorso di studio della laurea specialistica in Finanza e Risk Management conduce alla possibilità di:

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

### **Struttura del corso**

Il percorso della laurea specialistica in Finanza e Risk Management si articola su due anni e prevede l'ottenimento di 120 crediti da parte dello studente. Il piano formativo, riportato nella tabella sottostante, si suddivide al secondo anno di corso in due curricula:

- “Gestione dei rischi bancari e finanziari”, a carattere aziendale;
- “Metodi e modelli per la finanza”, a carattere quantitativo.

La scelta del curriculum deve essere effettuata nel secondo anno di corso.

<b>PRIMO ANNO</b>		CFU	
Metodi e modelli per gli strumenti finanziari		5	
Analisi finanziaria		5	
Rischi operativi aziendali		5	
Gestione del rischio		5	
Economia dei mercati finanziari		5	
Previsioni finanziarie		5	
Credit risk management		5	
Diritto dei mercati finanziari		10	
Storia dei mercati finanziari		5	
Diritto tributario per le decisioni finanziarie		5	
Attività formative scelte dallo studente (*)		6	
<b>SECONDO ANNO</b>		CFU	
Tecnica delle assicurazioni		5	
Gestione dei rischi finanziari delle imprese (Asset management)		5	
<b>Curriculum in Metodi e modelli per la finanza</b>		<b>Curriculum in Gestione dei rischi bancari e finanziari</b>	
	CFU		CFU
Matematica per la finanza	10	Gestione del capitale e creazione del valore nelle banche (Gestione dei rischi finanziari)	5
Statistica dei mercati finanziari – progredito	5	Controllo strategico degli intermediari finanziari	5
Gestione del rischio – corso progredito	5	Gestione delle imprese di assicurazione	5
Finanza delle assicurazioni e della previdenza	5	Strumenti avanzati di gestione finanziaria	5
		Finanza applicata	5
		CFU	
Idoneità linguistica (Inglese - corso avanzato)		5	
Prova finale		19	
Totale crediti		120	



(\*) Attività formative a scelta dello studente: l'acquisizione dei 6 CFU può essere conseguita o scegliendo un insegnamento della durata di 30 ore (o superiore) oppure due insegnamenti della durata di 18 ore (in ogni caso gli insegnamenti devono essere attivati nell'ambito di una laurea specialistica) oppure con attività extra-curricolari (quali stage, tirocini, ecc.) per le quali deve essere richiesta un'autorizzazione preventiva.

A quest'ultimo riguardo si consulti il regolamento disponibile sul sito web della Facoltà (all'indirizzo <http://economia.unipr.it/stage.asp>).

### **Ammissione**

Si vedano innanzitutto le Informazioni Generali Importanti. Specificamente per il corso di laurea specialistica in Finanza e Risk Management, sono ammessi senza debiti formativi i laureati triennali in Economia e Finanza della Facoltà di Economia di Parma.

Per i laureati triennali in possesso di un'altra laurea appartenente alla Classe 17 o alla Classe 28, conseguita presso la Facoltà di Economia dell'Università di Parma o in altro Ateneo, i debiti formativi sono fissati nella misura massima di 10 CFU, e specificamente si richiede il superamento degli esami dei seguenti insegnamenti:

**Economia del mercato mobiliare** (60 ore)

oppure

**Economia monetaria** (istituzioni) (30 ore) + **Pianificazione finanziaria** (30 ore)

oppure

**Economia monetaria** (istituzioni) (30 ore) + **Corporate banking** (30 ore).

Lo studente che, nell'ambito del corso di studio di primo livello, abbia già sostenuto esami relativi ad insegnamenti con contenuto equivalente a quelli sopra specificati, è ammesso senza debiti formativi (o con un numero di debiti formativi ridotto in relazione all'attività già svolta).

Lo studente non laureato in Economia e Finanza presso la Facoltà di Economia dell'Università di Parma che abbia completato il proprio curriculum con attività a scelta coerentemente con i criteri fissati per l'a.a. 2004/2005 per l'ammissione alla laurea specialistica in Finanza e Risk Management (così come riportati nella Guida alle Lauree Specialistiche per l'a.a. 2004/2005) è ammesso senza debiti formativi (o con un numero di debiti formativi ridotto in relazione all'attività già svolta).

**Per informazioni contattare:**

Annamaria Olivieri  
Professore Ordinario  
Dipartimento Di Economia  
Via Kennedy, 6 - 43100 Parma  
tel. 0521032387 - fax: 0521032385  
Email: [annamaria.olivieri@unipr.it](mailto:annamaria.olivieri@unipr.it)  
Pagina Web nel sito della Facoltà di Economia:  
<http://economia.unipr.it/docenti/OLIVIERI>

**Contenuti dei corsi**

Per agevolare la piena comprensione dei contenuti formativi della laurea specialistica in Finanza e Risk Management, nel seguito si presentano sinteticamente i contenuti dei singoli insegnamenti, specificandone obiettivi, metodologie, crediti, modalità di esame e docente di riferimento, ove già nominato alla data in cui questa Guida va in stampa.

**ANALISI FINANZIARIA**  
**(Intermediari finanziari e corporate governance)**

(30 ORE – 5 CFU)

(Proff. Massimo Regalli e Carlo Salvatori)

**Obiettivi**

L'intermediazione finanziaria, modulata dagli intermediari e dai mercati finanziari, definisce con modalità rispettivamente diverse le soluzioni di governo delle imprese (corporate governance). I soggetti che hanno diritti iscritti nel passivo delle imprese hanno, infatti, modalità incisive per determinare o, almeno, per influenzare le decisioni di rilievo nella definizione della strategia aziendale, nella scelta del management, nell'attuazione di strategie di espansione, nell'affrontare problemi di gestione di fattori di crisi e in altri casi di rilievo. Il mercato finanziario è anche il luogo dove si contende la proprietà delle imprese, ossia dove si definiscono le modificazioni dell'assetto di controllo e, quindi, di governo delle imprese.

Il primo obiettivo del corso è esaminare con quali modalità si contende la proprietà delle imprese nella prassi dei mercati finanziari dei paesi sviluppati e, in particolare, nel contesto italiano. Obiettivo di secondo livello è esaminare con quali regole si esercitano i diritti di proprietà da parte degli azionisti e con quali altre regole si esercitano i condizionamenti sul governo dell'impresa da parte dei finanziatori a titolo di debito. Il corso, che in ragione dell'oggetto analizzato potrebbe in linea generale consentire approcci disciplinari diversi, ha una precisa focalizzazione aziendalistica.

**Programma**

*La corporate governance: definizioni e ambito di studio*

*Il mercato della proprietà delle imprese*

- Il mercato per il controllo delle società quotate (le regole e il funzionamento)
- Il ruolo degli investitori istituzionali
- Diritti e ruolo delle minoranze nelle società quotate

- La raccolta di nuovi capitali sul mercato di borsa
- La definizione di una strategia di remunerazione degli azionisti
- Il mercato per il controllo delle banche
- L'accesso alla quotazione
- La gestione delle crisi aziendali
- Le privatizzazioni
- Le operazioni di finanza straordinaria

*L'esercizio dei diritti di proprietà*

- Le regole e i ruoli in un consiglio di amministrazione
- I meccanismi di controllo
- Gli obiettivi del management e quelli degli azionisti
- Gli obiettivi degli obbligazionisti e quelli degli azionisti
- Gli obiettivi delle banche finanziatrici e quelli degli azionisti.

**Testi d'esame**

Verranno comunicati all'inizio del corso.

**Modalità di accertamento**

Prova orale.

## **CONTROLLO STRATEGICO DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI**

(30 ORE – 5 CFU)

(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. I temi del corso verranno affrontati anche discutendo i risultati di un *banking game*, cui parteciperanno gli studenti frequentanti.

### **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*
- Il controllo di gestione e gli indicatori di performance commerciale

- Il controllo di qualità e la *customer satisfaction*
- Il concetto e gli strumenti del *Customer Relationship Management*
- Elementi di activity based costing nelle banche.

**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. Per i frequentanti, la discussione dei risultati del *banking game* costituirà elemento integrativo della valutazione finale.

## **CREDIT RISK MANAGEMENT**

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof.ssa Paola Schwizer)

### **Obiettivi**

Il corso intende sviluppare le conoscenze e le competenze degli studenti in merito a:

- le chiavi di comprensione della profonda evoluzione dell'attività bancaria, con particolare riferimento alle innovazioni nei processi e negli strumenti alla base dell'attività creditizia;
- i modelli per la costruzione di rating interni e i principi per una corretta impostazione dei processi di affidamento, anche alla luce dei nuovi orientamenti della vigilanza internazionale;
- l'impatto delle innovazioni citate sull'organizzazione, sui modelli di gestione e sulle relazioni fra banche e imprese.

Lo studente si avvicina alle concrete problematiche di gestione delle banche sviluppando competenze di general management e acquisisce competenze specialistiche di *credit risk management* spendibili sia all'interno di banche e intermediari finanziari, sia in società di consulenza sia infine nelle società informatiche che stanno accompagnando l'evoluzione delle banche.

Il corso comprende lezioni ed approfondimenti operativi svolti anche con il supporto di testimoni.

### **Programma**

- La nuova definizione di rischio di credito
- Le basi del credit risk management
- La vigilanza internazionale e il nuovo accordo Basilea 2
- 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

- L'implementazione del sistema di rating: il processo di rating assignment
- I processi di rating quantification
- Le Autorità di Vigilanza e il processo di validazione dei rating interni
- Il contesto e la strategia delle banche italiane.

**Testi d'esame**

DE LAURENTIS G., CASELLI S., *Miti e verità di Basilea 2*, EGEA, Milano, 2004 (Capitolo 1).

SIRONI A., *Rischio e valore nelle banche*, EGEA, Milano, 2005 (Parte terza).

**Modalità di accertamento**

È prevista una prova di accertamento scritta.



## **DIRITTO DEI MERCATI FINANZIARI**

(60 ORE – 10 CFU)

(Modulo I – Prof. Antonio Giovati)

(Modulo II – Prof. Luca Di Nella)

### **Obiettivi**

L'insegnamento (unico) è diviso in due Parti, tenute rispettivamente dai Proff. A. Giovati e L. Di Nella.

Modulo I - Profili istituzionali (Prof. A. Giovati): questa parte si pone la finalità di illustrare il sistema del diritto delle banche, degli intermediari finanziari e dei mercati, delineando anche i lineamenti del sistema delle assicurazioni e dei relativi mercati. Il corso è suddiviso in tre moduli. Nel primo verranno affrontati gli argomenti relativi alle problematiche giuridiche ed all'evoluzione dell'ordinamento finanziario, alla sua struttura organizzativa di vertice e al sistema di vigilanza. Nel secondo verranno analizzate le discipline sull'attività bancaria, finanziaria e d'investimento, nonché quella sui soggetti, ossia le banche, gli intermediari finanziari, le imprese di investimento ed i gestori, le assicurazioni. Nel terzo verranno infine esposte le normative relative ai mercati regolamentati e non, al loro funzionamento, alle società di gestione ed alla vigilanza.

Modulo II - Profili contrattuali (Prof. L. Di Nella): questa parte si pone la finalità di illustrare il sistema del diritto della comunicazione e dell'informazione del consumatore nel diritto comunitario e nella corrispondente disciplina dell'ordinamento interno, con specifico approfondimento dei temi relativi ai mercati dei prodotti bancari, finanziari e assicurativi. Il corso è di conseguenza suddiviso in due moduli. Nel primo verranno affrontati 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 consumeristica. 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, ai contratti di commercializzazione a distanza di servizi finanziari, ai contratti bancari e del mercato finanziario, ai contratti di assicurazione.

## **Programma**

### Parte I - Profili istituzionali.

Modulo 1 - L'ordinamento finanziario e il sistema dei controlli.

- Problematiche giuridiche ed evoluzione dell'ordinamento finanziario.
- Struttura organizzativa di vertice.
- Il sistema di vigilanza.
- Sistema delle assicurazioni.

Modulo 2 - L'attività bancaria, finanziaria e d'investimento ed i soggetti.

- L'attività bancaria, finanziaria e d'investimento.
- Le banche.
- Gli intermediari finanziari.
- Le imprese di investimento ed i gestori.
- Le assicurazioni.

Modulo 3 - I mercati.

- I mercati regolamentati e non regolamentati.
- Le società di gestione.
- La vigilanza.

### Parte II - Profili contrattuali

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 commercializzazione a distanza di servizi finanziari.
- I contratti bancari e del mercato finanziario.
- I contratti di assicurazione.

### **Testi d'esame**

Parte I - Profili istituzionali: CAPRIGLIONE F. (a cura di), *Diritto delle Banche degli Intermediari finanziari e dei Mercati*, Bari, 2003, pp. 17-147; 177-355.

Parte II - Profili contrattuali: il materiale bibliografico per l'esame verrà indicato all'inizio del corso.

### **Modalità di accertamento**

Il corso si articolerà in 60 ore di lezione in aula, durante le quali avranno luogo anche esercitazioni aventi ad oggetto casi pratici e seminari di esperti. L'esame finale è unico e consiste in una prova scritta basata su domande aperte.

## **DIRITTO TRIBUTARIO PER LE DECISIONI FINANZIARIE**

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Angelo Busani)

### **Obiettivi**

Il corso, dopo aver fornito alcune notazioni tributarie di base, si propone la finalità di approfondire la materia dei proventi di natura finanziaria conseguiti dai privati ai fini dell'imposta sul reddito delle persone fisiche (Irpef) e di quelli conseguiti dalle imprese ai fini dell'imposta sul reddito delle società (Ires) e del reddito d'impresa nell'imposta sul reddito delle persone fisiche (Irpef).

### **Programma**

Dopo un'analisi dei principi generali (principio di competenza, criteri di valutazione, etc.), si analizzano le tematiche delle norme fiscali che influenzano, da un lato, le decisioni finanziarie dei privati e di quelle che, d'altro lato, conseguono alle scelte finanziarie delle imprese.

#### *I) Parte generale (6 ore)*

12. Nozione di diritto tributario e di tributo/imposta
13. Le fonti - I principi costituzionali
14. Il soggetto passivo (territorialità, residenza, stabile organizzazione)
15. Il sostituto d'imposta
16. Le categorie di reddito
17. I redditi di capitale
18. I redditi d'impresa
19. I redditi diversi

#### *II) Le decisioni finanziarie delle persone fisiche (10 ore)*

12. Il risparmio finanziario
  - a. Il reddito fisso (obbligazioni, titoli di stato, etc.)
  - b. I dividendi
  - c. I fondi comuni di investimento mobiliare e

- immobiliare
- d. Il risparmio gestito e amministrato
- e. Operazioni in valuta
- f. I contratti di assicurazione sulla vita finanziari (polizze unit linked e index linked)
- g. Long term care / rendite
- h. I contratti derivati
- i. Capital gains
- j. Stock options

13. Il risparmio previdenziale

- a. La previdenza obbligatoria
- b. La previdenza complementare
  - I fondi pensione
  - I fondi ex 2117 c.c.
  - I piani individuali previdenziali
- c. La previdenza individuale
  - Il trattamento di fine rapporto
  - Il trattamento di fine mandato
  - Le polizze vita di puro rischio
  - Le polizze infortuni e invalidità permanente

*III) Le decisioni finanziarie delle imprese (14 ore)*

12. I principi generali

- a. Presupposto soggettivo (società, enti non commerciali, stabili organizzazioni) e oggettivo dell'Ires
- b. Bilancio civilistico e reddito d'impresa
- c. Beni relativi all'impresa
- d. Principio di competenza
- e. Principio di certezza e determinabilità
- f. Criteri di valutazione
- g. Principio di continuità
- h. Il regime della trasparenza

13. Fiscalità e finanza d'impresa

- a. Il reddito fisso (obbligazioni, titoli di stato, etc.)
- b. I dividendi

- c. I fondi comuni di investimento mobiliare e immobiliare
- d. Operazioni in valuta
- e. I contratti di assicurazione sulla vita finanziari a copertura del tfr e del tfm
- f. I contratti derivati
- g. Participation exemptions
- h. Thin capitalization
- i. Consolidato fiscale
- j. Leasing immobiliare
- k. La securitization
- l. La cessione e l'assicurazione del credito

**Testi d'esame**

Per ogni lezione il docente predisporrà una dispensa di supporto e una serie di lucidi esplicativi; il materiale verrà distribuito in fotocopia e sarà disponibile sul sito internet della Facoltà.

**Modalità di accertamento**

L'esame verrà svolto mediante un test scritto e/o una integrazione orale.

## **ECONOMIA DEI MERCATI FINANZIARI**

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Giovanni Verga)

### **Obiettivi**

Il corso si pone lo scopo di presentare le più recenti teorie e le relative applicazioni relative ai mercati finanziari e al credito. Molto spazio è dato ad esempi tratti dall'attuale realtà.

### **Programma**

- Equilibrio del mercato di un'attività finanziaria e efficienza
- Comunicati delle banche centrali e aspettative dei mercati
- Tassi a breve e a lunga nella zona-Euro e USA
- Rendimento delle obbligazioni *corporate*
- Irregolarità e inefficienze nei mercati finanziari
- Investitori eterogenei, equilibri e dinamiche dei prezzi
- Bolle, giudizi umani e opinioni degli esperti
- Credito, tassi bancari e razionamento
- Credito, e tassi in diverse zone geografiche.

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

*Dispense di Economia dei Mercati Finanziari* a.a. 2005/2006, disponibile sul sito internet del corso e presso l'ufficio fotocopie della Facoltà di Economia e

### **Testo d'esame**

Sarà resa disponibile nell'*home page* del corso.

### **Modalità di accertamento**

Prova orale con domande aperte.

## **FINANZA APPLICATA**

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Giulio Tagliavini)

### **Obiettivi**

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

### **Programma**

- Le logiche del financial modeling e del business simulation
- Lo sviluppo e la validazione di modelli per le scelte finanziarie: l'analisi di realizzazioni già disponibili relative a casi di rilievo
- Lo sviluppo e la validazione di modelli per le scelte finanziarie: l'analisi di nuovi problemi e la messa a punto di nuove realizzazioni
- Le funzionalità più complesse offerte dal foglio elettronico.

### **Testo d'esame**

TAGLIAVINI G. (a cura di), *Guida Excel per la finanza aziendale – L'utilizzo del foglio di calcolo nei principali problemi di analisi finanziaria*, Milano, Alpha Test 2005.



**Modalità di accertamento**

Esame orale con presentazione di un modello sviluppato dallo studente.

## **FINANZA DELLE ASSICURAZIONI E DELLA PREVIDENZA**

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof.ssa Annamaria Olivieri)

### **Obiettivi**

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

### **Competenze acquisibili**

Lo studente può maturare una significativa conoscenza degli elementi di risk management correntemente richiesti per valutare e gestire i rischi inerenti ad un portafoglio di posizioni pensionistiche private. A tale scopo, la presentazione teorica è completata da alcune esercitazioni pratiche (in ambiente Excel).

### **Programma**

Sono trattati i seguenti argomenti.

- I prodotti assicurativi vita con prestazioni legate ai rendimenti del mercato finanziario: le assicurazioni rivalutabili, le assicurazioni unit-linked, le assicurazioni index-linked.
- L'asset-liability management di un portafoglio di prodotti previdenziali: principali elementi di valutazione.
- Il risk management dei portafogli di prodotti previdenziali: strumenti tradizionali e non tradizionali di hedging.

Al termine delle lezioni sarà fornito, su Internet, il programma dettagliato del corso.

**Testo d'esame**

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

Ulteriori riferimenti bibliografici saranno comunicati durante le lezioni ed indicati nel programma dettagliato del corso. I file Excel relativi alle esercitazioni potranno essere scaricati dal sito del corso.

**Modalità di accertamento**

Colloquio orale.

**Sito internet**

<http://economia.unipr.it/docenti/olivieri>

## **GESTIONE DELLE IMPRESE DI ASSICURAZIONE**

(30 ore – 5 CFU)

(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

Tipologie di contratti assicurativi

Le compagnie di assicurazione: specificità gestionali e operative

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

La vigilanza del settore

Il ramo vita

Il ramo vita: la tutela del consumatore  
Il ramo danni  
La gestione degli investimenti delle compagnie di assicurazione  
La gestione del passivo delle compagnie di assicurazione  
Il bilancio delle compagnie di assicurazione  
L'analisi delle performance e il capitale economico delle compagnie di assicurazione  
Le reti: i broker  
Le reti: i promotori finanziari  
La bancassicurazione

### **Testi d'esame**

BELLUCCI A., *Le imprese di assicurazione. Profili gestionali, organizzativi e contabili*, Giappichelli, 2003

**GESTIONE DEI RISCHI FINANZIARI**  
**(Gestione del capitale e creazione del valore nelle banche)**

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof.ssa Paola Schwizer)

**Obiettivi**

Il corso affronta il tema dell’allocazione del capitale di rischio nelle banche, secondo un obiettivo di ottimizzazione della combinazione rendimento/rischio e dell’impostazione della gestione in chiave di value base management. Il corso presenta quindi un taglio trasversale, che comprende:

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

Lo studente affronta quindi, con un taglio di general management, lo studio delle principali problematiche di governo delle banche, approfondendo anche lo studio di casi reali secondo approcci propri dell’analisi strategico-organizzativa.

Il corso comprende lezioni ed approfondimenti operativi svolti anche con il supporto di testimoni.

### **Programma**

- Le scelte di dimensione e di composizione del patrimonio nelle banche: la prospettiva regolamentare e l'ottica del management
- Dal VAR (value at risk) al CAR (capital at risk): un approccio integrato ai rischi aziendali
- Dalla misurazione del rischio all'allocazione del capitale
- L'innovazione organizzativa nelle banche e i principi di value based management
- Corporate governance e sistema dei controlli interni: i requisiti organizzativi per l'ottimizzazione del patrimonio
- Il controllo della creazione di valore: le misure di redditività corretta per il rischio
- Allocazione del capitale e formazione della strategia.

### **Testi d'esame**

I testi saranno comunicati in aula dal docente.

### **Modalità di accertamento**

È prevista una prova di accertamento scritta.

## **GESTIONE DEI RISCHI FINANZIARI DELLE IMPRESE (ASSET MANAGEMENT)**

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Gino Gandolfi)

### **Obiettivi**

Negli ultimi anni, in ragione del processo di integrazione e di globalizzazione dei mercati, è cresciuta sensibilmente negli operatori economici la percezione di un crescente rischio riconducibile all'andamento dei mercati finanziari.

In ragione di tali premesse, il corso si propone di esaminare, sia i principali fattori di rischio, sia le tecniche necessarie per una corretta gestione dei rischi stessi.

L'analisi viene sviluppata con riferimento ai rischi connessi:

- ai tassi di interesse,
- ai tassi di cambio
- alla variazione dei prezzi delle principali materie prime

### **Programma**

- La gestione dei rischi di mercato: introduzione al problema
- La valutazione, la misurazione e la gestione del rischio di tasso di interesse
- L'esposizione al rischio di tasso di interesse nelle imprese: variabili determinanti, strumenti di controllo e logiche di gestione
- Gli strumenti per la gestione del rischio di tasso di interesse
- Analisi e discussione in piccoli gruppi di un caso aziendale sulle problematiche connesse all'esposizione e alla copertura del rischio di tasso di interesse
- Il profilo economico-competitivo del rischio di cambio
- Il rischio di cambio da transazioni: monitoraggio dell'esposizione e nozione di "rischio"
- Strumenti tradizionali e strumenti derivati per la gestione del rischio di cambio
- La gestione del rischio di cambio



- Analisi e discussione in piccoli gruppi di un caso aziendale sulle problematiche connesse all'esposizione e alla copertura del rischio di cambio
- Il futures sul petrolio e sui suoi derivati: descrizione e finalità di utilizzo
- Analisi e discussione in piccoli gruppi di un caso aziendale sulle problematiche connesse all'esposizione e alla copertura del rischio di prezzo del petrolio.

**Testi di riferimento**

Durante la prima lezione il docente illustrerà i contenuti del corso ed indicherà il testo di riferimento. Le medesime informazioni si potranno reperire su Internet alla pagina del docente, all'indirizzo:  
<http://economia.unipr.it/docenti/GANDOLFI>

**Modalità didattiche**

Il corso comprenderà lezioni, ma soprattutto esercitazioni in piccoli gruppi, seminari e discussioni guidate di modelli di simulazione.

**Lecture consigliate**

Durante il corso il docente proporrà alcune letture integrative e/o sostitutive necessarie per la preparazione dell'esame, ma soprattutto per consentire agli studenti di approfondire le tematiche trattate.

**Modalità di accertamento**

Esame orale.

## **GESTIONE DEL RISCHIO**

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof.ssa Paola Modesti)

### **Obiettivi**

La finanza moderna è oggi un campo estremamente complesso e spesso utilizza strumenti matematici più raffinati del calcolo finanziario classico. Scopo del corso è presentare i principali argomenti della finanza quantitativa in modo piano ed accessibile, stimolando l'intuizione, senza rinunciare tuttavia agli aspetti di formalizzazione ormai indispensabili a chiunque desideri operare sui mercati finanziari.

Nel corso si illustrano le principali caratteristiche di un mercato finanziario con particolare riferimento ai mezzi derivati classici (contratti *forward*, *futures*, *swap* ed opzioni) ed alla determinazione dei loro prezzi. Un cenno alle equazioni differenziali stocastiche ed al loro significato finanziario permette di presentare il celebre modello di Black e Scholes.

### **Programma**

#### **— *Mercati e mezzi derivati***

Azioni, merci, valute, contratti *forward*, *futures* ed opzioni.

#### **— *Opzioni: il modello binomiale***

L'albero binomiale. Il valore di un'opzione. Arbitraggio e non arbitraggio.

#### **— *L'andamento aleatorio delle attività finanziarie***

La deriva. La volatilità. Il processo di Wiener. Nozioni elementari di calcolo stocastico. Il lemma di Ito. Passeggiate aleatorie.

#### **— *Il modello di Black e Scholes***

Verso l'eliminazione del rischio: il concetto di copertura. Condizione di non arbitraggio. Le ipotesi del modello. L'equazione di Black e Scholes. Casi particolari.

**Testi d'esame**

WILMOTT P., *Introduzione alla Finanza Quantitativa*, EGEA, Milano, 2003.

Ulteriori indicazioni bibliografiche saranno fornite all'inizio del corso.

**Modalità d'accertamento**

Prova orale.

## **GESTIONE DEL RISCHIO – CORSO PROGREDITO**

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Enrico Moretto)

### **Obiettivi**

Il corso mira a fornire una panoramica sui più recenti modelli di valutazione dei titoli finanziari. Partendo da basi assiomatiche vengono descritti, sia in ambito di tempo discreto che continuo, i mercati con l'intenzione di mostrare agli studenti come formalizzare alcuni fenomeni finanziari.

### **Programma**

- Richiami di teoria dell'utilità attesa
- Mercati completi ed incompleti sia in tempo discreto che continuo e valutazione neutrale al rischio
- La relazione fondamentale di valutazione di contratti finanziari in ambito aleatorio e le sue applicazioni
- Cenni sulla valutazione delle opzioni esotiche.

### **Testo d'esame**

Appunti delle lezioni e materiale fornito dal docente.

### **Testi di riferimento**

WILMOTT P., *Introduzione alla Finanza quantitativa*, Egea, Milano, 2001

DOZHAN M.U., *Prices in Financial Markets*, Oxford University Press, 1990

COCHRANE J.H., *Asset Pricing*, Princeton University Press, 2005

### **Modalità di accertamento**

Esame in forma orale.

**LINGUA INGLESE (CORSO PROGREDITO)  
IDONEITA' LINGUISTICA**

Le informazioni relative all'Idoneità di Lingua Inglese (Corso progredito) saranno rese disponibili, al più presto, sul sito Internet della Facoltà (<http://economia.unipr.it/>)

## **MATEMATICA PER LA FINANZA**

(60 ORE – 10 CFU)

(Prof.ssa Paola Azzimondi) (modulo 1)

(Prof.ssa Simona Sanfelici) (modulo 2)

### **Obiettivi**

Il Corso intende fornire allo studente le conoscenze e gli strumenti matematici più utili per l'Economia e la Finanza. In particolare, esso è rivolto a chi voglia approfondire gli aspetti matematico-quantitativi della Finanza e dell'Economia ed acquisire gli strumenti utili per intraprendere una carriera operativa nell'ambito della gestione finanziaria e dell'analisi dei mercati.

### **Programma**

Il Corso si pone come principali obiettivi l'analisi di sistemi dinamici discreti e continui in Economia e Finanza e lo studio teorico e numerico delle equazioni differenziali ordinarie e delle equazioni differenziali stocastiche. In particolare, verranno analizzati i principali modelli differenziali per la valutazione di titoli finanziari derivati. Il Corso prevede alcune ore di laboratorio informatico, durante le quali lo studente potrà sperimentare i principali concetti teorici presentati, radicandone la comprensione e l'uso attraverso l'elaborazione di programmi applicativi che utilizzano il software Matlab.

Gli argomenti trattati sono:

- Elementi di Teoria della Probabilità.
- Successioni e sistemi dinamici discreti.
- Equazioni differenziali ordinarie e sistemi dinamici continui.
- Equazioni differenziali stocastiche.
- Metodi numerici per equazioni differenziali ordinarie e stocastiche.
- Valutazione di titoli derivati.

Per ogni argomento sono previste le relative applicazioni. Eventuali variazioni ed approfondimenti di programma saranno concordati con gli studenti frequentanti e resi disponibili su Internet.

**Testo d'esame**

Il testo verrà segnalato durante le lezioni ed indicato nel programma dettagliato del corso. Verranno inoltre fornite dispense redatte dai docenti.

**Siti internet**

<http://economia.unipr.it/docenti/azzimondi>

<http://economia.unipr.it/docenti/sanfelici>

**Modalità d'esame**

Prova pratica e colloquio orale.

## **METODI E MODELLI PER GLI STRUMENTI FINANZIARI**

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Enrico Moretto)

### **Obiettivi**

Le metodologie di analisi finanziaria richiedono una serie di nozioni di tipo quantitativo che vanno dal calcolo differenziale alla teoria dell'ottimizzazione e dal calcolo delle probabilità ai processi stocastici. Scopo di questo corso introduttivo è quello di fornire gli strumenti necessari per lo studio dei modelli finanziari che verranno poi approfonditi durante il corso di studi. Ove possibile verrà usato il computer per la risoluzione di problemi concreti.

### **Programma**

- Calcolo differenziale in più variabili: la formula di Taylor, cenni all'ottimizzazione libera e vincolata con vincoli di uguaglianza e disuguaglianza (applicazione finanziaria: modello media-varianza).
- Programmazione lineare: impostazione e risoluzione di problemi di P.L. mediante il metodo grafico e tramite Excel (applicazione finanziaria: teoria dell'immunizzazione finanziaria).
- Calcolo delle probabilità: richiami di calcolo integrale, variabili aleatorie e distribuzioni di probabilità (applicazioni finanziarie: *Value-at-Risk* e misure coerenti di rischio).

### **Testo d'esame**

Appunti delle lezioni e materiale predisposto dal docente.

### **Modalità di accertamento**

Prova orale.



## **PREVISIONI FINANZIARIE**

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Giovanni Verga)

### **Obiettivi**

Lo scopo del corso è l'apprendimento delle principali tecniche di previsione e verifiche empiriche. Dopo aver presentato le principali tecniche di stima contenute in un noto software econometrico, il corso si occupa dei concetti fondamentali relativi alle analisi empiriche per poi passare a *case studies* di argomento finanziario.

Il corso richiede un uso notevole del computer ed è pertanto caldamente consigliata la frequenza.

### **Programma**

- Le principali tecniche econometriche (applicazioni del programma Eviews).
- Differenti tecniche di previsione (modello econometrico, serie storiche, indicatori, etc.).
- Applicazioni a casi concreti.

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

*Dispense di Previsione Finanziarie* a.a. 2005/2006, disponibile sul sito internet del corso e presso l'ufficio fotocopie della Facoltà di Economia.

### **Modalità di accertamento**

Prova al computer con interrogazione orale.

## **RISCHI OPERATIVI AZIENDALI**

(30 ore – 5 CFU)

(Prof. Claudio Cacciamani)

### **Obiettivi**

Il corso intende analizzare le tematiche relative ai rischi operativi e 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 tecniche e 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 metodologiche 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**

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

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

CACCIAMANI C., *Rischi puri e valore di impresa*, Edizioni Goliardiche, 2005

#### **Modalità di accertamento**

Prova orale.

**STATISTICA DEI MERCATI FINANZIARI  
CORSO PROGREDITO**

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Giorgio Gozzi)

**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.

12. *Approfondimenti dell'analisi tecnica quantitativa*

Gli oscillatori e i principali segnali operativi.

13. *Approfondimenti della modellistica ARIMA*

Cenni al concetto di processo stocastico. I momenti di un processo stocastico e la loro stima. Alcuni tipi di processo stocastico: *white noise*, *random walk*, autoregressivi, a media mobile. Le varie fasi della metodologia Box-Jenkins: trattamenti preliminari, identificazione, stima, verifica.

14. *Modelli per la volatilità*

Concetto di volatilità. Metodi di calcolo della volatilità. I modelli ARCH e GARCH.

15. *La previsione*

Definizione del concetto di previsione. Indici di bontà delle previsioni: errore assoluto medio (EAM), errore quadratico medio (EQM), indici di Theil.

Il livellamento esponenziale

Sono previste diverse esercitazioni in aula informatica su serie storiche reali mediante l'utilizzo del programma Eviews.

**Testi consigliati**

Dispensa su tutti gli argomenti del corso (disponibile presso l'ufficio fotocopie della Facoltà).

**Libri di approfondimento**

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.

HAMILTON J., *Econometria delle serie storiche*, Traduzione a cura di Sitzia B., Monduzzi Editore, 1995.

MILLS T. C., *The econometric modelling of financial time series*, Cambridge University Press, Cambridge, 1999.

**Modalità di accertamento**

Prova scritta ed eventuale colloquio orale.

## **STORIA DEI MERCATI FINANZIARI**

(30 ORE – 5 CFU)

(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.

### **Programma**

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, etc.). 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.

### **Testi d'esame**

FELLONI G., *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);

ALLEN L., *Il sistema finanziario globale. Dal 1750 ad oggi*, Bruno Mondadori, Milano, 2002 (pp. 1-216).

**Modalità d'accertamento**

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

## **STRUMENTI AVANZATI DI GESTIONE FINANZIARIA**

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Stefano Monferrà)

### **Obiettivi**

Il corso intende completare il quadro delle operazioni di finanziamento complesse focalizzando l'attenzione sulle operazioni d'investment banking. Lo studio delle operazioni di finanza strutturata, di gestione dei rischi puri aziendali e di analisi della convenienza economica tra operazioni finanziarie complesse completa il quadro delle opzioni a disposizione delle aziende nel processo di scelta che caratterizza l'attività di copertura del proprio fabbisogno finanziario.

### **Programma**

Il corso affronta, in primo luogo, il posizionamento delle diverse tipologie di operazioni finanziarie in funzione delle loro caratteristiche e della natura dei fabbisogni che intendono soddisfare. In particolare vengono analizzate le caratteristiche e la struttura delle operazioni di quotazione delle imprese, di emissione di corporate bonds e di finanza strutturata (project finance e securitisation). Il corso affronta anche i temi dei rischi aziendali e della loro copertura mediante la costruzione di prodotti articolati quali strumenti ART o cartolarizzazione di rischi puri.

La seconda parte del corso intende analizzare alcuni strumenti finanziari quali leasing e factoring in un'ottica evoluta, sia attraverso un'analisi delle loro caratteristiche, sia tramite la valutazione comparata degli impatti che questi producono sulla gestione aziendale.

Il corso prevede l'intervento di testimoni del mondo bancario nonché lo svolgimento di una serie di esercitazioni svolte in aula dal docente con il contributo attivo degli studenti con l'obiettivo di avvicinare alla realtà pratica la trattazione dei temi oggetto del corso.



**Testo d'esame**

Il testo d'esame consigliato è Corporate e Investment Banking a cura di G. Forestieri, EGEA, 2005.

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

**Modalità di accertamento**

Esame orale.

## **TECNICA DELLE ASSICURAZIONI**

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof.ssa Annamaria Olivieri)

### **Obiettivi**

Scopo del corso è la presentazione dei fondamenti tecnici dell'attività assicurativa; l'approccio è pertanto quantitativo. L'analisi teorica dei principali concetti, che saranno introdotti soprattutto da un punto di vista economico-finanziario, è completata con alcune esercitazioni pratiche (in ambiente Excel) e testimonianze.

### **Competenze acquisibili**

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

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

### **Programma**

Sono trattati i seguenti argomenti.

- La struttura dei prodotti assicurativi: coperture contro i danni, coperture sulla vita.
- Il pricing dei prodotti assicurativi. Classi di rischio e classi di premio. Mutualità e solidarietà. Basi tecniche per coperture assicurative contro i danni e per coperture assicurative sulla vita.
- La gestione di un portafoglio di coperture assicurative di breve termine. Riserve tecniche e surplus.
- La gestione di un portafoglio di coperture assicurative sulla durata di vita. Riserve matematiche e utili.
- Il risk management di un portafoglio assicurativo. Riassicurazione. Allocazione di capitale.

Al termine delle lezioni sarà fornito, su Internet, il programma dettagliato del corso.

**Testo d'esame**

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

Ulteriori riferimenti bibliografici saranno comunicati durante le lezioni ed indicati nel programma dettagliato del corso. I file Excel relativi alle esercitazioni potranno essere scaricati dal sito del corso.

**Modalità di accertamento**

Colloquio orale.

**Sito internet**

<http://economia.unipr.it/docenti/olivieri>

## LAUREA SPECIALISTICA

in

### “SVILUPPO LOCALE, COOPERAZIONE E MERCATI INTERNAZIONALI”

#### **Obiettivi formativi**

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

Il corso si presenta come la prosecuzione ideale del percorso di uno studente che abbia acquisito i principi di base delle discipline economiche ed aziendali manifestando un particolare interesse per le problematiche dello sviluppo socioeconomico dei Paesi e delle regioni arretrate. Il corso, partendo da queste acquisizioni e da questi interessi, offre la possibilità di effettuare un approfondimento dei principi teorici dell'economia dello sviluppo e soprattutto di acquisire competenze altamente professionalizzanti nel campo della gestione di politiche e di progetti di sviluppo. L'obiettivo finale del corso è infatti di creare una figura professionale che sia in grado di contribuire al progresso sociale, economico e civile dei Paesi e delle regioni in ritardo. Più specificatamente il corso si propone di fornire agli allievi:

- capacità di analisi statistica ed economica di contesti locali nei Paesi in via di sviluppo o in aree arretrate dei Paesi avanzati;
- capacità di effettuare analisi di mercato riferite a specifiche industrie o filiere settoriali;

- capacità di animare i contesti locali mettendo in rete soggetti privati e soggetti istituzionali ai fini della promozione di azioni collettive;
- capacità di valutare il rilievo delle politiche di carattere ambientale e di politiche antidiscriminatorie riferite al genere, ai fini di uno sviluppo sostenibile e socialmente equo;
- capacità di elaborare, gestire e valutare progetti realizzati in contesti di Paesi o di regioni in ritardo;
- capacità di utilizzare i meccanismi del credito per favorire lo spin off di progetti imprenditoriali;
- capacità di interagire con gli organismi internazionali e nazionali che operano nel campo della cooperazione allo sviluppo e delle politiche strutturali europee e di utilizzare le opportunità di finanziamento da esse offerte;
- conoscenza avanzata della lingua inglese scritta e parlata.

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

## **Sbocchi professionali**

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

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

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

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

### **La struttura del corso**

Il percorso della laurea specialistica in Sviluppo Locale, Cooperazione e Mercati Internazionali si articola su due anni e offre due curricula, ciascuno dei quali prevede l'ottenimento di 120 crediti da parte dello studente, secondo il piano dei corsi indicato nella tabella che segue.

#### **PRIMO ANNO Curriculum Locale Internazionale**

Insegnamenti	CFU
Economia dello Sviluppo Locale	5
Geografia dello Sviluppo Locale	5
Analisi della Filiera settoriale	10
Statistica Applicata	5
Storia dello Sviluppo Locale	5
Economia dell'Azione Collettiva	10
Economia dell'Ambiente	5
Politiche di Genere	5
Lingua Inglese – Corso Avanzato	5
Politiche industriali per lo Sviluppo	5

#### **SECONDO ANNO Curriculum Locale Internazionale**

Insegnamenti	CFU
Economia internazionale reale	5
Diritto commerciale (contratti internazionali.)	5
Economia dello Sviluppo II	5
Applicazioni di microcredito	5
Economia del Fair Trade	5
Politiche di Filiera Agroalimentare	5
Valutazione progetti e politiche pubbliche	5
Attività a scelta dello studente (*)	6
Stage/Tesi	19
<b>Totale</b>	<b>120</b>

### PRIMO ANNO Curriculum Locale Nazionale

Insegnamenti	CFU
Economia dello Sviluppo Locale	5
Geografia dello Sviluppo Locale	5
Analisi della Filiera settoriale	10
Statistica Applicata	5
Storia dello Sviluppo Locale	5
Economia dell'Azione Collettiva	10
Economia dell'Ambiente	5
Politiche di Genere	5
Lingua Inglese – Corso Avanzato	5
Diritto e Politiche delle Istituzioni Locali	5

### SECONDO ANNO Curriculum Locale Nazionale

Le politiche di coesione dell'Unione Europea	5
Le politiche urbane	3
Le politiche della nuova programmazione	2
Le politiche europee dei trasporti	5
Marketing del Territorio	5
Turismo e marketing dei beni culturali	5
Analisi delle politiche pubbliche	5
Valutazione progetti e politiche pubbliche	5
Attività a scelta dello studente (*)	6
Stage/Tesi	19
Totale	120

(\*) Attività formative a scelta dello studente – l'acquisizione dei 6 CFU può essere conseguita o scegliendo due o più insegnamenti tra quelli attivati nell'ambito di una laurea specialistica della Facoltà, fermo restando il divieto di reiterazione degli esami, oppure con attività extra-curricolari (quali stage, tirocini, ecc.) per le quali deve essere richiesta un'autorizzazione preventiva del Referente del corso.



Nell'anno accademico 2005/06 è attivato il I anno di corso per entrambi gli indirizzi.

Per conseguire il titolo, gli studenti dovranno svolgere una tesi assegnata da uno dei docenti del corso di studi e superare l'esame di laurea. E' anche contemplata la possibilità di sostituire esami e tesi di laurea con un periodo di stage, previa approvazione del progetto di stage dal Consiglio di Corso di laurea. Nel caso di stage, la tesi di laurea coinciderà con il rapporto di stage.

### **Ammissione**

Si vedano innanzitutto le Informazioni Generali Importanti. Specificamente per il corso di laurea specialistica in Sviluppo Locale, Cooperazione e Mercati Internazionali, sono ammessi senza debiti formativi i laureati triennali in Economia dello Sviluppo e della Cooperazione Internazionale (classe 28) ed in Politica ed Economia per la Cooperazione Internazionale allo Sviluppo (classe 35) attivate presso la Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Parma.

Per i laureati triennali in possesso di una laurea appartenente alla **Classe 17 o alla Classe 28**, conseguita presso la Facoltà di Economia dell'Università di Parma o altro Ateneo, i debiti formativi sono fissati nella misura massima di 10 CFU, e specificamente si richiede il superamento degli esami dei seguenti insegnamenti:

**Economia dello Sviluppo** – 30 ore – 5 CFU

**Geografia dello Sviluppo Locale I** – 30 ore – 5 CFU

Per i laureati triennali in possesso di una laurea appartenente alla **Classe 35**, presso Atenei differenti da quello di Parma, i debiti formativi sono fissati nella misura massima di 19 CFU, e specificamente si richiede il superamento degli esami dei seguenti insegnamenti:

**Economia aziendale I** – 30 ore – 5 CFU

**Statistica – Analisi dei dati** – 30 ore – 4 CFU

**Matematica finanziaria** – 30 ore – 5 CFU

**Intermediari finanziari e microcredito** – 30 ore – 5 CFU

Lo studente che, nell'ambito del corso di studio di primo livello, abbia già sostenuto esami relativi ad insegnamenti con contenuto equivalente a quelli sopra specificati, è *ammesso senza debiti formativi* (o con un numero di debiti formativi ridotto in relazione all'attività già svolta).

Coloro che si trovano invece nella posizione di dover colmare eventuali debiti formativi della laurea triennale, hanno facoltà di utilizzare allo scopo i crediti liberi previsti dal corso di laurea specialistica prescelto, diminuendo di conseguenza il numero degli esami da sostenere per ottenere la laurea specialistica stessa.

Per i laureati triennali provenienti da **classi diverse** dalla 17, 28 e 35, di qualunque ateneo, il numero massimo di debiti formativi con cui si può essere ammessi alla Specialistica è 35. Una commissione appositamente costituita valuterà ogni singola richiesta sulla base del curriculum personale ed accademico di ciascun studente. Per avanzare la propria domanda alla commissione è sufficiente prendere contatto telefonico o via e-mail con il Manager Didattico del Corso di Laurea.

**Per informazioni contattare:**

GUGLIELMO WOLLEB  
Professore Ordinario  
Dipartimento Di Economia  
Via Kennedy, 6 - 43100 Parma  
guglielmo.wolleb@unipr.it

ELENA PANCIROLI  
Manager Didattico CLES  
Via Kennedy, 6 – 43100 Parma  
Tel. 0521 032265  
mdcles@unipr.it

**Contenuti dei corsi**

Per agevolare la piena comprensione dei contenuti formativi della laurea specialistica in Sviluppo Locale, Cooperazione e Mercati

Internazionali, nel seguito si presentano sinteticamente i contenuti dei singoli insegnamenti, specificandone obiettivi, metodologie, crediti, modalità di esame e docente di riferimento, ove già nominato alla data in cui questa Guida va in stampa.

## **ANALISI DELLA FILIERA SETTORIALE**

(60 ORE – 10 CFU)

(Prof. Roberto Ravazzoni – Mod. 1)

(Prof.ssa Silvia Bellini – Mod. 2)

### **Obiettivi**

Il Corso si propone di illustrare gli elementi concettuali di base ed 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 operano, al fine di scegliere un'efficace strategia e un coerente posizionamento di mercato.

Il Corso è strutturato in due moduli.

Il primo affronta le tematiche inerenti l'analisi dell'impresa, il suo rapporto con il contesto di riferimento esterno e la sua gestione strategica. L'obiettivo è fornire un quadro di riferimento sulle diverse possibili opzioni competitive 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.

Il secondo si occupa di indagare il contesto di riferimento in cui l'impresa opera e pone in essere le strategie competitive. L'obiettivo è duplice: da un lato, si vuole fornire una metodologia di analisi settoriale che consenta di definire e studiare l'ambito competitivo e di mercato delle imprese, in un contesto reso sempre più complesso dall'innovazione tecnologica e dai cambiamenti nei modelli di consumo e di acquisto; dall'altro lato, si illustrano le scelte strategiche che le imprese devono effettuare per operare con successo nei nuovi contesti competitivi.

### **Programma**

#### Modulo I

- Il concetto di strategia
- L'analisi di settore

- Dall'analisi di settore all'analisi dei concorrenti
- Le risorse e le competenze come base per la strategia
- La natura e le fonti del vantaggio competitivo
- Il vantaggio di costo
- Il vantaggio di differenziazione

## Modulo II

- Dinamismo economico e natura del settore
- Il processo di convergenza settoriale e la revisione degli strumenti di analisi competitiva
- Nuovi modelli interpretativi delle dinamiche competitive
- Le strategie di business nei nuovi contesti competitivi
- Le strategie di gruppo nei nuovi contesti competitivi
- L'analisi competitiva e strategica in specifici ambiti competitivi: casi di studio
- Convergenza settoriale e implicazioni per l'analisi della concorrenza

### **Modalità didattiche**

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

### **Testi d'esame**

GRANT, R.M. (1999), *L'analisi strategica per le decisioni aziendali*, Il Mulino, Bologna, ultima edizione.

Per gli studenti frequentanti è possibile sostituire parti del testo con 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.

## **ANALISI DELLE POLITICHE PUBBLICHE**

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Mario Biagioli)

### **Obiettivi**

La complessità degli interventi pubblici necessita di un adeguato strumentario concettuale per comprendere: (1) i fattori che intervengono nel far sì che un problema collettivo diventi una decisione pubblica; e (2) i fattori che possono spiegare come una decisione venga attuata e da essa scaturiscano determinati esiti.

Il modulo ha lo scopo di introdurre i concetti fondamentali della disciplina, così da fornire ai partecipanti gli strumenti per interpretare l'attività pubblica in contesti caratterizzati da politiche multilivello (caratterizzate, cioè, dall'intervento di vari livelli politico-amministrativi) in cui un ruolo rilevante è spesso giocato da soggetti privati.

In questo contesto, i principali interrogativi sono:

- Quali sono gli strumenti per definire i contenuti e i confini di una politica pubblica?
- I tipi di politica condizionano i comportamenti degli attori?
- Quali indicazioni prospettive possono essere tratte dai modelli riguardanti i processi decisionali?
- Quali sono i fattori che influenzano i processi di attuazione?
- Come sono concettualizzabili gli attori dei processi di policy-making e che modalità di interazione assumono?

### **Programma**

Il modulo si apre con un approfondimento sul concetto di politica pubblica, in cui tratta di evidenziare gli elementi che caratterizzano l'intervento pubblico rispetto allo spazio del mercato.

Il ciclo di policy è il secondo argomento, utile a fini logici per presentare gli aspetti distintivi e problematici delle fasi di "messa in agenda", di formulazione e decisione, di attuazione e di valutazione. La presentazione di modalità di concettualizzazione delle politiche pubbliche secondo varie tipologie consente di introdurre ipotesi che

legano le diverse caratteristiche delle politiche con le categorie di attori coinvolti e con i loro possibili comportamenti. In particolare, verrà approfondito il concetto di attore di policy.

I passaggi successivi sono dedicati alle teorie relative ai modelli decisionali e agli approcci per studiare i processi di attuazione delle politiche; inoltre, una breve introduzione sarà riservata alla valutazione, tema cui è dedicato un modulo apposito.

Infine, a completamento del percorso, sarà effettuato un approfondimento sulla complessità delle politiche sotto il profilo delle tipologie di configurazioni decisionali; in altre parole, sugli idealtipi di reti di attori che possono essere coinvolti in politiche pubbliche e sugli stili decisionali che essi possono adottare.

#### **Modalità didattiche**

Il modulo intende formare competenze analitiche per ricostruire e interpretare politiche pubbliche complesse. Al termine gli studenti avranno assunto i concetti fondamentali della policy analysis, sia per quanto concerne l'approccio di analisi razionale, sia per quello di tipo ricostruttivo.

La metodologia prevalente è quella della lezione frontale, basata sul richiamo alla letteratura di base in materia. Sarà peraltro frequente il richiamo a casi tratti dalla realtà italiana.

#### **Modalità di accertamento**

Esame orale, teso ad accertare che la materia sia stata assimilata non soltanto riguardo alla letteratura di base ma anche che lo studente sia in grado di istituire un collegamento tra detta letteratura teorica e i casi empirici esaminati.

#### **Materiali didattici e riferimenti bibliografici**

Saranno indicati durante il corso.

**DIRITTO E POLITICHE DELLE ISTITUZIONI LOCALI**

(30 ORE – 5 CFU)

(docente da definire)

Programma da definire



## **ECONOMIA DELL'AMBIENTE**

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Paolo Fabbri)

### **Obiettivi**

Il corso si pone l'obiettivo di fornire le nozioni di compatibilità ambientale e interazione tra sistema economico e ambiente, in particolare per quanto riguarda l'uso delle risorse comuni e lo sviluppo sostenibile.

### **Programma**

- Economia e ambiente: due parti di un insieme
- Le risorse naturali e il fallimento del mercato
- Le risorse naturali: scarsità, classificazione, misurazione
- La teoria della valutazione dei beni non scambiati sul mercato
- Calore economico, valore totale delle risorse

### **Testo d'esame**

HANLEY, N., SHOEGREN, J. F., WHITE, B., *Environmental economics in Theory and Practice*, McMillan

### **Modalità di accertamento**

L'accertamento avviene con una prova scritta basata su domande aperte, o, in alternativa, con la presentazione di una breve ricerca su aspetti trattati nel corso.

## **ECONOMIA DELL'AZIONE COLLETTIVA**

(60 ORE – 10 CFU)

(Prof. Alessandro Arrighetti)

### **Obiettivi**

L'insegnamento si propone di analizzare le possibilità e le difficoltà della cooperazione tra gli individui e tra le organizzazioni (imprese). La letteratura su questo tema ha messo in evidenza, insieme ai vantaggi, i vincoli all'avvio e al consolidamento di soluzioni di azione collettiva. Nel corso verranno quindi approfonditi i fattori che influenzano il livello dei benefici da cooperazione, le variabili che hanno impatto sui costi (di coordinamento e di regolazione) e le condizioni che favoriscono la diffusione della cooperazione settoriali e nazionali.

### **Testi**

A. Arrighetti (2005), "Economia dell'azione collettiva". Il testo sarà scaricabile dalla pagina web del docente.

## ECONOMIA DELLO SVILUPPO LOCALE

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Gilberto Seravalli)

### **Obiettivi**

L'obiettivo di questo insegnamento è illustrare le possibili risposte a due domande: i) lo sviluppo economico risponde ad un unico "modello" o vi sono diverse vie allo sviluppo?; ii) se vi sono diverse vie, e quindi è rilevante la dimensione locale dello sviluppo, è necessario pensare anche a politiche locali per ottenerlo?

Lo svolgimento di simili argomenti partirà dalla *New Economic Geography* (NEG) che spiega perché le attività economiche sono territorialmente concentrate così che esistono aree ricche e aree povere anche all'interno di uno stesso Paese. Si passerà poi ad introdurre due nuove ipotesi (in genere assenti nel paradigma NEG): a) nelle aree arretrate vi sono sempre "risorse immobili inutilizzate" e b) queste risorse non vengono utilizzate per vincoli interni di varia natura e spesso di natura politico istituzionale. Si considererà, quindi, la letteratura sui distretti industriali che offre una prima indicazione di che cosa possano essere queste risorse immobili. Esse sono risorse, che in altre aree sono mobili, le quali hanno assunto una speciale coesione (o coerenza funzionale), tanto da assumere il carattere dell'immobilità in quanto altrove non sarebbero altrettanto produttive. Si farà vedere, poi, come l'impostazione distrettualista presenti tuttavia alcuni limiti. Le risorse immobili che vengono individuate sono connotate, per la loro coesione o coerenza funzionale, quasi esclusivamente sul piano "culturale". Sono assenti invece alcune risorse immobili che svolgono un ruolo riconosciuto nello sviluppo economico, come i beni pubblici o collettivi nella più ampia definizione. Un passo avanti si può fare, dunque, dando spazio e ruolo alla risorsa immobile "architettura istituzionale". Questa risorsa immobile ha due caratteristiche che la rendono analiticamente interessante: a) la sua generalità, in quanto può essere riferita a sistemi territoriali e non solo necessariamente ai distretti, b) il suo essere soggetto di politiche capaci di influire sulle altre risorse immobili. Lo

sviluppo (potenziale o desiderato) determina un'incoerenza fra offerta di beni pubblici e paradigma socio-istituzionale associato (propri del sottosviluppo), e domanda di beni pubblici e paradigma socio-istituzionale associato (propri dello sviluppo potenziale). Si tratta, si potrebbe dire, di una contrapposizione fra un'offerta di beni pubblici sostenuta da un insieme di forze sociali ed una domanda di beni pubblici sostenuta da un insieme alternativo di forze sociali. Il problema del cambiamento si pone pertanto, per garantire lo sviluppo, come superamento di questa contrapposizione, rinnovando l'offerta di beni pubblici e costruendo un nuovo arco di forze sociali dominanti. Il superamento di questa contrapposizione è difficile ma possibile. Un ruolo chiave giocano qui le leadership istituzionali (imprenditori istituzionali) che possono attivare politiche intenzionali capaci di anticipare le nuove domande di beni pubblici e costruire il consenso intorno ad esse.

**Testi d'esame**

Verranno distribuite dispense a cura del docente.

**Modalità di accertamento**

Esame di regola scritto.

## **GEOGRAFIA DELLO SVILUPPO LOCALE 2**

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Fabio Sforzi)

### **Obiettivi**

Lo sviluppo locale e le pratiche ad esso collegate rappresentano un'esperienza condivisa da numerosi paesi sviluppati e in via di sviluppo. Nel tempo, tale esperienza si è alimentata più attraverso la realizzazione di programmi e progetti – focalizzati sul ruolo dei governi locali come promotori di azioni collettive per lo sviluppo economico – che attraverso la determinazione del concetto, che resta ancora un tema di dibattito. A partire da una riflessione critica su ciò che si deve intendere per sviluppo locale, il corso fornisce gli strumenti teorici e metodologici per l'interpretazione locale del cambiamento economico nella prospettiva della definizione di strategie di sviluppo. Particolare attenzione sarà prestata alle diverse aree tematiche dello sviluppo locale (città, distretti industriali, ambienti rurali ecc.) che saranno illustrate attraverso le principali esperienze realizzate in Italia e in alcuni paesi in via di sviluppo.

### **Programma**

1) Le origini dello sviluppo locale; 2) Lo sviluppo locale: un nuovo paradigma per lo sviluppo economico; 3) Il “locale” e le sue diverse definizioni; 4) Il ruolo dello Stato e delle organizzazioni internazionali nei processi di sviluppo locale; 5) La natura dello sviluppo locale; 6) Lo sviluppo locale nell'esperienza italiana; 7) Lo sviluppo locale nell'esperienza dei paesi in via di sviluppo.

### **Testi d'esame**

Saranno indicati dal docente all'inizio del corso.

### **Modalità di accertamento**

L'esame si compone di due prove: la prima prova è scritta, e consiste nella stesura di un breve relazione (di 5.000 parole) su un argomento del corso concordato con il docente. La seconda prova è un colloquio orale. La valutazione di entrambe le prove concorre al giudizio finale.

## **LE POLITICHE DELLA NUOVA PROGRAMMAZIONE**

(12 ORE – 2 CFU)

(Prof. Guglielmo Wolleb)

### **Obiettivi**

#### *Gli interrogativi*

Negli anni novanta del secolo appena concluso, le politiche pubbliche a favore dello sviluppo economico si sono arricchite di un set particolarmente innovativo di strumenti inquadrato nell'ambito della cosiddetta "nuova programmazione". Per molti aspetti detti strumenti tendono a configurare un nuovo approccio al tema dello sviluppo, soprattutto rispetto agli interventi tradizionali adottati a lungo nel Mezzogiorno d'Italia. In particolare, la "nuova programmazione" si caratterizza come un processo fondato sull'esplicitazione e la valutazione dei fabbisogni sociali, sull'applicazione del principio della sussidiarietà, sulla negoziazione fra le molteplici parti coinvolte nelle decisioni pubbliche, sul coinvolgimento degli investitori privati.

L'obiettivo del corso è di rispondere ai seguenti interrogativi.

Che risultati ha finora conseguito la "nuova programmazione"? Quali tra i suoi strumenti di applicazione ha centrato gli obiettivi? In quali contesti geo-economici e istituzionali ha attecchito più facilmente?

Come è cambiata la governance dei territori?

Come sono misurabili e valutabili i cambiamenti indotti nei territori che hanno sperimentato strumenti della "programmazione negoziata"?

### **Programma**

#### *I contenuti*

Il modulo ha innanzitutto l'obiettivo di offrire ai partecipanti l'interpretazione delle razionalità sottese alla "nuova programmazione" in termini di categorie e riferimenti teorici dell'economia dello sviluppo. Il cuore formativo del modulo sarà tuttavia incentrato sulla conoscenza dettagliata dei singoli strumenti della "programmazione negoziata" e sui meccanismi procedurali della loro attuazione (Intese

istituzionali di programma; Accordi di programma quadro, Contratti d'area; Contratti di programma; Patti territoriali, Programmi integrati d'area).

**Testo d'esame**

Da concordare con il docente

**Modalità di accertamento**

Prova scritta.

## **LE POLITICHE DI COESIONE DELL'UNIONE EUROPEA**

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Guglielmo Wolleb)

### **Obiettivi**

Il corso si propone di rispondere ai seguenti interrogativi.

- Perché esiste una politica regionale europea?
- Quali sono i principi e le linee guida delle politiche regionali europee?
- Cosa sono i fondi strutturali?
- Quali problemi produce il processo di allargamento dell'Unione Europea?
- Come si valutano i principali programmi europei?

### **Programma**

#### *I contenuti*

Nell'ambito dei fattori che hanno rivoluzionato la politica regionale italiana, un ruolo particolare verrà dedicato alle politiche per la coesione dell'Unione Europea. La nascita di una vera e propria politica regionale europea può essere datata nel 1988, anno della riforma dei fondi strutturali. L'impatto sulle politiche nazionali di quelle europee è stato da allora decisivo sul piano dei contenuti, dei metodi e delle disponibilità finanziarie.

Il modulo pertanto si propone di trattare in profondità le tematiche relative alle politiche regionali europee fino ad Agenda 2000 ed alla nuova riforma dei fondi strutturali che sta venendo alla luce in questi mesi di fine 2005. Questa analisi verrà effettuata con riferimento costante alla storia più ampia dell'Unione europea e ai cambiamenti intervenuti nella natura dell'Unione, così come sono stati codificati dai Trattati. Un'enfasi particolare sarà data alla valutazione dei principali programmi europei già realizzatisi nel nostro Paese.



**Testo d'esame**

Da concordare con il docente

**Modalità di accertamento**

Prova scritta.

## **LE POLITICHE EUROPEE DEI TRASPORTI**

( 30 ORE – 5 CFU)

(Prof.ssa Carla Canali)

### **Obiettivi**

Pur non potendo conseguire da sole gli obiettivi della coesione economica e sociale, le infrastrutture ed i servizi di trasporto (e delle telecomunicazioni) costituiscono senza dubbio importanti strumenti per l'interconnessione tra i territori, in particolare tra le zone centrali e quelle periferiche e tra i centri urbani e la provincia. L'azione comunitaria mira attraverso la realizzazione delle reti transeuropee ad un riequilibrio territoriale per evitare un naturale addensamento delle reti nelle aree forti, aumentandone ulteriormente l'attrattività economica.

Il corso intende proporre le parti più significative ed attuali della disciplina e gli orientamenti comunitari.

### **Programma**

- La dimensione paneuropea della politica dei trasporti
- Le caratteristiche delle reti di trasporto
- Il potenziamento dell'efficacia delle infrastrutture esistenti
- L'attuazione dell'interoperabilità degli elementi della rete
- I collegamenti prioritari: i corridoi
- l'integrazione della dimensione ambientale nella rete
- I trasporti intelligenti.

### **Modalità didattiche**

Il corso prevede lezioni tradizionali e l'intervento di docenti ed esperti del settore, in un'ottica di interdisciplinarietà con altre materie della laurea specialistica in oggetto.

### **Testi d'esame**

Il materiale didattico verrà indicato dal docente.

**Modalità di accertamento**

Da definire in base alle modalità didattiche scelte.

## **LE POLITICHE URBANE**

(18 ORE – 3 CFU)

(Prof.ssa Franca Miani)

### **Obiettivi**

Le più recenti trasformazioni urbane hanno complessificato i problemi che il governo della città è chiamato ad affrontare. Si presentano nuove necessità di intervento all'operatore pubblico, con riferimento a temi di grande complessità, dal sostegno allo sviluppo locale alla promozione ed integrazione sociale; dalla rigenerazione delle zone urbane degradate alle politiche abitative. L'attore pubblico lavora con il settore privato per rispondere alla sfida globale, utilizzando gli strumenti offerti dalle nuove politiche urbane per rendere competitive le città. Tra questi si distinguono, per la rilevanza finanziaria e la robustezza dell'approccio teorico e dei modelli d'attuazione, l'iniziativa comunitaria URBAN, i Programmi Complessi di Riqualificazione Urbana e gli strumenti messi in campo dai diversi Programmi Operativi Regionali nell'ambito della Programmazione 2000-2006 delle Regioni Obiettivo 1.

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

### **Programma**

Organizzazione e governo del territorio urbano nella storia.

Dalla urbanistica alle politiche urbane.

Nuove politiche e strategie per lo sviluppo e la sostenibilità urbana.

Pratiche e casi di studio internazionali e nazionali.  
Alcune riflessioni critiche: prospettive, contraddizioni, commenti.

### **Modalità didattiche**

Il corso, dopo una introduzione epistemologica e metodologica, potrà svolgersi sia con lezioni frontali, anche con l'intervento di tecnici di settore, sia con l'elaborazione di uno studio diretto di uno o più casi, anche in una prospettiva interdisciplinare coordinata con altre materie della stessa laurea specialistica.

### **Testi d'esame**

Il materiale didattico verrà indicato dal docente durante lo svolgimento del corso poiché in parte dipenderà dalle modalità didattiche definite.

### **Modalità di accertamento**

Da definire in base alle modalità didattiche scelte.

**LINGUA INGLESE (CORSO PROGREDITO)  
IDONEITA' LINGUISTICA**

Le informazioni relative all'Idoneità di Lingua Inglese (Corso progredito) saranno rese disponibili, al più presto, sul sito Internet della Facoltà (<http://economia.unipr.it/>)

## **MARKETING DEL TERRITORIO**

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof.ssa Sabrina Latusi)

### **Obiettivi**

Negli attuali contesti economici, imprese e territori coevolvono nella ricerca di vantaggi competitivi, essendo le une reciprocamente risorse critiche per la competitività degli altri. Dal lato delle imprese, le politiche competitive sono sempre più dipendenti dalle specificità del contesto territoriale e dalla qualità sistemica dell'ambiente in cui sono localizzate. Dal lato dei territori, si assiste ad un contemporaneo incremento di concorrenzialità, che impone l'adozione di logiche e di strumenti competitivi, al fine di migliorare la capacità di attrarre investimenti e di offrire alle imprese serie prospettive di radicamento in ambienti forniti di elevate esternalità.

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

### **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
- 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.

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

LATUSI S., *Marketing territoriale per gli investimenti*, Milano, Egea, 2002 (escluso capitolo 8) - *per studenti frequentati e non frequentanti*  
 NAPOLITANO M.R., *Dal marketing territoriale alla gestione competitiva del territorio*, Napoli, Edizioni Scientifiche Italiane, 2000 (capitoli: 3, 4, 5.3, 6) - *per studenti non frequentanti*.  
 Raccolta di letture selezionate dal docente - *per studenti frequentanti*.

#### **Letture 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.

**POLITICHE DI GENERE**

( 30 ORE – 5 CFU)

(docente da definire)

Il programma verrà comunicato dal Docente all'inizio del corso.

## **POLITICHE INDUSTRIALI PER LO SVILUPPO**

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Augusto Ninni)

### **Obiettivi**

Il corso ha come scopo l'analisi delle giustificazioni teoriche e delle esperienze pratiche dell'intervento diretto dello Stato nel sistema produttivo dei Paesi Industrializzati e soprattutto dei Paesi in Via di Sviluppo, a partire dalla giustificazione classica dei "fallimenti del mercato" per tenere poi conto dei "fallimenti del non-mercato". Un ruolo importante nel ridisegnare i confini della politica industriale nazionale è stato poi svolto dagli organismi sopranazionali: l'UE nei confronti dell'Europa, il WTO per i paesi in via di sviluppo.

### **Programma**

Aspetti teorici della politica industriale. La soluzione sopranazionale: il Mercato Unico Europeo e l'avvento del WTO. Le "nuove" politiche industriali nei paesi industrializzati. Le politiche industriali nell'analisi e nell'operato del WTO e della Banca Mondiale. Le politiche industriali nei paesi in via di sviluppo: la politica per l'industria nascente e le politiche protezionistiche. Le politiche per la domanda pubblica. Le politiche industriali applicate di fatto in alcuni paesi non OCSE. Corruzione e politica industriale

### **Testi consigliati**

La documentazione necessaria al superamento dell'esame, e quella suggerita per approfondimenti, saranno rese disponibili al momento dell'inizio delle lezioni.

### **Modalità di accertamento**

Prova scritta al termine del corso.

**STATISTICA APPLICATA**  
**Modulo 1: Statistica Economica**  
**Modulo 2: Statistica Sociale**

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Luigi Grossi)

**Obiettivi**

Il corso si propone di fornire gli strumenti necessari per effettuare analisi statistiche territoriali rigorose a livello locale e a livello internazionale. Una delle esigenze più sentite sul territorio è infatti quella del reperimento di informazioni finalizzate all'impostazione di interventi di politica economica. Le informazioni possono essere estratte da banche dati esistenti o raccolte ex-novo. Durante il corso verranno forniti alcuni strumenti statistici e informatici finalizzati all'acquisizione dei dati e alla elaborazione degli stessi a scopo sintetico, interpretativo e previsivo.

**Programma**

**12. Analisi delle banche dati esistenti a livello territoriale**

- a. Le banche dati territoriali gestite dall'ISTAT. La stima del valore aggiunto a livello provinciale.
- b. La banca dati dell'Istituto Tagliacarne.
- c. Il SISTAN locale: le banche dati regionali, provinciali e camerali

**13. L'indagine statistica a livello sub-nazionale**

- a. Raccolta dei dati (modalità di raccolta dei dati, il questionario e tecniche di redazione del questionario, somministrazione del questionario, il metodo CATI).
- b. Elementi di informatica per la creazione di maschere di raccolta dei dati in excel/access.
- c. Controlli di qualità delle informazioni raccolte.

**14. Strumenti di analisi statistica ed informatica dei dati territoriali**

- a. Elaborazione ed analisi dei dati: calcolo di indici sintetici, distribuzioni di frequenza, tabelle a doppia entrata e grafici con excel.
- b. Interpretazione dei risultati
- c. Diffusione dei risultati
- d. Creazione di report in access per la sintesi dei risultati dei questionari
- e. Le query di selezione e a campi incrociati in access.

**Testi d'esame**

Materiale didattico distribuito dal docente durante il corso

**Modalità di accertamento**

Prova scritta con eventuale integrazione orale.

## **STORIA DELLO SVILUPPO LOCALE**

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Alberto Grandi)

### **Obiettivi**

Il corso si propone di ricostruire e interpretare lo sviluppo industriale italiano, con particolare riferimento alla nascita e all'affermazione dei distretti industriali nelle aree della cosiddetta Terza Italia. Tale sviluppo presenta, infatti, aspetti particolari, essendo incentrato sulla presenza di piccole e medie imprese, che si caratterizzano per una forte specializzazione e un'altrettanto marcata flessibilità. Il corso intende dimostrare che il successo di questa forma di industrializzazione è un elemento strutturale dell'intero processo di sviluppo italiano (e non solo un fatto marginale) e che, in tale contesto, è stata fondamentale l'azione delle istituzioni e organizzazioni locali (sistema formativo, banche locali, enti locali, associazioni imprenditoriali, ecc.).

### **Contenuti**

1) Il concetto di sviluppo locale; 2) L'industria italiana dall'Unità a oggi; 3) I distretti industriali nella storia economica italiana; 4) Sviluppo locale e istituzioni intermedie; 5) I casi di studio.

### **Testi d'esame**

ARRIGHETTI A. e SERAVALLI G. (a cura di), *Istituzioni intermedie e sviluppo locale*, Roma 1999.

Per gli studenti frequentanti saranno indicate altre letture durante il corso.

### **Modalità di accertamento**

L'esame avverrà in forma orale.

## **TURISMO E MARKETING DEI BENI CULTURALI**

(30 ORE – 5 CFU)

(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 e la classificazione dei beni artistici
- La struttura della domanda di prodotti culturali
- Il modello di marketing per la cultura e le arti
- La segmentazione del mercato dei prodotti artistici e culturali
- Il posizionamento competitivo dell'offerta di prodotti artistici e culturali
- Le ricerche di mercato per il marketing dei beni artistici e culturali
- La distribuzione dei prodotti artistici e culturali complessi
- Le politiche di prezzo dei beni artistici
- La legge di Baumol

- La comunicazione delle organizzazioni culturali
- Finanziamenti e sponsorizzazione delle attività artistiche e culturali
- Il marketing del teatro
- Il marketing dei musei
- I modelli di marketing nel settore della musica
- Il marketing del settore cinematografico
- La pianificazione dell'attività di marketing delle organizzazioni culturali

**Testi d'esame**

Dispensa a cura del docente.

**Letture consigliate**

COLBERT F., *Il marketing delle arti e della cultura*, Milano, ETAS libri, 2000.

CAVES, R., *L'industria della creatività. Economia delle attività artistiche e culturali*, Milano, ETAS, 2001.



## **VALUTAZIONE PROGETTI E POLITICHE PUBBLICHE**

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Paolo Fabbri)

### **Obiettivi**

Il corso si propone di affrontare le tematiche relative alla valutazione della qualità ambientale, e delle nozioni di contabilità ambientale delle imprese e delle pubbliche amministrazioni.

### **Programma**

- L'analisi costi benefici e la valutazione d'impatto ambientale
- Gli indicatori di qualità ambientale, le procedure di certificazione ambientali
- I regolamenti EMAS, gli standard ISO14000
- La normativa europea e italiana in tema di responsabilità ambientale e d'impresa, le sue conseguenze economiche
- Le politiche "Agenda 21" delle pubbliche amministrazioni
- La gestione dei bacini acquiferi: casi e applicazioni di politiche pubbliche ambientalmente sostenibili.

### **Testo d'esame**

Durante il corso verranno forniti i documenti e le pubblicazioni relative agli argomenti trattati, in relazione in particolare a casi di studio e a specifiche applicazioni delle tematiche del corso

### **Modalità di accertamento**

L'accertamento avviene con una prova scritta basata su domande aperte, o, in alternativa, con la presentazione di una breve ricerca su aspetti trattati nel corso

## LAUREA SPECIALISTICA

in

### “TRADE MARKETING E STRATEGIE COMMERCIALI”

#### **Obiettivi formativi**

Negli ultimi anni l'attività di marketing ha assunto sempre più una duplice configurazione: quella di consumer marketing e quella di trade marketing. La prima configurazione si riferisce alle strategie di marketing orientate al mercato della domanda finale (consumatore), mentre la seconda configurazione si riferisce alle strategie di marketing orientate al mercato della domanda intermedia (distribuzione). A seguito del cambiamento ambientale le strategie di trade marketing hanno assunto un ruolo sempre più rilevante nei processi di marketing orizzontali e verticali. In particolare tale rilevanza è stata favorita da:

- la modificazione dei modelli di consumo e di acquisto caratterizzati da una crescente domanda di servizi commerciali e da una nuova configurazione dei comportamenti d'acquisto dei consumatori;
- lo sviluppo di una vera e propria “rivoluzione commerciale” che oltre a cambiare la struttura dei sistemi distributivi ha influenzato sempre di più i processi di marketing delle imprese commerciali;
- la crescita dei livelli di concentrazione commerciale agli acquisti e alle vendite tali da determinare una significativa e radicale evoluzione dei rapporti di forza nelle relazioni di filiera;
- la modificazione del mix degli investimenti di marketing con un peso crescente delle attività e degli investimenti di “trade marketing” rispetto agli investimenti classici di “consumer marketing”.

Da questi fenomeni è scaturita una forte domanda di profili professionali in grado di pianificare, gestire e organizzare le politiche commerciali delle imprese operanti nei diversi stadi della filiera distributiva (imprese industriali, imprese commerciali, imprese di logistica, agenzie di comunicazione e promozione, etc.).

In quest'ottica il corso di laurea specialistica in Trade Marketing e Strategie Commerciali si propone di formare delle competenze specifiche per la gestione delle problematiche commerciali e distributive finalizzate a migliorare la qualità delle politiche di vendita aziendali.

### **Sbocchi professionali**

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

In particolare le figure aziendali maggiormente richieste sono:

- Marketing managers;
- Direttori di punto vendita;
- Brand manager;
- Key account managers;
- Buyers/responsabili acquisti;
- Category managers;
- Merchandising managers;
- Capi area/capi zona;
- Product managers;
- Responsabili della logistica;

- Sales managers;
- Trade marketing managers;
- Channel managers;
- Research managers;
- Loyalty marketing manager;
- Responsabili Pianificazione Media.

### **Struttura del corso**

Il percorso della laurea specialistica in Trade Marketing e Strategie Commerciali si articola su due anni (entrambi attivati, presso la Facoltà di Economia) e prevede l'ottenimento di 120 crediti da parte dello studente, secondo il piano dei corsi indicato nella tabella che segue.

PRIMO ANNO	CFU
Analisi dei modelli di consumo	5
Diritto della negoziazione	3
Economia dei comportamenti competitivi	5
Economia del category management	5
Economia del micromarketing	5
Economia dell'informazione e della pubblicità	5
Metodi per la logistica commerciale	5
Origine e sviluppo dei sistemi distributivi europei	5
Politiche di prezzo	5
Politiche di vendita industriale	5
Sistemi di pianificazione e controllo delle vendite	5
Attività formative scelte dallo studente (*)	9

SECONDO ANNO	CFU
Analisi delle statistiche di vendita	8
Contratti di vendita e distribuzione nel commercio internazionale	3
Data mining per il marketing	5
Diritto della legislazione commerciale	5
Economia e marketing dell'innovazione di prodotto nella distribuzione	4
In store marketing	3
Risk management e cessione dei crediti	5
Strategie di comunicazione e promozione delle imprese commerciali	4
Abilità diverse	2
Tesi finale	19
Totale crediti	120

(\*) Attività formative a scelta dello studente – l'acquisizione dei 9 CFU può essere conseguita o scegliendo due o più insegnamenti tra quelli attivati nell'ambito di una laurea specialistica della Facoltà, fermo restando il divieto di reiterazione degli esami, oppure con attività extra-curricolari (quali stage, tirocini, ecc.) per le quali deve essere richiesta un'autorizzazione preventiva. A quest'ultimo riguardo si consulti il regolamento disponibile sul sito web della Facoltà (all'indirizzo <http://economia.unipr.it/stage.asp> ).

### **I rapporti con le imprese**

Nell'ambito della Laurea Specialistica in Trade Marketing e Strategie Commerciali si è consolidato un rapporto molto stretto con il mondo economico ed aziendale tanto che i docenti coinvolgono abitualmente nell'attività didattica qualificati membri del mondo imprenditoriale,

manageriale ed istituzionale. Tra le altre, negli ultimi anni sono state coinvolte realtà aziendali importanti sia nel campo industriale che distributivo come:

Auchan, Barilla, Bauli, Danone, Candy, Coca Cola, Coop Italia, Eurisko, Expert, Ferrero, Carrefour, Guru, IRI Infoscan, Kraft Foods Italia, Oréal, Leaf Italia-Sperlari, Loewe, MediaWorld, Merloni, Moët Hennessy, Nestlé, Conad, Parfums Christian Dior, Parmalat, Philips, Piaggio, Procter & Gamble, Sisa, Unieuro-Dixon's, Zucchi e altre ancora.

#### *Le attività extra-universitarie*

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

#### *Il Trade Marketing Student Club*

Nell'ambito della Laurea Specialistica in Trade Marketing e Strategie Commerciali è stato attivato il Trade Marketing Student Club a cui gli studenti possono aderire su base volontaria. Il Trade Marketing Student Club si propone di:

- coinvolgere gli studenti in cicli di testimonianze aziendali su temi specifici;
- stimolare i migliori studenti a svolgere un'attività di studio e di ricerca su temi di attualità in collaborazione con le imprese partner;

- favorire l'ingresso dei laureati della laurea specialistica nel mondo del lavoro attraverso un servizio di raccolta e di segnalazione dei curricula alle imprese;
- organizzare Career Day di incontro tra laureati/laureandi e imprese;
- proporre la partecipazione a premi di marketing sia universitari che aziendali;
- stimolare la partecipazione a convegni nazionali ed internazionali sui temi del retailing e del trade marketing;
- promuovere occasioni di incontro periodiche tra gli studenti della laurea specialistica e i laureati della stessa.

### **Ammissione**

Si vedano innanzitutto le Informazioni Generali Importanti. Specificamente per il corso di laurea specialistica in Trade Marketing e Strategie Commerciali, sono ammessi senza alcun debito formativo i laureati triennali in Marketing e in Economia & Management della Facoltà di Economia dell'Università di Parma.

Per i laureati triennali in possesso di un'altra laurea appartenente alla classe 17 o alla classe 28, conseguita presso la Facoltà di Economia dell'Università di Parma o in altro Ateneo, i debiti formativi sono fissati nella misura massima di 10 CFU, e specificamente si richiede il superamento di uno dei seguenti insegnamenti:

**Marketing Distributivo** (60 ore)

*oppure*

**Marketing Internazionale** (60 ore)

*oppure*

**Marketing Operativo** (60 ore).

Lo studente che, nell'ambito del corso di studi di primo livello (laurea triennale), abbia già sostenuto esami relativi ad insegnamenti con contenuto equivalente a quelli sopra specificati, è ammesso senza debiti formativi (o con un numero di debiti formativi in relazione all'attività già svolta).

Lo studente non laureato in Marketing o in Economia e Management

presso la Facoltà di Economia dell'Università di Parma che abbia completato il proprio curriculum con attività a scelta coerentemente con i criteri fissati per l'A.A. 2004/2005 per l'ammissione alla laurea specialistica in Trade Marketing e Strategie Commerciali (così come riportati nella Guida alle Lauree Specialistiche per l'A.A. 2004/2005) è ammesso senza debiti formativi (o con un numero di debiti ridotto in relazione all'attività già svolta).

Allo studente ammesso con debiti formativi è data la possibilità di richiedere il riconoscimento, quale attività a scelta nell'ambito del corso di laurea specialistica, di attività svolta nell'ambito del corso di studi di primo livello, fino a un massimo di CFU in numero pari al debito formativo o all'attività a scelta prevista nel piano formativo della laurea specialistica.

Per i laureati triennali in possesso di un titolo di laurea diverso dalle classi 17 e 28 si rende necessaria una valutazione specifica del piano di studi finalizzata a determinare l'ammontare di debiti formativi per l'ammissione alla laurea specialistica, che in ogni caso non può essere superiore a 35 CFU, come specificato nelle Informazioni Generali Importanti.

**Per informazioni contattare:**

Sebastiano Grandi  
Dipartimento di Economia  
Via Kennedy, 6 43100 Parma  
tel. 0521-032006  
Email: [sebastiano.grandi@unipr.it](mailto:sebastiano.grandi@unipr.it)

Edoardo Fornari  
Dipartimento di Economia  
Via Kennedy, 6 43100 Parma  
tel. 0521-032524  
Email: [edoardo.fornari@unipr.it](mailto:edoardo.fornari@unipr.it)



## **Contenuti dei Corsi**

Per agevolare la piena comprensione dei contenuti formativi della laurea specialistica in Trade Marketing e Strategie Commerciali, nel seguito si presentano sinteticamente i contenuti dei singoli corsi specificandone obiettivi, metodologie, crediti, modalità di esame e docente di riferimento, ove già nominato alla data in cui questa Guida va in stampa.

## **ANALISI DEI MODELLI DI CONSUMO**

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof.ssa Maura Franchi)

### **Obiettivi**

L'insegnamento intende fornire agli allievi un quadro d'insieme relativamente all'analisi del comportamento del consumatore e alle sue implicazioni in termini di marketing management. Al fine di conseguire tale scopo saranno illustrati i principali filoni teorici di riferimento per lo studio del comportamento del consumatore e gli strumenti metodologici di ricerca in questo ambito; in particolare saranno oggetto di approfondimento le prospettive di analisi cognitiva e quella esperienziale/sociale. Successivamente l'attenzione sarà focalizzata sul concetto di marca analizzando nello specifico il tipo di relazioni che si possono instaurare tra consumatore e marca; l'analisi della letteratura su questo tema sarà opportunamente integrata con ricerche empiriche disponibili.

### **Programma**

- Approcci teorici per l'analisi del comportamento del consumatore
- Le conoscenze del consumatore in merito a prodotti e servizi: descrizione e misurazione
- Le catene mezzi – fini come strumento di ricerca per identificare le conoscenze e i significati del prodotto per il consumatore
- La Zmet (Zaltman Metaphor Elicitation Technique) come strumento di ricerca ulteriore rispetto alle catene mezzi - fini
- La marca: aspetti teorici e di gestione
- Relazioni marca/consumatore
- Il mapping semiotico dei valori di consumo declinato con riferimento al discorso delle marche.

### **Testi d'esame**

Testi e materiali d'esame verranno indicati nel corso delle lezioni.

**Modalità di accertamento**

Il corso si articolerà in 30 ore di lezione in aula, durante le quali la didattica frontale sarà integrata da seminari di esperti su vari argomenti ed esercitazioni aventi ad oggetto casi pratici. L'esame finale consiste in una prova scritta.

## **ANALISI DELLE STATISTICHE DI VENDITA**

(48 ORE – 8 CFU)

(Prof. Marco Riani)

### **Obiettivi**

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

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

### **Programma**

Il modello di regressione lineare multiplo (specificazione, stima, verifica della validità del modello, approccio *stepwise*, usi del modello per le previsioni delle vendite).

Introduzione all'analisi moderna delle serie storiche (modellistica, previsione ed estrazione delle componenti latenti, trend ciclo e stagionalità).

Applicazioni con riferimento a diversi prodotti e a dati spaziali.

**Testo d'esame**

Durante il corso verrà fornito materiale didattico che sarà messo a disposizione nel sito web del docente (<http://www.riani.it>).

I testi di riferimento sono i seguenti:

PICCOLO D. (2001), *Statistica*, Il Mulino. Capitoli 23 e 24.

DAGUM E.B. (2002), *Analisi delle serie storiche, modellistica previsione e scomposizione*. Capitoli 1-8.

I testi per eventuali ulteriori approfondimenti sono i seguenti:

ATKINSON A.C. and RIANI M. (2000), *Robust Diagnostic Regression Analysis*, Springer Verlag, New York.

ATKINSON A.C., RIANI M. and CERIOLO A. (2004), *Exploring Multivariate Data With the Forward Search*, Springer Verlag, New York.

**Modalità di accertamento**

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

## **CONTRATTI DI VENDITA E DISTRIBUZIONE NEL COMMERCIO INTERNAZIONALE**

(18 ORE – 3 CFU)

(Prof. Stefano Poli)

### **Obiettivi**

L'insegnamento si pone la finalità di analizzare le premesse teoriche e le tecniche di redazione dei principali contratti utilizzati nel commercio internazionale (contratto di vendita e contratti di distribuzione) ed i costi organizzativi, sul piano giuridico, dell'organizzazione di una rete distributiva all'estero.

Il corso si comporrà di due parti: la prima volta a fornire le basi giuridiche della contrattualistica internazionale (nozione di contratto internazionale, fonti, criteri per individuare la legge applicabile al contratto e le modalità per la risoluzione delle controversie). La seconda, volta ad analizzare ed approfondire i principali aspetti giuridici e le fonti normative nazionali e sovranazionali relativi ai contratti internazionali di compravendita e di distribuzione (agenzia, concessione e procacciamento d'affari).

### **Programma**

Parte generale: le basi di contrattualistica internazionale

- la nozione di contratto internazionale
- le fonti di disciplina del contratto internazionale
- i criteri di individuazione e scelta della legge applicabile
- le modalità di risoluzione delle controversie.

Parte speciale: i contratti di compravendita e distribuzione nel commercio internazionale

- nozione e fonti di disciplina del contratto di vendita internazionale
- le obbligazioni del compratore e del venditore
- gli inadempimenti ed i rimedi

- i contratti di distribuzione: differenze tra i tipi e fonti di disciplina
- le obbligazioni del committente e dei distributori (agenti, concessionari e procacciatori)
- analisi dei costi giuridico-economici dell'organizzazione di una rete distributiva sopranazionale.

**Testi d'esame**

Testi e materiali d'esame verranno indicati nel corso delle lezioni.

**Modalità di accertamento**

Il corso si articolerà in 18 ore di lezione in aula, durante le quali la didattica frontale sarà improntata con taglio pratico, anche mediante l'analisi e la discussione di casi e di alcune bozze di contratto relative ai contratti internazionali considerati. L'esame finale è unico e consiste in una prova scritta basata su domande aperte.

## DATA MINING PER IL MARKETING

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Sergio Zani)

### Obiettivi

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

### Contenuti

- Il data mining ed il suo ruolo nell'azienda. Cenni al *text mining* ed al *web mining*
- Le analisi esplorative e la preparazione del data set
- Metodi multidimensionali per la segmentazione dei prodotti e dei clienti: gli indici di similarità ed i metodi non gerarchici di *cluster analysis*
- Gli alberi decisionali per l'analisi del comportamento dei consumatori
- Gli indici di associazione ed il loro impiego nelle ricerche di mercato, nella *market basket analysis* e nel *web mining*

Nel corso si seguirà un approccio orientato alle applicazioni, partendo da problemi concreti d'interesse nell'ambito del marketing e mostrando le elaborazioni dei dati e le soluzioni fornite dai metodi



statistici. Particolare attenzione sarà dedicata alle esercitazioni pratiche sul computer, con l'uso di software specifici.

**Testi d'esame**

ZANI S., *Analisi dei dati statistici*, vol. I, Giuffrè, Milano, 1997, solo il cap. VI.

ZANI S., *Analisi dei dati statistici*, vol. II, *Osservazioni multidimensionali*, Giuffrè, Milano, 2000, cap. V e VII.

Per eventuali ulteriori approfondimenti metodologici e per esempi di applicazioni in ambito aziendale si suggerisce di consultare:

HASTIE T., TIBSHIRANI R., FRIEDMAN J., *The Elements of Statistical Learning. Data Mining, Inference and Prediction*, Springer-Verlag, New York, 2001.

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

GIUDICI P., *Data mining. Metodi informatici, statistici e applicazioni*, seconda edizione, McGraw-Hill Italia, Milano, 2005.

Materiale didattico aggiuntivo sarà reperibile nel sito del docente:

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

**Modalità d'accertamento**

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

## **DIRITTO DELLA LEGISLAZIONE COMMERCIALE**

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Lorenzo Benatti)

### **Obiettivi**

L'insegnamento si pone la finalità di illustrare le forme di organizzazione e le principali regole che condizionano l'attività delle imprese che operano nel comparto della distribuzione commerciale.

Il corso si divide in due parti.

La prima è dedicata all'analisi delle forme di organizzazione delle imprese (imprese individuali e collettive) ed all'individuazione dei criteri per la scelta di una di tali forme da parte di chi intende svolgere un'attività economica nel comparto distributivo.

La seconda è finalizzata ad approfondire l'analisi di alcuni istituti della legislazione commerciale che condizionano l'attività delle imprese commerciali (circolazione dell'azienda, segni distintivi, concorrenza sleale, vendita sottocosto).

### **Programma**

Prima parte: le forme di organizzazione dell'impresa

- l'impresa individuale: nozione e distinzioni
- le forme di organizzazione delle imprese collettive
- le società in generale e le società di persone
- le società di capitali
- i criteri di scelta della forma di organizzazione della propria impresa.

Seconda parte: legislazione commerciale

- le regole sull'azienda e la sua circolazione
- i marchi ed i segni distintivi
- le norme sulla concorrenza e la concorrenza sleale
- la disciplina del commercio e delle vendite straordinarie
- la disciplina delle vendite sottocosto.

### **Testi d'esame**

Lo studio degli argomenti proposti nel corso e la preparazione dell'esame, dovranno essere effettuati:

12. sulle norme oggetto del corso e più precisamente: in generale le norme del codice civile relative all'impresa ed alla società; specificatamente quelle relative ad azienda, ditta, marchio e insegna (art. 2555-2574 c.c.) e alla concorrenza (art.2595-2601 c.c.); la legge marchi (R.D. 21-06-1942 n. 929); la legge sul commercio (D. Lgs. 31 marzo 1998, n.114); il regolamento relativo alle vendite sottocosto (D.P.R. 6 aprile 2001, n. 218); la disciplina regionale sulle vendite di liquidazione e di fine stagione (D.G.R. 1732/1999 e D.G.R. 2549/2003).
13. sul manuale di G. F. CAMPOBASSO "Diritto commerciale" – UTET, vol. 1, "Diritto dell'impresa", ultima edizione disponibile, limitatamente ai capitoli V, VI, VIII, solo le parti B e C;  
Gli studenti che siano in possesso di altro manuale di diritto commerciale potranno utilizzarlo previo accordo con l'insegnante circa le parti da studiare;
14. sulle dispense e lucidi che saranno indicati dal docente nel corso delle lezioni. Durante il corso saranno proposte esercitazioni riguardanti la costituzione di un'impresa e alcuni casi giurisprudenziali inerenti i diversi argomenti oggetto del corso stesso.

### **Modalità di accertamento**

Il corso si articolerà in 30 ore di lezione in aula, durante le quali la didattica frontale sarà integrata da seminari di esperti su vari argomenti ed esercitazioni aventi ad oggetto casi pratici. L'esame si svolgerà in forma orale. Lo studente dovrà dimostrare di conoscere gli argomenti oggetto del corso e almeno 5 a scelta fra le sentenze proposte durante il corso e messe a disposizione dal docente.

## **DIRITTO DELLA NEGOZIAZIONE**

(18 ORE – 3 CFU)

(Prof. Luca Di Nella)

### **Obiettivi**

L'insegnamento si pone la finalità di illustrare il sistema italo-comunitario del diritto dei contratti d'impresa, concentrando l'attenzione sia sui rapporti verticali di distribuzione sia sui rapporti del mercato finale. Nel primo modulo verranno analizzati i nuovi principi in materia contrattuale, la disciplina della concorrenza italiana e comunitaria, la normativa sulla subfornitura e sul ritardo nei pagamenti nei rapporti commerciali. Nel secondo modulo verranno studiati la categoria dei contratti di distribuzione, la somministrazione, l'agenzia, la concessione di vendita, il franchising, la licenza di marchio e la normativa comunitaria sulle intese verticali. Nel terzo modulo si affronteranno i contratti dei consumatori, la contrattazione a distanza, la vendita di beni di consumo di cui agli artt. 1519*bis* ss. cod. civ. e la disciplina della responsabilità del produttore.

### **Programma**

Modulo 1. Il sistema italo-comunitario dei contratti d'impresa.

- Statuto del mercato e disciplina del contratto
- Il regime della concorrenza
- La subfornitura
- Il ritardo dei pagamenti nelle transazioni commerciali.

Modulo 2. I contratti di distribuzione

- La categoria dei contratti di distribuzione
- La somministrazione
- L'agenzia
- La concessione di vendita.
- Il franchising
- La licenza di marchio
- La normativa comunitaria sulle intese verticali.

Modulo 3. I rapporti con i consumatori.

- I contratti con i consumatori
- La disciplina delle clausole vessatorie nei contratti dei consumatori
- La disciplina della trasparenza nei contratti dei consumatori
- La contrattazione a distanza
- La vendita di beni di consumo (art. 1519 ss. cod. civ.)
- La disciplina della responsabilità del produttore

**Testo d'esame**

Il materiale bibliografico per l'esame verrà indicato all'inizio del corso.

**Modalità di accertamento**

Il corso si articolerà in 30 ore di lezione in aula, durante le quali la didattica frontale sarà integrata da seminari di esperti su vari argomenti e da esercitazioni aventi ad oggetto casi pratici. L'esame finale consiste in una prova scritta basata su domande aperte.

## **ECONOMIA DEI COMPORTAMENTI COMPETITIVI**

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Augusto Schianchi)

Il programma del corso riguarda le principali Applicazioni di Teoria dei Giochi allo studio dei comportamenti competitivi.

### **Programma**

Il programma dettagliato del corso è disponibile sul sito web del docente: verranno sviluppate in modo particolare le prime venti lezioni del corso. Nel corso una particolare attenzione verrà rivolta agli esempi relativi ai comportamenti competitivi ed ai corrispondenti esercizi. Il corso è articolato su worked examples ed utilizza solo la matematica di base.

### **Testo d'esame**

L'esame verterà esclusivamente sull'esposizione e su esercizi svolti in aula o distribuiti a lezione. Per gli studenti che non frequentano e che non sono in alcun modo in grado di seguire il corso si raccomanda:

LUCCHETTI R., *Di duelli, scacchi e dilemmi*, Edizioni Bruno Mondadori, 2002.

### **Modalità di accertamento**

L'esame previsto è scritto e prevede la risoluzione di esercizi. I dettagli organizzativi verranno comunicati durante il corso.

## **ECONOMIA DEL CATEGORY MANAGEMENT**

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Guido Cristini)

### **Obiettivi**

Il corso si pone la finalità di illustrare i fondamentali principi di natura economica che regolano le attività di marketing della distribuzione commerciale despecializzata attraverso la manovra dell'assortimento. In tale contesto, obiettivo prioritario dell'insegnamento è quello di fornire allo studente i principali strumenti applicativi utilizzati dal trade in ambito assortimentale per accrescere il grado di soddisfazione della domanda e, di conseguenza, per migliorare i risultati di ordine economico.

Il corso viene sviluppato facendo riferimento a due dimensioni.

La prima, di natura prevalentemente teorica, intende ripercorrere, sotto il profilo metodologico, il modello del marketing di categoria adottato in letteratura, analizzando le strumentazioni e le informazioni di mercato necessarie alla sua applicazione.

La seconda parte ha, invece, natura pratica ed è strutturato in modo da richiedere allo studente di applicare il modello in questione in una determinata categoria merceologica, stendendo, quindi, un category plan.

### **Programma**

Nel dettaglio, il programma si articola come segue:

- Ruolo, rilevanza e strumenti del marketing distributivo
- Principi, modelli e applicazioni del category management
- Il quadro informativo necessario e la costruzione di un data base
- Il modello applicativo
- L'organizzazione per categoria e le ricadute per le funzioni acquisti, marketing e vendite
- Il category management realizzato dall'industria: opportunità, modalità di collaborazione, sistemi di interfaccia con la distribuzione.

**Testo d'esame**

LUGLI G., CRISTINI G., (2001), *Category Management. Come creare sintonia tra il marketing industriale e commerciale*, Milano, Il Sole 24 Ore, pp. 269.

**Modalità di accertamento**

L'esame si svolge in forma scritta con eventuale colloquio orale integrativo. Parte della valutazione finale verte sulla modalità di realizzazione del Category plan.



## **ECONOMIA DEL MICROMARKETING**

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof.ssa Cristina Ziliani)

### **Obiettivi**

Il corso si propone di sviluppare in chiave specialistica il tema del database marketing applicato ai dati socio-demografici e comportamentali della clientela finale nel largo consumo, con particolare riferimento ai database costruiti a partire dai programmi fedeltà delle aziende della grande distribuzione moderna.

L'obiettivo è quello di trasferire agli allievi le logiche economiche e le tecniche per segmentare la clientela, individuare i target, definire le azioni mirate di marketing e programmarle attraverso diversi media diretti, nonché quello di comprendere le logiche che guidano l'evoluzione delle nuove forme di marketing basate sull'informazione e la condivisione di tali informazioni sulla clientela tra i diversi attori dei canali di marketing.

Ove possibile, il corso sarà accompagnato da alcune testimonianze di esperti e imprese specializzate nei diversi ambiti del micromarketing. Nell'anno accademico 2004-05 sono intervenuti nel corso:

- Cemit Interactive Media, per il direct marketing;
- Value Lab, per il micromarketing;
- Consodata Marketing Intelligence, per il geomarketing;
- BuongiornoVitaminic, per l'e-mail e wireless marketing.

### **Programma**

- La crisi dei mass media e l'emergere del marketing mirato e degli in store media
- Le nuove forme di marketing basate sulle informazioni di cliente e il CRM (customer relationship management)
- Logica della segmentazione e del targeting di micromarketing
- I media per il micromarketing
- Il caso Tesco

- Il caso Swiffer
- La condivisione del patrimonio informativo tra industria e distribuzione
- L'impatto competitivo del micromarketing.

**Testo d'esame**

LUGLI G. e ZILIANI C., *Micromarketing. Creare valore con le informazioni di cliente*, UTET, Torino, 2004 o, in alternativa, se i tempi di stampa lo consentiranno, dispensa a cura del docente. Si prega di verificare la modifica al programma sulla pagina web del docente nei primi mesi dell'anno 2006.

**Lecture consigliate**

Humby, C. and Hunt, T., *Scoring Points – How Tesco is winning customer loyalty*, 2003, Kogan Page, pp.263 (1 capitolo a scelta)

Hawkins, G., *Customer Intelligence*, Breezy Heights Publishing, NY, 2003, pp.206 (1 capitolo a scelta)

The Economist, *Crowned at last – A survey of consumer power*, April 2<sup>nd</sup> 2005, pp.14

**Modalità di accertamento**

Prova scritta.

## **ECONOMIA DELL'INFORMAZIONE E DELLA PUBBLICITA'**

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Marco Ziliotti)

### **Obiettivi**

Il corso intende, da un lato, approfondire la analisi economica dei problemi decisionali. A tale scopo, si forniscono gli strumenti che costituiscono un'aggiornata “scatola degli attrezzi” per affrontare scelte economiche in condizioni di informazione imperfetta, di cui si illustrano le applicazioni principali tramite esempi desunti da diversi ambiti della letteratura. Inoltre, vengono analizzate le più rilevanti peculiarità, sia sul lato della domanda che della offerta, dei cosiddetti "beni - informazione", con particolare riguardo alle implicazioni derivanti dall'utilizzo di sistemi di rete per la loro distribuzione.

È indispensabile la conoscenza dei principali elementi di microeconomia.

### **Programma**

- Informazione in rete
- Standard e effetto “lock-in”
- Esternalità di rete
- Pubblicità e informazione
- Teoria dei contratti e teoria dei giochi: cenni
- “Moral hazard”: modelli e applicazioni
- “Adverse selection”: modelli e applicazioni
- Segnalazione: modelli e applicazioni.

### **Testi d'esame**

ZILIOTTI M., *L'economia dell'informazione*. Il Mulino, 2001, oltre a materiale didattico che verrà messo a disposizione on line durante il corso.

### **Modalità di accertamento**

Prova scritta con domande aperte.

## **ECONOMIA E MARKETING DELL'INNOVAZIONE DI PRODOTTO NELLA DISTRIBUZIONE**

(30 ORE – 4 CFU)

(docente da definire)

### **Obiettivi**

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

### **Programma**

- Il ciclo dell'innovazione commerciale
- La natura del confronto competitivo
- Il ruolo dell'imitazione nei processi innovativi
- Le strategie di market sharing
- Le barriere all'innovazione
- Il concetto di prodotto commerciale
- I criteri di classificazione dei prodotti commerciali

- Le cause dell'innovazione commerciale
- Le dimensioni dell'innovazione commerciale
- Le relazioni tra innovazione di prodotto e di processo
- I fattori che condizionano l'innovazione nelle imprese di distribuzione
- La modificazione dei comportamenti di acquisto dei consumatori
- Le leve dell'innovazione commerciale
- I casi di successo dell'innovazione commerciale.

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

GRANDI S., *Marketing dell'innovazione commerciale*, EGEA, Milano, 2004

Lecture consigliate:

VALDANI E., *Competition based view*, ETAS LIBRI, 2003

CASTALDO S., *Retailing & Innovazione*, EGEA, Milano, 2001

#### **Modalità di accertamento**

Per gli studenti frequentanti le modalità ed i contenuti dell'esame verranno concordati con il docente durante il corso. Per gli studenti non frequentanti l'esame si svolgerà in forma scritta sulla base dei testi d'esame.

## **IN STORE MARKETING**

(18 ORE – 3 CFU)

(Prof.ssa Maria Grazia Cardinali)

### **Obiettivi**

Il corso si propone di illustrare il ruolo strategico rivestito dall'innovazione nell'ambito delle strategie competitive e di marketing delle imprese commerciali moderne. In particolare, si analizzeranno i nuovi significati, i nuovi valori, i nuovi ruoli che Innovazione e Comunicazione rivestono nella creazione delle relazioni di fiducia con la clientela finale e nel mantenimento di un vantaggio competitivo stabile e duraturo.

Il corso è idealmente strutturato in tre parti. Nella prima parte si analizzano le forze ambientali e le determinanti in grado di spiegare i nuovi significati che assume l'innovazione di prodotto nel commercio. Nella seconda parte si illustrano le leve di generazione dell'innovazione commerciale, dai servizi che tradizionalmente rientrano nelle *core competence* dei distributori ai nuovi vettori che esulano dai confini settoriali e stimolano nuove forme di *intertype competition*. Infine, nella terza parte si analizza il processo decisionale e i modelli organizzativi alla base dello sviluppo dell'innovazione commerciale.

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**

- L'innovazione nel retailing: dalla visione tradizionale ad un nuovo concetto di innovazione
- I driver dell'innovazione commerciale
- Le leve dell'in store marketing
- Lo shopping esperienziale
- Nuove forme di convergenza distributiva
- I nuovi valori dei punti vendita

**Testo d'esame**

Dispensa del docente e raccolta di letture selezionate.

**Modalità di accertamento**

L'accertamento della preparazione verrà realizzato in forma scritta.

## **METODI PER LA LOGISTICA COMMERCIALE**

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Paolo Azzali)

### **Obiettivi**

Il corso mira a rendere noti i concetti fondamentali di logistica aziendale con particolare riferimento alle implicazioni strategiche ed organizzative di questa disciplina nelle funzioni aziendali dell'area commerciale/marketing.

### **Programma**

- La logistica aziendale: obiettivi, contenuti, attività
- L'analisi del sistema logistico aziendale: l'analisi del servizio, l'analisi delle scorte
- La progettazione e la realizzazione di un nuovo sistema logistico
- La gestione del sistema logistico
- La distribuzione fisica dei prodotti: reti distributive, scorte, trasporti.

### **Testi d'esame**

Testi e materiali d'esame verranno indicati nel corso delle lezioni.

### **Modalità di accertamento**

Le modalità di esame verranno concordate con gli allievi nel corso delle lezioni.



## **ORIGINE E SVILUPPO DEI SISTEMI DISTRIBUTIVI EUROPEI**

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Alberto Guenzi)

### **Obiettivi**

Il corso descrive e interpreta, per la prima volta nel sistema accademico italiano, i processi di trasformazione che sono stati alla base del moderno sistema distributivo. L'attenzione si concentra sulle trasformazioni seguite alla Rivoluzione industriale e affronta come casi-paese quelli dei paesi di prima industrializzazione (Gran Bretagna, Germania, Francia).

### **Programma**

Dopo una parte introduttiva che delinea i processi di cambiamento avvenuti in età pre-capitalistica (con particolare attenzione alla formazione del mercato internazionale dei prodotti di largo consumo e alla formazione dei sistemi di distribuzione al dettaglio nelle città europee di antico regime), si affronta il tema della distribuzione sia dal punto di vista teorico sia dal punto di vista applicativo.

I casi di studio privilegiano l'arco cronologico che va dalla fine del XVII secolo al primo Novecento. Nella parte finale si metterà in evidenza la struttura del sistema distributivo europeo verso gli anni '60 del XX secolo.

L'assenza di una tradizione storiografica italiana sul tema della storia della distribuzione impone il ricorso a letteratura scientifica in lingua estera (prevalentemente inglese).

Il Docente provvederà a rendere disponibile i materiali non agevolmente reperibili.

### **Testi d'esame**

*Sistemi di distribuzione in Europa prima della Rivoluzione industriale* (dispensa introduttiva).

BENSON J. (ed.), *The evolution of retail systems, c. 1800-1914*, Leicester 1992, cap.1, 4-6, 8-10, pp. 1-14, 53-102, 135-198

HOLLANDER C. S., *Notes on the Retail Accordion*, in “Journal of Retailing“, 1966, pp. 29-54.

JEFFERYS J. B. –KNEE D., *Le commerce de détail en Europe*, Paris 1974, cap. 2-6, pp. 23-116.

SHAW G., *Changes in consumer demand and food supply in nineteenth-century British cities*, in “Journal of Historical Geography”, 3 (1985), pp. 280-296.

YAMEY B., *The Evolution of Shop-keeping*, in “Lloyds Bank Review”, 31 (1954), pp. 31-44.

#### **Modalità di accertamento**

E' prevista una prova scritta al termine del corso come pre-appello per i frequentanti. Coloro che non partecipano a tale prova o non riescono a superarla potranno sostenere l'esame in forma orale negli appelli previsti.

## **POLITICHE DI PREZZO**

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Davide Pellegrini)

### **Obiettivi**

Il corso si propone di analizzare le nuove strategie adottate dall'industria e dalla distribuzione per gestire le politiche di prezzo. In tale ottica, dopo aver analizzato le variabili che sono alla base del pricing si approfondiranno gli strumenti per la pianificazione, la gestione ed il controllo dei prezzi all'interno dei canali distributivi. In generale l'obiettivo del corso è quello di fornire agli studenti le metodologie per costruire e mantenere nel tempo posizionamenti di prezzo coerenti.

### **Programma**

- Il prezzo e i costi
- Il prezzo e la domanda
- Il prezzo e la concorrenza
- Il prezzo nei rapporti di canale
- Le scale prezzo
- L'elasticità al prezzo
- L'elasticità alla promozione
- La gestione integrata delle politiche di prezzo

### **Testi d'esame**

Dispense a cura del docente.

Lettura consigliata: PELLEGRINI D., *I prezzi della Distribuzione*, EGEA, 1994.

### **Modalità di accertamento**

Per gli studenti frequentanti le modalità ed i contenuti dell'esame verranno concordati con il docente durante il corso.

Per gli studenti non frequentanti l'esame si svolgerà in forma scritta sulla base della bibliografia d'esame.

## **POLITICHE DI VENDITA INDUSTRIALE**

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Daniele Fornari)

### **Obiettivi**

In un contesto di mercato in cui il successo delle politiche di marketing delle imprese industriali è sempre più condizionato dalla struttura e dalle condotte dei canali di vendita, il corso si propone di analizzare le nuove strategie adottate dall'industria per gestire le relazioni con la clientela commerciale.

In tale ottica, dopo aver analizzato i fattori che determinano l'evoluzione dei rapporti tra industria e distribuzione e la conseguente ripartizione delle funzioni di marketing nei canali distributivi, si approfondiranno gli strumenti per la pianificazione, la gestione ed il controllo delle politiche distributive e di vendita delle imprese industriali. In generale l'obiettivo del corso è quello di fornire agli studenti le metodologie per costruire i piani di trade marketing.

### **Programma**

- Le relazioni tra consumer marketing e trade marketing
- I fattori di sviluppo del Trade Marketing
- Gli scenari di cambiamento del sistema distributivo
- Il posizionamento dei gruppi strategici nella distribuzione
- La ripartizione delle funzioni di marketing nei rapporti tra industria e distribuzione
- I modelli di rapporti di filiera in Europa
- Le strutture organizzative di Trade Marketing
- Pianificazione e gestione degli investimenti commerciali
- I modelli di negoziazione tra industria e distribuzione
- La gestione delle condizioni di vendita per canale/cliente
- Le leve di trade marketing
- Le politiche di marketing integrato.

**Testi d'esame**

FORNARI D., (2005) *Trade Marketing e Strategie Commerciali*, Milano, EGEA

Lecture consigliate:

FORNARI D., VARALDO R., *La evoluzione dei rapporti industria e distribuzione. Dalla cooperazione al conflitto*, Sinergie, n.46, 1998.

**Modalità di accertamento**

Per gli studenti frequentanti le modalità ed i contenuti dell'esame verranno concordati con il docente durante il corso. Per gli studenti non frequentanti l'esame si svolgerà in forma scritta sulla base della bibliografia d'esame.

## **RISK MANAGEMENT E CESSIONE DEI CREDITI**

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Stefano Monferrà)

### **Obiettivi**

Il corso intende approfondire il tema dei rischi aziendali e quello delle problematiche finanziarie legate alla gestione del circolante. In particolare, l'attività didattica è volta ad offrire, ai partecipanti, competenze teoriche e pratiche adeguate alla gestione delle problematiche e alla copertura dei fabbisogni finanziari generati, nel breve periodo, dall'attività di impresa.

### **Programma**

Il corso affronta, in primo luogo, il tema dei rischi di impresa legati alla gestione dei rapporti commerciali. L'analisi, poi, si concentra sull'esame dei dati aziendali ai fini della valutazione dei fabbisogni finanziari che emergono dal ciclo del capitale circolante. Parallelamente al processo di quantificazione del fabbisogno viene sviluppata un'attenta valutazione delle tecniche di copertura del medesimo, con diretto riferimento a diverse tipologie di prodotti finanziari. L'utilizzazione del factoring (cessione dei crediti) come di altri strumenti viene approfondita: sia attraverso un'analisi delle loro caratteristiche, sia tramite la valutazione comparata degli impatti che questi producono sulla gestione aziendale. Per migliorare l'efficacia della didattica e la qualità dell'apprendimento, durante il corso sono previste esercitazioni in aula e la trattazione di casi.

### **Testo d'esame**

Raccolta di letture a cura del docente.

### **Modalità di accertamento**

Esame orale.

## **SISTEMI DI PIANIFICAZIONE E CONTROLLO DELLE VENDITE**

(30 ORE – 5 CFU)

(docente da definire)

### **Obiettivi**

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

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

### **Programma**

Il corso prevede lo sviluppo dei seguenti contenuti.

- Le competenze richieste e le criticità connesse alla funzione vendita
- I criteri di acquisto del cliente e i rapporti con la forza vendita
- La programmazione e il controllo: evoluzione del concetto.
- Le specifiche dei sistemi di programmazione e controllo della funzione vendita
- I sistemi di programmazione delle vendite
- Le caratteristiche dei sistemi di controllo della vendita attraverso misuratori di primo, secondo e terzo livello
- Analisi del margine di contribuzione: contributo prodotto per linea, per segmento.
- La valutazione degli investimenti tangibili e intangibili.

- Il budget quale sistema di programmazione a medio periodo: i processi di collegamento tra budget delle vendite e budget di conto economico nell'ambito del master budget.
- La reportistica per centro di responsabilità nella ripartizione delle competenze in capo alla struttura di vendita

#### **Testo d'esame**

Il testo di riferimento per l'esame è GARRISON R. e NOREEN E., *Programmazione e controllo* (managerial accounting per le decisioni aziendali), McGraw- Hill, Milano, 2004.

#### **Modalità di accertamento**

L'accertamento avviene mediante una prova scritta che prevede un'esercitazione e mediante una prova orale.



## **STRATEGIE DI COMUNICAZIONE E PROMOZIONE DELLE IMPRESE COMMERCIALI**

(30 ORE – 4 CFU)

(Prof.ssa Sabrina Latusi)

### **Obiettivi**

Il corso si propone di fornire un quadro complessivo delle componenti fondamentali in cui si articola la comunicazione delle imprese commerciali.

Se in passato la comunicazione nella distribuzione despecializzata si identificava con la promozione, in particolare di prezzo, oggi si estende all'uso delle leve di merchandising - che hanno anche una dimensione comunicazionale -, alle politiche di valorizzazione dell'insegna più legate alle forme classiche di pubblicità sui media, fino all'uso degli house organ e delle carte commerciali per instaurare un rapporto personalizzato con il cliente. L'obiettivo è evidenziare la necessità di un approccio integrato alle diverse forme che la comunicazione delle imprese commerciali può assumere, per garantire la coerenza dei messaggi che vengono inviati con i diversi strumenti. Particolare attenzione sarà dedicata al ruolo della comunicazione nello sviluppo della marca-insegna, alla comunicazione della convenienza e alla comunicazione mirata a cluster di clientela.

Il corso si propone inoltre di approfondire i temi della comunicazione personale e della rappresentazione dell'identità di marca attraverso i luoghi di acquisto, che assumono particolare rilevanza nella distribuzione dei prodotti moda.

Infine, si analizzerà il crescente interesse industriale nella distribuzione come canale di comunicazione. Le nuove sfide competitive attirano infatti l'attenzione delle imprese industriali verso l'opportunità di raggiungere il consumatore nel momento più prossimo all'acquisto: in punto vendita.

**Programma**

- I cambiamenti nel mercato e nel comportamento di acquisto e consumo
- Lo sviluppo della marca-insegna
- La comunicazione integrata
- La strategia di comunicazione
- Gli strumenti di comunicazione
- I media diretti ed indiretti - in e out store
- I punti vendita come media
- La comunicazione personale
- L'interesse industriale nella distribuzione come canale di comunicazione.

**Testo d'esame**

Le indicazioni bibliografiche saranno fornite dal docente all'inizio del corso e rese disponibili anche su Internet.

**Modalità di accertamento**

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

## CALENDARIO ATTIVITA' DIDATTICA 2005 – 2006

<b>Lunedì</b> <b>19.09.2005</b>	>	Sabato 22.10.2005	Lezioni del 1° semestre <b>1° periodo</b> (5 settimane)
Lunedì 24.10.2005	>	Giovedì 27.10.2005	Eventuali recuperi lezioni e preappelli
<i>24-28 ottobre 2005</i>			<i>Lauree – sessione autunnale</i>
Venerdì 28.10.2005	>	Venerdì 04.11.2005	Esami di profitto e idoneità – sessione autunnale (n. 1 appello)
<b>Lunedì</b> <b>7.11.2005</b>	>	Sabato 10.12.2005	Continuazione lezioni del 1° semestre <b>2° periodo</b> (5 settimane)
Lunedì 12.12.2005	>	Mercoledì 21.12.2005	Eventuali recuperi lezioni e preappelli
<i>12-16 dicembre 2005</i>			<i>Lauree – 1° appello sessione invernale</i>
Giovedì 22.12.2005	>	Venerdì 06.01.2006	Vacanze natalizie (ricevimento sospeso)
Lunedì 9.01.2006	>	Venerdì 17.02.2006	Esami di profitto e idoneità – sessione invernale (n. 3 appelli)
<i>13-17 febbraio 2006</i>			<i>Lauree – 2° appello sessione invernale</i>
<b>Lunedì</b> <b>20.02.2006</b>	>	Sabato 25.03.2006	Lezioni 2° semestre <b>1° periodo</b> (5 settimane)
Lunedì 27.03.2006	>	Venerdì 31.03.2006	Eventuali recuperi lezioni e preappelli
<i>27-31 marzo 2006</i>			<i>Lauree – sessione primaverile</i>
Lunedì 3.04.2006	>	Venerdì 7.04.2006	Esami di profitto e idoneità – sessione primaverile (n. 1 appello)
<b>Lunedì</b> <b>10.04.2006</b>	>	Mercoledì 12.04.2006	Continuazione lezioni del 2° semestre <b>2° periodo</b> (0.5 settimane)
Giovedì 13.04.2006	>	Mercoledì 19.04.2006	Vacanze pasquali (ricevimento sospeso)
<b>Giovedì</b> <b>20.04.2006</b>	>	Sabato 20.05.2006	Continuazione lezioni del 2° semestre <b>2° periodo</b> (4.5 settimane)
Lunedì 22.05.2006	>	Venerdì 26.05.2006	Eventuali recuperi lezioni e preappelli
Lunedì 29.05.2006	>	Venerdì 14.07.2006	Esami di profitto e idoneità – sessione estiva (n. 3 appelli)
<i>10-14 luglio 2006</i>			<i>Lauree – sessione estiva</i>
Lunedì 17.07.2006	>	Venerdì 1.09.2006	Sospensione dell'attività didattica
Lunedì 04.09.2006	>	Venerdì 15.09.2006	Esami di profitto e idoneità – prolungamento sessione estiva (n. 1 appello)