



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PARMA
FACOLTA' DI ECONOMIA

GUIDA
ai corsi della
FACOLTA' di ECONOMIA

MASTER E CORSI POST-LAUREAM

A.A. 2008-2009

La redazione della presente guida è stata curata da:
Prof. Mario Menegatti (Docente coordinatore)
Tiziana Incerti Valli (Presidenza Economia)
Barbara Violi (Presidenza Economia)

Foto di Giovanni Calori

| | |
|---|-----------|
| LA FORMAZIONE POST-LAUREA E L'OFFERTA FORMATIVA DELLA FACOLTA' DI ECONOMIA | 7 |
| L'OFFERTA FORMATIVA DELLA FACOLTA' DI ECONOMIA | 10 |
| PLACEMENT E PORTALE DEL SERVIZIO POST-LAUREA | 11 |
| I MASTER UNIVERSITARI | 13 |
| “COMMERCIALIZZAZIONE E LOGISTICA DEI PRODOTTI AGROALIMENTARI” | 15 |
| 1. OBIETTIVI | 15 |
| 2. ATTIVITÀ FORMATIVA E CREDITI UNIVERSITARI..... | 16 |
| 3. AMMISSIONE..... | 18 |
| 4. PER INFORMAZIONI CONTATTARE: | 19 |
| “COMUNICAZIONE ECONOMICA E CONTROLLO DI GESTIONE “ | 21 |
| 1. OBIETTIVI | 21 |
| 2. ATTIVITÀ FORMATIVA E CREDITI UNIVERSITARI..... | 22 |
| 3. AMMISSIONE..... | 24 |
| 4. PER INFORMAZIONI CONTATTARE: | 24 |
| “INTERNATIONAL BUSINESS” | 25 |
| 1. OBIETTIVI | 25 |
| 2. ATTIVITÀ FORMATIVA E CREDITI UNIVERSITARI..... | 25 |
| 3. AMMISSIONE..... | 27 |
| 4. PER INFORMAZIONI CONTATTARE: | 27 |
| “REGOLAZIONE DELLO SVILUPPO LOCALE” | 29 |
| 1. OBIETTIVI | 29 |
| 2. ATTIVITÀ FORMATIVE | 29 |
| 3. AMMISSIONE..... | 32 |
| 4. PER INFORMAZIONI CONTATTARE: | 32 |

| | |
|--|-----------|
| “STRATEGIA E PIANIFICAZIONE DELLE ORGANIZZAZIONI, DEGLI EVENTI E DEGLI IMPIANTI SPORTIVI” | 33 |
| 1. OBIETTIVO | 33 |
| 2. ATTIVITÀ FORMATIVA | 34 |
| 3. AMMISSIONE..... | 35 |
| 5. PER INFORMAZIONI CONTATTARE: | 36 |
| I CORSI DI PERFEZIONAMENTO | 37 |
| “MASTER IN MARKETING MANAGEMENT” | 39 |
| 1. OBIETTIVI | 39 |
| 2. ATTIVITÀ FORMATIVA | 41 |
| 3. AMMISSIONE..... | 45 |
| 4. PER INFORMAZIONI CONTATTARE | 46 |
| “LAVORO, WELFARE E RISORSE UMANE” | 49 |
| 1. OBIETTIVI | 49 |
| 2. ATTIVITÀ FORMATIVA | 49 |
| 3. AMMISSIONE..... | 50 |
| 4. PER INFORMAZIONI CONTATTARE: | 51 |
| “RISK MANAGEMENT E GESTIONE PROFESSIONALE NEL COMPARTO ASSICURATIVO” | 53 |
| 1. OBIETTIVI | 53 |
| 2. ATTIVITÀ FORMATIVA | 53 |
| 3. PER INFORMAZIONI CONTATTARE: | 54 |
| “ESPERTO IN GESTIONE NEL SETTORE DISTRIBUZIONE BEVERAGE” | 57 |
| 1. OBIETTIVI | 57 |
| 2. ATTIVITÀ FORMATIVA | 57 |
| 3. AMMISSIONE..... | 58 |
| 4. PER INFORMAZIONI CONTATTARE: | 58 |

| | |
|---|-----------|
| MASTER “STORE MANAGEMENT DELLA RISTORAZIONE DI MARCA” | 59 |
| 1. OBIETTIVI | 59 |
| 2. ATTIVITÀ FORMATIVA | 59 |
| 3. AMMISSIONE..... | 60 |
| 4. PER INFORMAZIONI CONTATTARE: | 60 |
| “MASTER IN RETAIL MANAGEMENT” | 63 |
| 1. OBIETTIVI | 63 |
| 2. ATTIVITÀ FORMATIVA | 64 |
| 3. AMMISSIONE..... | 65 |
| 4. PER INFORMAZIONI CONTATTARE: | 66 |
| “ESPERTO NELLA VALUTAZIONE DELLE POLITICHE AGRICOLE COMUNITARIE ATTRAVERSO APPROCCI QUANTITATIVI” | 67 |
| 1. OBIETTIVI | 67 |
| 2. ATTIVITÀ FORMATIVA | 68 |
| 3. AMMISSIONE..... | 68 |
| 4. PER INFORMAZIONI CONTATTARE: | 68 |
| “CORSO DI FORMAZIONE PER L’ESERCIZIO DELLA PROFESSIONE DI DOTTORE COMMERCIALISTA ED ESPERTO CONTABILE” . | 71 |
| 1. OBIETTIVI | 71 |
| 2. PER INFORMAZIONI CONTATTARE: | 72 |

LA FORMAZIONE POST-LAUREA E L'OFFERTA FORMATIVA DELLA FACOLTA' DI ECONOMIA

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 triennale, a 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, a 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).

In alternativa all'iscrizione ad una laurea specialistica, al termine della laurea triennale, lo studente può accedere 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 Crediti Formativi Universitari (CFU).

Al termine della laurea specialistica lo studente può, invece, accedere ai master universitari di secondo livello o, tramite concorso pubblico, ai dottorati di ricerca.

L'offerta formativa complessiva prevede anche l'istituzione di corsi di perfezionamento, destinati di volta in volta a soggetti diversi, mirati a fornire competenze distintive ai partecipanti secondo un progetto didattico fondato su problematiche mirate e su *management tools* specifici.

Per l'anno accademico 2008/09 la Facoltà di Economia dell'Università di Parma ha predisposto un ampio portafoglio di prodotti formativi delle tipologie descritte nella parte precedente.

La presente guida contiene informazioni in merito ai corsi di master universitari ed ai corsi di perfezionamento. Per le informazioni relative alle lauree specialistiche si rinvia alla Guida specifica.

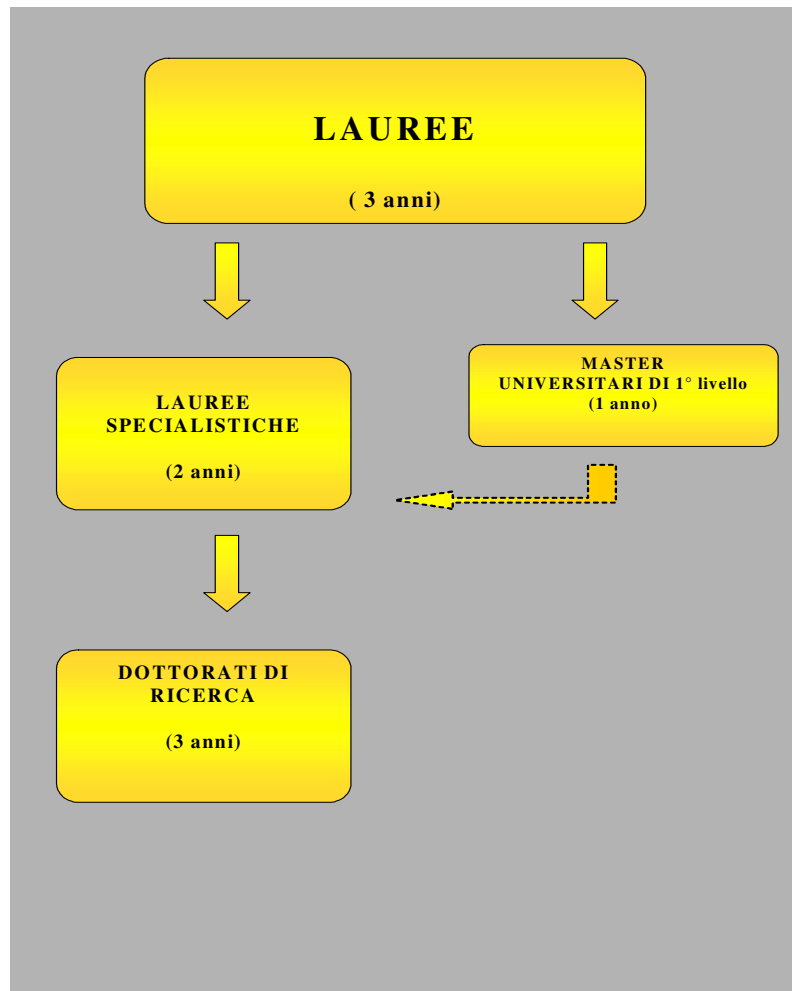
Per l'anno accademico 2008/09 la Facoltà di Economia dell'Università di Parma ha istituito cinque corsi di master universitario. Tali corsi sono attivati per rispondere ad esigenze di formazione di coloro che intendono entrare nel mondo del lavoro con competenze e strumentazioni avanzate. In generale, i master sono aperti a tutti coloro che sono in possesso del titolo di laurea quadriennale, di laurea triennale o di altro titolo di studio conseguito all'estero e riconosciuto idoneo secondo la legislazione vigente. Nello specifico, ai fini dell'ammissione al corso, i singoli master possono eventualmente richiedere il possesso di particolari tipi di laurea. Di regola, i corsi sono a numero chiuso, essendo richiesto il superamento di una selezione iniziale per potersi iscrivere. È altresì previsto, come requisito per l'attivazione del master, un numero minimo di iscritti, superato il quale si avvierà la didattica. Al termine delle attività formative previste, e con il superamento della prova finale, si consegue il titolo legalmente riconosciuto di master universitario e si acquisiscono almeno 60 crediti formativi, spendibili per eventuali altri corsi in ambito universitario.

Nell'offerta formativa della Facoltà di Economia dell'Università di Parma sono compresi anche diversi corsi di perfezionamento. Si tratta di prodotti connotati da un elevato livello qualitativo e volti a soddisfare le esigenze formative degli studenti che si apprestano ad entrare nel mercato del lavoro e necessitano di una formazione specifica. Il contenuto, la durata e le modalità di svolgimento sono variabili da corso a corso, potendo prescindere dai vincoli normativi dell'offerta universitaria tradizionale. I corsi di perfezionamento si rivolgono sia ai laureati di Economia sia ai laureati di altre facoltà, che intendono integrare le loro competenze per accedere più facilmente al mercato del lavoro e prevedono requisiti di ammissione specifici, differenti da corso a corso.

Il Dipartimento di Economia dell'Università di Parma è, infine, sede amministrativa o consorziata di alcuni corsi di dottorato di ricerca. Poiché il quadro organico dell'offerta formativa connessa a tali corsi

non è al momento ancora disponibile si invitano gli studenti interessati a richiedere le informazioni ai seguenti referenti di area: Determinazione e comunicazione del valore nelle aziende (Prof. Stefano Azzali), Economia agroalimentare (Prof. Corrado Giacomini), Economia delle aziende e delle amministrazioni pubbliche (Prof. Antonello Zangrandi), Mercati e intermediari finanziari (Prof. Luciano Munari), Scienze Economiche (Prof. Francesco Daveri), Sociologia economica (Prof. Gilberto Seravalli), Statistica (Prof. Andrea Cerioli).

L'OFFERTA FORMATIVA DELLA FACOLTA' DI ECONOMIA



PLACEMENT E PORTALE DEL SERVIZIO POST-LAUREA

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

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

E' stato creato un database che comprende varie informazioni inserite direttamente dagli interessati. Le informazioni del data base saranno liberamente disponibili a tutte le aziende interessate e a tutti i laureati iscritti al Portale del Servizio POSTlaurea della Facoltà di Economia (<http://economia.unipr.it/plaurea>).

L'iscrizione al portale consente l'accesso ai servizi offerti. I laureati possono consultare le proposte di lavoro e di tirocinio provenienti dalle imprese. Le imprese possono consultare il data base dei laureati contenente diverse informazioni quali età e voto, corso di laurea, livello. In virtù della collaborazione siglata con la Provincia di Parma, gli studenti hanno accesso anche alle offerte di lavoro e di tirocinio provenienti dai Centri per l'Impiego e possono inoltre accedere ai servizi di orientamento erogati dai Centri stessi.

I neo-laureati sono dunque invitati a collegarsi con il sito e ad inserire le informazioni curricolari che desiderino portare all'attenzione dei loro potenziali datori di lavoro.

Le associazioni di categoria e le imprese individuali che si iscrivano al servizio avranno la possibilità di gestire autonomamente l'inserimento delle offerte di lavoro e di consultare il motore di ricerca per individuare neolaureati che possano soddisfare le loro esigenze.

I MASTER UNIVERSITARI

“COMMERCIALIZZAZIONE E LOGISTICA DEI PRODOTTI AGROALIMENTARI”

OTTAVA EDIZIONE

Referenti:

Prof. Filippo Arfini - Prof. Corrado Giacomini

1. Obiettivi

Il corso di Master in Commercializzazione e Logistica dei prodotti AgroAlimentari (CLAA) vuole formare una figura professionale esperta in commercializzazione e logistica dei prodotti agroalimentari destinata ad assumere responsabilità nelle aree Marketing e Supply Chain Management di aziende agroalimentari, della grande distribuzione e dei servizi logistici.

Questo profilo formativo è stato accolto molto favorevolmente dalle imprese, tanto che il 70% dei partecipanti è stato assunto già durante lo stage.

Il Master CLAA ha ricevuto il patrocinio, in veste di partner di progetto, da parte dell'AILOG, della CCIAA di Parma, della Fondazione Cassa di Risparmio di Parma, del CSQA, di Certiquality, della Coop Consumatori Nordest, della Coop Adriatica, della Confcooperative dell'Emilia Romagna e di Conserve Italia.

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

2. Attività formativa e crediti universitari

Articolazione generale dell'attività formativa

Il Master CLAA è articolato su due periodi per complessive 1500 ore di impegno del partecipante.

Il primo periodo prevede 600 ore di didattica (lezioni frontali, esercitazioni, seminari, lavoro di gruppo, visite aziendali, testimonianze dal mondo dell'impresa) e 400 ore di studio individuale.

L'attività formativa del primo periodo è distribuita tra 6 aree tematiche:

- sistema agroalimentare e commercio internazionale;
- strumenti informatici ed applicazioni all'economia agroalimentare;
- controllo di gestione ed organizzazione aziendale;
- qualità alimentare, certificazione e "food safety": strumenti e politiche;
- marketing management nel settore agroalimentare;
- logistica agroalimentare e supply chain management.

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

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

Moduli didattici e crediti maturati

I crediti complessivamente attribuiti al completamento del corso

di Master sono 60. Per favorire una prosecuzione della formazione, sono stati definiti i termini di accreditamento del Master CLAA nel percorso di due Lauree Magistrali offerte dalla Facoltà di Economia di Parma.

I crediti riconosciuti sono:

27 CFU per coloro che decidessero di iscriversi alla Laurea Magistrale in “Amministrazione e Direzione Aziendale”;

26 CFU per coloro che decidessero di iscriversi alla Laurea Magistrale in “Trade Marketing e Strategie Commerciali”

Esiste infine la possibilità che anche il project work elaborato dallo studente alla fine del Master CLAA sia riconosciuto come parte della prova finale prevista al termine della Laurea Magistrale. A questo fine è però necessario verificare, caso per caso, la coerenza del project work con l’argomento della tesi specialistica coinvolgendo, necessariamente, il relatore di quest’ultima.

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

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

| | |
|--------------------|----|
| Totale complessivo | 60 |
|--------------------|----|

Processo di valutazione

Come indicato il progetto formativo è articolato in 6 unità tematiche seguite dal periodo di stage in azienda. Al termine di ogni unità tematica è prevista una prova intermedia. Dopo il tirocinio, per una valutazione del periodo di permanenza in azienda, ogni partecipante redige una relazione sul caso aziendale.

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

Al giudizio complessivo concorrono le seguenti componenti:

- per il 10% la discussione del *project work* di fronte ad una commissione;
- per il 30% l'elaborato scritto redatto a conclusione del *project work*;
- per il 60% le verifiche svolte al termine dei moduli secondo modalità definite nell'ambito dei moduli medesimi.

3. Ammissione

Il Master CLAA è rivolto ad un massimo di 30 partecipanti; il numero minimo di iscritti senza i quali il corso non può essere attivato è fissato in 20 unità.

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

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

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

4. Per informazioni contattare:

- Sito web: www.masterclaa.it

oppure contattare :

- Tutor: Dott.ssa Giusi Faioli – Dipartimento di Economia;
Tel.: 0521-032469; e-mail: giusi.faioli@nemo.unipr.it
- Docente di riferimento: Prof. Corrado Giacomini,
Direttore del Master CLAA - Dipartimento di Economia,
Tel.: 0521-032415.

**“COMUNICAZIONE ECONOMICA E
CONTROLLO DI GESTIONE “
SECONDA EDIZIONE**

Referente: Prof.ssa Federica Balluchi

1. Obiettivi

Il corso intende offrire competenze nell'area dell'amministrazione e controllo e sviluppa i temi della rilevazione e delle valutazioni di bilancio, con riferimento alla recente evoluzione della regolamentazione nazionale ed all'introduzione dei principi contabili internazionali. Si forniscono, inoltre, le conoscenze necessarie alla progettazione ed al coordinamento dei sistemi di pianificazione programmazione e controllo con specifico riferimento sia alle conoscenze di base dell'analisi dei costi, *budgeting*, sistemi di misurazione delle performance che idonei alla corretta identificazione delle determinanti del valore, allo sviluppo ed alla valorizzazione (delle competenze) del capitale intellettuale, soddisfazione della clientela, fiducia degli interlocutori interni ed esterni, nonché alle tecniche di più recente diffusione che consentono di adattare gli elementi di struttura e di processo alle specificità aziendali (dimensione, settore di riferimento, aziende che operano individualmente o appartenenti a gruppi, aziende monoprodotto/multiprodotto e così via).

In relazione alla crescenti aspettative di responsabilità e trasparenza sono oggetto di trattazione del corso gli strumenti di comunicazione volontaria che completano l'assolvimento dell'accountability d'impresa (bilancio sociale, bilancio ambientale, bilancio di sostenibilità, e così via).

2. Attività formativa e crediti universitari

Articolazione generale dell'attività formativa

L'articolazione dell'attività formativa è sviluppata attraverso le modalità rappresentate nello schema sotto esposto.

| | Master ANNUALE CFU assegnati |
|---------------------------|---|
| Attività didattica | 30 |
| Altre attività | 5 |
| Stage | 20 |
| Prova finale | 5 |
| TOTALE | 60 |

Moduli didattici e crediti maturati

I crediti complessivamente attribuiti al completamento del Master sono 60.

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

| MODULI DIDATTICI | CREDITI |
|---|----------------|
| Contabilità e bilancio, Principi contabili internazionali IAS-IFRS, Fiscalità d'impresa | 6 |
| Analisi di bilancio per indici e flussi – Rendiconto finanziario | 2 |
| Bilancio consolidato e operazioni straordinarie | 3 |
| Analisi dei costi e budgeting | 6 |
| Sistemi di misurazione dei risultati e tecniche avanzate di controllo di gestione | 3 |
| Gestione delle risorse umane, organizzazione per processi. | 2 |
| Responsabilità sociale e modelli di rendicontazione | 2 |
| Corporate governance e analisi dei modelli di business | 4 |
| Il rapporto banca-impresa | 2 |
| Stage | 20 |
| Project Work | 5 |
| Prova finale | 5 |
| Totale complessivo | 60 |

Processo di valutazione

La prova finale sarà costituita da una tesi relativa al project work.

3. Ammissione

Condizione per l'ammissione al Master è il superamento di una prova iniziale. La valutazione complessiva viene effettuata prendendo in considerazione anche il curriculum vitae dei candidati.

È inoltre richiesta la conoscenza di base della lingua inglese e dei principali applicativi informatici.

4. Per informazioni contattare:

Proff. Federica Balluchi o Veronica Tibiletti
Università degli Studi di Parma
Facoltà di Economia
Dipartimento di Economico
Sezione di Scienze Economico-Aziendali
Area di Ricerche aziendali "Gino Zappa"
Via Kennedy n.6
43100 – Parma (PR)

federica.balluchi@unipr.it

veronica.tibiletti@unipr.it

“INTERNATIONAL BUSINESS”

SESTA EDIZIONE

Referente: Prof. Francesco Daveri

1. Obiettivi

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

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

2. Attività formativa e crediti universitari

Articolazione generale dell'attività formativa

L'attività didattica del corso si svolgerà presso l'Università di Dundee (Scozia) completamente in lingua inglese. Il corso ha durata annuale a partire dalla metà di settembre di ogni anno e comprende attività didattica frontale e altre forme di insegnamento, studio guidato e didattica interattiva, nonché un progetto conclusivo sul campo da

sviluppare su propria iniziativa sotto la supervisione di uno dei docenti del Master.

Moduli didattici e crediti maturati

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

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

Processo di valutazione

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

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

Science (MSc) in International Business. L'Università di Parma rilascerà il titolo di Master Universitario di primo livello in International Business. Il possesso del titolo darà accesso al secondo anno delle Lauree Specialistiche offerte dalla Facoltà di Economia.

3. Ammissione

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

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

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

4. Per informazioni contattare:

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

“REGOLAZIONE DELLO SVILUPPO LOCALE”

Referente: Prof. Fabio Sforzi

1. Obiettivi

Il Master in Regolazione dello sviluppo locale è un Master interateneo (Università di Padova – Università Ca’ Foscari Venezia – Università di Parma) di primo livello che intende formare una figura professionale in grado di attivare reti di relazioni tra istituzioni e attori pubblici e privati accomunati dalla necessità di stabilire forme di cooperazione e negoziazione utile a favorire e regolare lo sviluppo locale. Ciò anche in vista delle sfide che i sistemi locali devono affrontare come conseguenza dei processi di internazionalizzazione economica e di costruzione dell’Unione Europea.

Il Master offre gli strumenti conoscitivi necessari a intraprendere una carriera lavorativa nelle organizzazioni pubbliche e private coinvolte nei processi di regolazione negoziata dello sviluppo locale (regioni, enti locali, camere di commercio, associazioni di categoria, sindacati, terzo settore, uffici studi). Il Master mira anche a fornire competenze professionali nell’ambito delle attività di programmazione delle imprese di servizi e nelle agenzie di regolazione degli enti locali. Il livello di preparazione consente di assumere funzioni di elaborazione e gestione di progetti di sviluppo locale in una prospettiva di governance multilivello.

2. Attività formative

Articolazione generale dell’attività formativa

Le attività didattiche (lezioni frontali e laboratori) si svolgeranno presso l’Università di Padova il mercoledì pomeriggio, giovedì e venerdì tutto il giorno. L’inizio delle attività didattiche è previsto per

marzo 2009 e la conclusione del corso per dicembre 2009.

Il corso ha durata annuale e comprende:

– 350 ore di didattica frontale (234 ore di lezioni + 116 ore di laboratori)

– un periodo obbligatorio dedicato allo stage (150 ore);

– una prova finale di accertamento delle competenze acquisite.

I laboratori si caratterizzano per la peculiare metodologia didattica tendente a sviluppare le capacità di analisi di progetti di sviluppo locale e di casi specifici di programmazione negoziata/partecipata, di individuazione di risorse utili per lo sviluppo dei sistemi locali, di costruzione di reti tra attori dello sviluppo locale.

Lo stage potrà essere effettuato presso enti pubblici e privati. Modalità organizzative e calendario saranno personalizzati e verranno svolti con la supervisione e il coordinamento di un docente responsabile per gli stage, nominato dal comitato ordinatore del Master.

Moduli didattici e crediti maturati

Complessivamente, l'attività formativa del Master dà origine a 64 crediti formativi universitari (CFU), ripartiti come indicato nella tabella che segue.

| MODULI TEMATICI | CFU | ORE DI DIDATTICA | |
|---------------------------------------|-----|------------------|------------|
| | | LEZIONI | LABORATORI |
| I meccanismi istituzionali | | | |
| Diritto amministrativo | 2 | 12 | |
| Diritto regionale e degli enti locali | 2 | 12 | |
| Diritto dell'Unione Europea | 2 | 12 | |
| Storia del governo locale | 1 | 6 | |
| Riforma del governo regionale | 1 | | 12 |

| I processi economici | | | |
|------------------------------------|-----------|------------|------------|
| Economia dei distretti industriali | 2 | 12 | |
| Economia delle reti | 2 | 12 | |
| Economia e gestione delle imprese | 4 | 24 | |
| Economia urbana e regionale | 2 | 12 | |
| Storia economica | 1 | 6 | |
| I processi di governance | | | |
| Economia e politica dello sviluppo | 4 | 24 | |
| Scienza politica | 2 | 12 | |
| Politiche sociali | 2 | 12 | |
| Governo locale | 4 | 24 | |
| Management pubblico | 2 | 12 | |
| Analisi delle politiche pubbliche | 4 | 24 | |
| Programmazione negoziata | 4 | | 52 |
| Comunicazione politica | 1 | 6 | |
| Regolazione locale | 4 | | 52 |
| Metodologia della ricerca | 2 | 12 | |
| Stage | 8 | | |
| Project work | | | |
| Verifica finale | 8 | | |
| Totale | 64 | 234 | 116 |

Processo di valutazione

La prova finale di accertamento delle competenze complessivamente acquisite consiste nella preparazione e discussione di un elaborato su un tema concordato con il comitato ordinatore.

Al termine del corso, e previo superamento della prova finale, sarà rilasciato un titolo congiunto da parte delle Università di Padova, di

Venezia Ca' Foscari e di Parma. Il possesso del titolo darà accesso al secondo anno della Laurea specialistica in «Economia e Gestione dello Sviluppo» (curriculum: Sviluppo Locale e Cooperazione Internazionale) della Facoltà di Economia.

3. Ammissione

Il Master è rivolto a un numero massimo di 20 partecipanti.

L'ammissione al corso è subordinata al superamento di una prova di selezione, che prevede una valutazione dei titoli presentati. Alla selezione possono partecipare i titolari di:

- Laurea triennale della classe 4, 5, 6, 13, 14, 15, 18, 19, 28, 29, 31, 35, 36, 37, 38, 39, 41.
- Laurea specialistica della classe 3/S, 4/S, 5/S, 10/S, 13/S, 22/S, 49/S, 53/S, 54/S, 55/S, 57/S, 59/S, 60/S, 64/S, 65/S, 67/S, 70/S, 71/S, 74/S, 82/S, 83/S, 84/S, 87/S, 88/S, 89/S, 90/S, 99/S, 102/S.
- Lauree (ante DM 509) in Economia, Scienze economiche, Discipline economiche e sociali, Scienze politiche, Sociologia, Giurisprudenza, Relazioni pubbliche, Lettere, Scienze della comunicazione, Pedagogia, Psicologia, Architettura, Urbanistica, Politica del territorio.

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

4. Per informazioni contattare:

- Sito web: <http://www.scipol.unipd.it> – didattica – post lauream
- Segreteria organizzativa: Dott.ssa Roberta Boggian – Dipartimento di Studi Storici e Politici, Università di Padova; tel. 049 8273735/8274201; cell. 328 3626190; fax 049 8274029, e-mail: master.regpol@unipd.it
- Docente di riferimento: Prof. Fabio Sforzi – Dipartimento di Economia; tel. 0521 032354, e-mail: fabio.sforzi@unipr.it

“STRATEGIA E PIANIFICAZIONE DELLE ORGANIZZAZIONI, DEGLI EVENTI E DEGLI IMPIANTI SPORTIVI”

Referente: Prof. Luca Di Nella

1. Obiettivo

Il Master Internazionale in Strategia e Pianificazione delle Organizzazioni e degli Eventi Sportivi è di primo livello ed è attivato in convenzione tra le Facoltà di Economia e di Medicina e Chirurgia, corso di laurea in Scienze Motorie, dell'Università di Parma e il Dipartimento di Economia e Tecnologia dell'Università degli Studi della Repubblica di San Marino. Il Master si propone di formare professionisti in grado di operare con successo nella pianificazione, gestione e promozione di aziende, organizzazioni e/o istituzioni del settore sportivo o ad esso collegate. Attraverso la partecipazione al Master i corsisti avranno la possibilità di acquisire competenze gestionali, conoscenze tecniche, capacità relazionali e di approccio ai mercati sportivi, particolarmente utili per un futuro inserimento a livello dirigenziale in aziende, enti e organizzazioni già esistenti, ovvero per lo sviluppo autonomo di attività di consulenza al servizio delle stesse. Il Master intende rispondere alla crescente domanda di figure professionali qualificate, con specifiche competenze in ambiti quali la pianificazione strategica, l'organizzazione e la gestione aziendale, il diritto dello sport, il marketing, la comunicazione, la gestione degli impianti e degli eventi, la programmazione territoriale delle attività, che proviene da settori sempre più ampi del mondo sportivo.

2. Attività formativa

Il Master Internazionale in Strategia e Pianificazione delle Organizzazioni e degli Eventi Sportivi offre ai partecipanti l'opportunità di sviluppare una comprensione critica degli aspetti socio economici, manageriali e culturali dello sport, a partire dall'analisi di esperienze di gestione, studio e ricerca a livello internazionale. Gli stage e la stesura della tesi di fine corso consentono, inoltre, agli studenti di sviluppare gli aspetti operativi, relazionali e analitici del proprio lavoro.

Il Master attribuisce 70 CFU, così ripartiti:

- insegnamenti obbligatori: 56 crediti;
- stage formativo: 12 crediti;
- prova finale: 2 crediti.

Il Master ha durata annuale, da gennaio 2009 a gennaio 2010 e prevede un totale di 1700 ore di impegno complessivo del partecipante.

Le metodologie didattiche utilizzate nell'ambito del Master sono di tipo fortemente partecipativo e prevedono l'alternarsi di lezioni frontali in aula (340 ore); seminari, workshop, testimonianze aziendali, esercitazioni individuali e di gruppo, discussione di casi, visite aziendali guidate (232 ore); studio individuale e project work (828 ore); stage formativo presso aziende, istituzioni, organizzazioni, leghe o società sportive italiane o straniere (300 ore).

Tra le materie insegnate vi è l'Economia dello sport, la Sociologia delle Organizzazioni sportive, Bilancio e Controllo di Gestione dei Servizi Sportivi, Teoria e Tecnica della Comunicazione Sportiva, Diritto dello sport, Programmazione e controllo dell'impiantistica sportiva, Gestione e Programmazione degli Eventi Sportivi.

3. Ammissione

Il Master è indirizzato a laureati (in possesso di laurea triennale o titolo equivalente) provenienti da qualunque facoltà. È subordinato al conseguimento del titolo accademico entro la data di scadenza del bando.

Il Master è a numero chiuso. È prevista la partecipazione di un numero massimo di 30 studenti. Nel caso vi siano cittadini sammarinesi, due posti saranno riservati a questi ultimi.

Possono essere ammessi a frequentare il corso fino a due uditori. Questi, pur non essendo in possesso dei requisiti richiesti dal bando, possono essere ammessi, qualora a giudizio insindacabile della Commissione esaminatrice abbiano maturato significative esperienze di lavoro o di studio nel settore dello sport. Gli uditori possono assistere alle lezioni, ma non partecipano agli stage e non conseguono il titolo di Master. A costoro viene rilasciato un certificato di presenza. La selezione per l'ammissione è effettuata da un'apposita commissione nominata dal Comitato Scientifico secondo le seguenti modalità: analisi del *curriculum vitae* del candidato; giudizio formulato a seguito della prova orale (colloquio personale). Il colloquio è volto ad accertare, coerentemente con la natura del corso Master nell'ambito del percorso di studi universitari, il possesso da parte del candidato di alcune conoscenze base in campo economico (nozioni fondamentali di organizzazione e gestione aziendale e tecniche di marketing), della comunicazione (possesso di abilità linguistiche e di attitudine alla scrittura) e sportivo (conoscenza essenziale degli assetti istituzionali del sistema sportivo).

4. Prova finale

Il Master Internazionale in Strategia e Pianificazione delle Organizzazioni e degli Eventi Sportivi si conclude con una prova finale, attribuita di 2 crediti formativi, consistente nella presentazione e discussione da parte degli Studenti di una dissertazione scritta (*project work*), riguardante argomenti affrontati nel corso delle lezioni

e dello stage formativo. In relazione ai contenuti del *project work*, il colloquio finale può vertere anche su altri temi trattati nell'ambito del Master. È prevista la pubblicazione dei lavori più significativi.

5. Per informazioni contattare:

- Valeria Bronzetti (Università di San Marino)
Tel. 0549/996181; e-mail: vbronzetti@unirms.it
- Luisella Notari (Università di Parma)
Tel. 0521/2433; luisella.notari@unipr.it

Per informazioni relative agli alloggi, alle borse di studio e ad altri aspetti si rinvia al sito: www.unirms.sm/mastersport

I CORSI DI PERFEZIONAMENTO

“MASTER IN MARKETING MANAGEMENT”

NONA EDIZIONE

Referente: Prof. Guido Cristini

1. Obiettivi

Il Master in Marketing Management è un Master specialistico di alta formazione che nasce da una pluriennale collaborazione tra **l'Università degli Studi di Parma e la Business School de “Il Sole 24 ORE”** e che deve il suo successo alla forte relazione con le aziende.

Il Master in Marketing Management si configura, nel panorama formativo italiano, come un prodotto fortemente innovativo ed altamente qualificante, proprio in quanto risultato della collaborazione sottoscritta nel 1999 da l'Università degli Studi di Parma e dalla Business School de Il Sole 24 Ore e si caratterizza per l'assoluta qualità della didattica, della strumentazione utilizzata e della rete di contatti con la business community. Quest'ultima garantisce ai partecipanti concrete opportunità di inserimento in azienda nell'ambito delle funzioni Marketing, Trade Marketing, Vendite e Comunicazione.

L'iniziativa è altresì patrocinata dalla SIM, Società Italiana di Marketing che – tra le altre attività – prevede anche quella di certificazione dei master in marketing.

Il Master in Marketing Management per la Nona Edizione viene innovato in profondità per venire incontro ai crescenti fabbisogni di risorse qualificate provenienti dalle imprese operanti nel largo consumo e nel lusso.

Attraverso il costante ricorso a strumenti di didattica attiva, di laboratori, di team working e sessioni in outdoor **vengono valorizzate le capacità individuali** in modo da favorire l'inserimento in azienda,

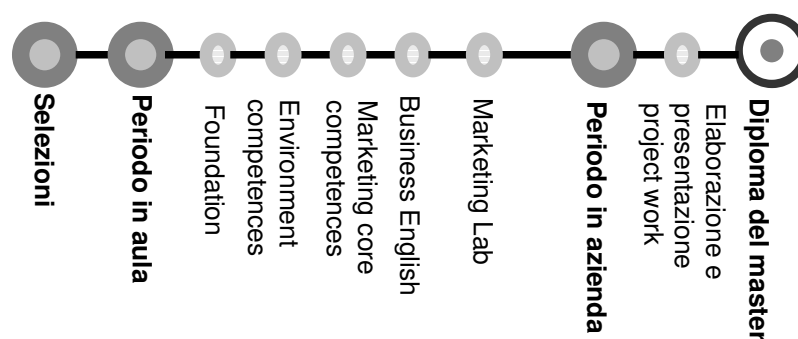
da parte dei partecipanti, in posizioni connotate da elevate responsabilità.

Il Master in Marketing Management si rivolge a giovani laureati in qualsiasi disciplina, interessati ad operare all'interno delle funzioni **Consumer e Trade Marketing** di imprese industriali oppure nelle agenzie di comunicazione e nelle società di ricerca e di consulenza.

La partecipazione al Master consente agli iscritti di: **completare il livello di preparazione universitaria** attraverso l'assunzione di conoscenze specialistiche nell'ambito delle problematiche di marketing;

- **acquisire competenze distintive** sui temi di frontiera inerenti le strategie e le politiche di marketing di produttori o distributori (processi di integrazione nella supply chain, analisi del consumatore e strumenti di micromarketing, comunicazione esterna e processi di pubbliche relazioni);
- **valorizzare**, attraverso il costante ricorso a strumenti di didattica attiva, le capacità individuali in modo da favorire l'inserimento in azienda in posizioni connotate da elevate responsabilità;
- **assicurare una costante relazione con la business community** in virtù del coinvolgimento di testimoni provenienti dalle principali imprese operanti nel mercato del largo consumo.

2. Attività formativa



Articolazione generale dell'attività formativa

La Nona Edizione del Master prende avvio il 6 ottobre 2008 per concludersi nell'ottobre del 2009.

Il Corso prevede un percorso formativo di **complessive 1200 ore**, delle quali **850 di aula**, **350 di studio individuale** per la preparazione alle verifiche periodiche e la realizzazione dei progetti di lavoro e **900 ore di stage** in azienda.

Delle 850 ore di aula i primi 2 mesi sono dedicati ad **insegnamenti di base** relativi ad aspetti economici e all'analisi del contesto competitivo. A partire dal 3° mese seguiranno **moduli specifici di approfondimento sulla strumentazione di marketing**.

La metodologia didattica utilizzata è fortemente orientata alla gestione pratica della vita aziendale. Gli argomenti affrontati in aula trovano infatti un immediato riscontro nella simulazione dei processi aziendali, attraverso la realizzazione di **project work, discussioni di casi, esercitazioni, lavori di gruppo e business game**.

Sono previste inoltre numerose **testimonianze di protagonisti illustri** del settore che portano in aula la concretezza di esempi reali, nonché esperienze di eccellenza.

Alla fine del periodo in aula i partecipanti sono chiamati a

presentare un **Piano di Marketing** volto a verificare il grado di apprendimento maturato e la capacità di ottenere risultati mediante l'apporto del gruppo. Dal mese di maggio partono i **Field Projects** che si sviluppano nei successivi sei mesi presso le sedi delle imprese industriali e commerciali partners dell'iniziativa.

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

Moduli didattici

Il programma relativo alla fase di aula del corso si articola in 21 moduli didattici della durata di circa una settimana ciascuno.

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

- **Foundations:**

Comportamento Organizzativo e Team Building, Microeconomia, Budgeting.

- **Environment Competences:**

Strategic Marketing, International Marketing, Consumer Analysis.

- **Marketing Intelligence:**

Business Statistics, Marketing Intelligence, Database Marketing.

- **Core Competences:**

Innovazione e Product Management, Branding, Marketing design.

- **Marketing Distributivo:**

Retail Marketing, Marketing esperienziale e visual merchandising.

- **Trade Marketing e Supply Chain Management:**

Trade Marketing, Sales Management, Gestione operativa e logistica.

- **Communication Management:**

Tecniche della comunicazione pubblicitaria, Media Planning, Physical brand delivery.

- **Business English:**

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

- **Laboratori:**

Laboratorio di marketing televisivo, Laboratorio di Public Speaking, Laboratorio di informatica e web marketing, Laboratorio manageriale, Laboratorio sul settore del lusso, Laboratorio di analisi banche dati retail, Laboratorio sull'innovazione distributiva, Laboratorio di marketing agroalimentare, visite aziendali – sessioni in outdoor.

- **Marketing Plan:**

Presentazione di un Piano di Marketing e partecipazione alla competizione nazionale organizzata dalla SIM.

- **Special Guest:**

Nel corso della fase d'aula saranno invitati a tenere una lezione magistrale su temi di frontiera docenti, imprenditori, professionisti e manager di riconosciuta fama nazionale ed internazionale.

Processo di valutazione e attestato finale

Durante il corso sono **previsti due momenti di verifica** (a gennaio ed a marzo) volti a fornire un puntuale ritorno circa il grado di apprendimento dei partecipanti nelle diverse discipline impartite.

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

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

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

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

Comitato Scientifico

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

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

Fanno parte di tale Comitato i seguenti Accademici:

- Prof. Riccardo Varaldo - Scuola Superiore di Studi S. Anna di Pisa - Presidente;
- Prof. Umberto Collesei - Università "Ca' Foscari" di Venezia;
- Prof. Gianni Cozzi - Università degli Studi di Genova;
- Prof. Giancarlo Ferrero - Università degli Studi di Urbino;
- Prof. Riccardo Lanzara - Università degli Studi Pisa;
- Prof. Gianpiero Lugli - Università degli Studi di Parma;
- Prof. Alberto Marcati - Università "L.U.I.S.S." di Roma;
- Prof. Luca Pellegrini - Università IULM di Milano;
- Prof. Enrico Valdani - Università Luigi Bocconi di Milano

Comitato dei Garanti e Steering Committee Aziendale

Il Master Marketing Management si avvale di un Comitato dei Garanti composto da alcuni top manager di imprese industriali e commerciali leader all'interno del mercato di largo consumo.

Compito di tale comitato è quello di assicurare un costante interscambio di esperienze tra business community e faculty accademica al fine di definire orientamenti formativi volti a favorire l'inserimento dei giovani all'interno delle funzioni delle imprese partner.

COMITATO DEI GARANTI

- Dott. Giacomo Archi – Henkel
- Dott. Giuseppe Brambilla di Civesio – Carrefour
- Dott. Camillo De Berardinis - Conad
- Dott. Valerio Di Natale – Kraft Foods
- Dott. Riccardo Francioni – Selex
- Dott.ssa Giorgina Gallo – L’Oreal Italia
- Dott. Nicola Ghelfi – Barilla
- Dott. Gino Lugli – Ferrero
- Dott. Mario Maiocchi – Unieuro
- Dott. Emanuele Plata – Crai
- Dott. Carlo Prevedini – Parmalat
- Dott. Dario Rinero – Coca Cola HBC
- Dott. Vincenzo Tassinari – Coop Italia

Lo Steering Committee Aziendale ha, tra i principali compiti, quello di definire le politiche più appropriate volte a favorire il coinvolgimento del management nel progetto formativo nella fase didattica, nella ricerca dei tutors aziendali da affiancare ai partecipanti durante i Field Projects, nella definizione dei profili ricercati per lo stage e le eventuali opportunità di placement.

Il Comitato è presieduto dal Direttore del Master ed è composto dai Direttori HR e Marketing delle seguenti Imprese:

Bolton, Bonduelle, Carrefour, Coca Cola HBC, Coop Italia, Ferrero, Henkel, Interdis, Kraft, L’Oreal, Monster, Nestlè, Partesa, Procter & Gamble, SMA Supermercati, Unilever

3. Ammissione

Il Master è a **numero chiuso** ed è indirizzato a **giovani laureati e/o laureandi**. La selezione dei candidati viene realizzata attraverso i seguenti criteri:

- titolo di studio e votazione conseguita;
- conoscenza delle lingue straniere;

- test lingua inglese e test logico-matematico;
- eventuale esperienza di lavoro;
- colloquio di gruppo e/o individuale.

Aziende Sponsor e Aziende Partners

SPONSOR:

BARILLA, FERRERO, SIRAM

PARTNER:

Alfawassermann, Auchan, Bologna Fiere, Bolton Group, Bonduelle, Bravo Solution, Buongiorno, Carrefour, Catalina Marketing, Chiesi Farmaceutici, Coca Cola HBC, Coccinelle, Colgate Palmolive, Consodata, Coop Italia, Crai, CreaInternational, Dalter, Gruppo Danone, Gruppo Pam, Davines, Design Group Italia, Edelman, Eridania, Eurisko, Fater, Galbani, GFK, Granmilano, Granarolo, Greci Industria Alimentare, GS Supermercati, Henkel, Il Sole 24 Ore, Interdis, IRI-Information Resources, Kraft, Leaf Italia, Lince, L'Oreal, Masterfoods, McCann Erickson, Microsoft, Monster, Montorsi, Morris Profumi, Nathura, Nestle', OMD, Panem, Parmacotto, Parmalat, Partesa, Procter & Gamble, Selex, Sigma, SMA Supermercati, TIM, Unieuro, Unigrana, Unilever, Value Lab, Wind, Ysl Beaute

4. Per informazioni contattare

- Sito web:

www.mastermarketingmanagement.it

oppure

www.formazione.ilsole24ore.com

- e-mail: master@unipr.it
- Tutor: Dott.ssa Enza Odorisio – Dipartimento di Economia; Tel.: 0521-906508;
- Segreteria organizzativa : Master in Marketing Management Tel.: 0521 906508 – Fax: 0521 906508, e-mail: master@unipr.it;
- Servizio Clienti della Business School - Il Sole 24 Ore: 02 3022.3811/3906 - Fax: 02 3022.4462/2059; e-mail:segreteria.scuola@ilsole24ore.com

Docente di riferimento:
Prof. Guido Cristini
Dipartimento di Economia
Tel.: 0521-906508;
e-mail: master@unipr.it

“LAVORO, WELFARE E RISORSE UMANE”

SETTIMA EDIZIONE

Referente: Prof. Mario Menegatti

1. Obiettivi

Il Corso si propone di formare figure di esperti di politiche del lavoro, welfare, gestione e valorizzazione delle risorse umane. A tale scopo, intende fornire ai partecipanti: capacità di analisi delle strutture organizzative e delle imprese; metodologie di gestione e valorizzazione delle risorse umane; strumenti di analisi del mercato del lavoro finalizzati alle politiche attive; strumenti per la progettazione di interventi in materia di servizi per l'impiego e di interventi formativi; capacità di progettazione di interventi di politica sociale, soprattutto a livello locale; conoscenza di altri strumenti di politica sociale. Obiettivo del corso è di offrire opportunità di lavoro in diverse realtà, quali ad esempio: servizi per l'impiego pubblici e privati; associazioni di categoria; enti di formazione; società e istituti di ricerca che operano sulle tematiche delle politiche sociali e del lavoro; enti previdenziali; società di selezione del personale; uffici del personale di enti ed aziende.

2. Attività formativa

Articolazione generale dell'attività formativa

Il Corso di Perfezionamento in Lavoro, welfare e risorse umane si sviluppa nell'arco dell'intero anno accademico e prevede:

300 ore di lezione frontale, 500 ore di stage e 100 ore di studio individuale

L'inizio delle attività è previsto a partire dal mese di ottobre 2008 e con termine per il mese di luglio 2009.

Le lezioni frontali sono strutturate in 7 moduli formativi:

- Diritto del lavoro e legislazione sociale
- Economia del lavoro
- Gestione delle risorse umane e rappresentanza
- Metodologia della ricerca e tecniche di analisi dei dati
- Organizzazione e management
- Politiche del lavoro e servizi per l'impiego
- Sistemi di welfare e politiche per la protezione sociale

Il periodo di stage, obbligatorio per i frequentanti l'intero Corso, ha lo scopo di consentire ai partecipanti di applicare e sperimentare in ambiente lavorativo metodi e contenuti del percorso formativo conseguiti con le lezioni d'aula e lo studio individuale.

Processo di valutazione

Per conseguire l'attestato di frequenza sarà necessario superare un esame finale che prevede la presentazione di un project work sui contenuti di una delle unità formative, concordato con il docente.

3. Ammissione

Il Corso è a numero programmato. Il numero minimo di iscritti per attivare l'intero Corso è fissato in 15 unità mentre il numero massimo è di 25 unità.

Possono accedervi coloro che, alla data della selezione, sono in possesso di uno dei seguenti titoli di studio: laurea quadriennale (vecchio ordinamento accademico), triennale (nuovo ordinamento accademico).

E' possibile consentire l'iscrizione sotto condizione di studenti che debbano acquisire il titolo di studio richiesto entro 30 giorni

dall'inizio delle lezioni sulla base di una autocertificazione. Gli studenti iscritti sotto condizione che non conseguissero il titolo entro il termine previsto saranno esclusi dal corso.

4. Per informazioni contattare:

- Sito web: www.lavororisorseumane.it;
e-mail: masterlavoro@unipr.it
- Segreteria organizzativa: dott.ssa Manuela Petrolini
Tel.: 0521- 032433
Fax: 0521- 032402
- Direttore del corso: Prof. Mario Menegatti- Dipartimento di Economia; e-mail: mario.menegatti@unipr.it

“RISK MANAGEMENT E GESTIONE PROFESSIONALE NEL COMPARTO ASSICURATIVO”

Referente: Prof. Claudio Cacciamani

1. Obiettivi

Il corso fornisce le competenze e le tecniche per un'efficace consulenza ed offerta di soluzioni e coperture assicurative alla clientela *corporate* e *retail*.

2. Attività formativa

Articolazione generale dell'attività formativa

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

Il programma prevede sessioni di 4 ore ciascuna nella giornata di venerdì (mattina e pomeriggio).

Moduli didattici

L'attività formativa prevista è organizzata secondo moduli didattici:

- risk management – l'approccio al cliente e la consulenza, le tecniche di risk management (2 sessioni);
- introduzione - fondamenti di bilancio di società ed enti pubblici, analisi e riclassificazione, problematiche giuridiche

di offerta delle polizze (4 sessioni);

- rischi property – polizze incendio, furto, CAR/EAR, il rischio trasporto, la stima preventiva e l’interscambio con la direzione tecnica, la liquidazione sinistri e la gestione del post-sinistro (10 sessioni);
- rischi da interruzione di attività (2 sessioni);
- rischi da responsabilità civile – responsabilità civile contrattuale ed extracontrattuale, RCG, RC prodotto e produttore, RC inquinamento e bonifica siti (6 sessioni);
- prodotti assicurativi per dipendenti, dirigenti e amministratori (4 sessioni);
- assicurazione dei rischi e creazione di valore per gli azionisti (2 sessioni);
- tecniche di comunicazione in relazione all'attività di marketing (4 sessioni).

Processo di valutazione e attestato finale

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

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

3. Per informazioni contattare:

- Sito web: www.uniparmassicurazioni.it
- Dott.ssa Elisa Bocchialini – Dipartimento di Economia;
tel.: 0521-032484; fax: 0521-902397; e-mail:
elisa.bocchialini@uniparmassicurazioni.it
- Dott. Giovanni Canali – cell.: 320-5550899; e-mail:

giovanni.canali@uniparmassicurazioni.it

- Dott.ssa Lara Maini – Dipartimento di Economia; tel. 0521-032338; e-mail: lara.maini@uniparmassicurazioni.it
- Docente di riferimento: Prof. Claudio Cacciamani - Dipartimento di Economia; Tel.: 0521-032506; e-mail: claudio.cacciamani@unipr.it

“ESPERTO IN GESTIONE NEL SETTORE DISTRIBUZIONE BEVERAGE”

DECIMA EDIZIONE HO.RE.CA DISTECH

Referente : Prof. Davide Pellegrini

1. Obiettivi

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

2. Attività formativa

Articolazione generale dell'attività formativa

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

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

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

Moduli didattici

Il programma comprende i seguenti moduli didattici:

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

Processo di valutazione e attestato finale

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

3. Ammissione

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

4. Per informazioni contattare:

- Pagina Web: www.corsohoreca.com
- Tutor e segreteria organizzativa: Elisabetta De Feo – Morena Avanzini, Dipartimento di Economia; Tel. 0521-032015-19; fax: 0521-032019; e-mail: horeca@unipr.it
- Docente di riferimento: Prof. Davide Pellegrini - Dipartimento di Economia; Tel.: 0521-032011; e-mail: davide.pellegrini@unipr.it

MASTER “STORE MANAGEMENT DELLA RISTORAZIONE DI MARCA”

TERZA EDIZIONE

Referente : Prof. Davide Pellegrini

1. Obiettivi

Obiettivo del corso è creare delle figure professionali destinate ad avere ruoli manageriali all'interno dei punti vendita della Ristorazione di marca. Obiettivo delle Aziende sponsor, associate a Confimprese (AUTOGRILL, CAMST, CHEF EXPRESS, CIBIS, CIR-FOOD FLUNCH, MC DONALD'S e VERA RISTO') è assumere gli allievi che dimostreranno nel corso dell'anno di possedere i requisiti idonei per avviarsi alla gestione dei punti vendita, sensibilità commerciale, attitudine alla gestione e chiaramente interesse per la ristorazione.

2. Attività formativa

Articolazione generale dell'attività formativa

Il corso in Store Management è realizzato dall'Università di Parma in collaborazione con Confimprese. L'Università di Parma ospita l'iniziativa e si fa garante della qualità dell'organizzazione, del coordinamento scientifico e dell'assistenza tecnica. Il corso prevede 700 ore di attività d'aula comprendenti lezioni frontali, testimonianze aziendali, esercitazioni, ore di studio individuale pre-esami, ore di verifica e 700 ore di stage presso le aziende sponsor. La frequenza è obbligatoria a tempo pieno e le lezioni si tengono presso la Facoltà di Economia dell'Università di Parma.

Moduli didattici

Il programma comprende i seguenti moduli didattici:

Modulo 0 – presentazione del corso

Modulo 1 – introduzione al settore

Modulo 2 – informatica

Modulo 3 – area retailing mix

Modulo 4 – sicurezza HACCP

Modulo 5 – area vendite e customer satisfaction

Modulo 6 – people management

Modulo 7 – area gestione risorse umane

Modulo 8 – supply chain e qualità

Modulo 9 – economics & finance

Modulo 10 – business game

Processo di valutazione e attestato finale

Al termine del corso è rilasciato un diploma di frequenza dell'Università degli Studi di Parma.

3. Ammissione

Il corso è rivolto a 25 candidati che siano in possesso di una laurea triennale o quadriennale.

4. Per informazioni contattare:

Pagina Web: www.Masterinristorazione.com

Tutor e segreteria organizzativa: Quaglio Alessia –

Dipartimento di Economia; Tel. 0521-032303; fax: 0521-032019; e-mail: masterinristorazione@unipr.it

Docente di riferimento: Prof. Davide Pellegrini - Dipartimento di Economia; Tel.: 0521-032011; e-mail: davide.pellegrini@unipr.it

“MASTER IN RETAIL MANAGEMENT”

QUINTA EDIZIONE

Referente : Prof. Davide Pellegrini

1. Obiettivi

Obiettivo del corso è creare delle figure professionali destinate ad avere ruoli manageriali all'interno delle diverse funzioni della Distribuzione Moderna, in particolare nelle seguenti aree:

- Sviluppo e vendite
- Marketing e communication manager
- Analisti e ricerche di mercato
- Carte fedeltà e geomarketing
- Category manager
- Buyer
- Brand & private label manager
- Supply chain
- Cgd
- Finanza e servizi
- Uffici legali

Punti di forza del progetto

- **L'internazionalità:** la partnership con l'Università di Stirling che ospita il viaggio studi ad Edimburgo (www.irs.stir.ac.uk) centro indiscusso di ricerca nel Retail permette agli studenti di fare un'esperienza indimenticabile di confronto con le principali aree di sviluppo del settore.
- **Le borse di studio e le relazioni con le imprese:** le aziende associate A.D.M., a testimonianza della forte collaborazione

mondo aziendale-Master, mettono a disposizione 20 borse di studio del valore del 50% della quota di iscrizione.

- **L'attività di Placement:** il Master segue i partecipanti nell'inserimento nelle aziende.

Ad oggi le edizioni precedenti vantano oltre il 90% di inserimenti aziendali a 6 mesi dal termine del Master.

- **I crediti Universitari:** al termine del percorso saranno riconosciuti crediti universitari (il numero potrà essere determinato solo a posteriori) spendibili per percorsi specialistici.
- **Le testimonianze di manager e imprenditori del settore:** in ogni modulo sono presenti almeno il 40% di testimonianze aziendali.
- **I docenti selezionati** tra i massimi esperti della distribuzione nel mondo accademico, consulenziale e della formazione di settore.
- **La metodologia** didattica fortemente orientata alla gestione pratica della vita aziendale.
- **Il comitato scientifico e il coordinamento didattico** che garantiscono la qualità dei contenuti e lo sviluppo omogeneo del programma in tutte le fasi del Master.

2. Attività formativa

La quinta edizione del Master inizia ad ottobre 2008 e si conclude nel mese di ottobre del 2009 con la presentazione dei risultati dei Field Project realizzati dai partecipanti presso le strutture nelle quali hanno realizzato lo stage.

Il Master prevede circa 700 ore di formazione e 6 mesi di stage in azienda.

I primi sei mesi (da ottobre a marzo) sono dedicati alla formazione in aula.

All'interno della fase d'aula verrà organizzato un educational study tour in collaborazione con alcune delle più prestigiose università internazionali.

Dal mese di aprile prendono avvio i Field Project che si sviluppano nei sei mesi successivi presso le sedi delle imprese partner.

Il Master si conclude con la presentazione in forma pubblica dei risultati del Field Project, con la partecipazione alla discussione dei docenti del Master e dei manager coinvolti nell'attività di tutorship.

Il programma comprende i seguenti moduli didattici:

- *BUSINESS ENGLISH*
- *COMPORAMENTO ORGANIZZATIVO E TEAM BUILDING*
- *INTRODUZIONE AL MERCATO e ALL'IMPRESA*
- *SCENARIO DISTRIBUTIVO E RAPPORTI DI CANALE*
- *GEOMARKETING E STRATEGIE DI SVILUPPO FORMATI*
- *MARKETING DI CATEGORIA E BUYING*
- *MICROMARKETING E MARKETING INTELLIGENCE*
- *COMUNICAZIONE IN STORE MARKETING*
- *BRAND MANAGEMENT e QUALITA'*
- *PRICING COMMERCIALE*
- *LOGISTICA & SUPPLY CHAIN*
- *STORE ORGANIZATION*
- *CONTROLLO DI GESTIONE*
- *HUMAN RESOURCE*

Processo di valutazione e attestato finale

Sono previste prove di valutazione ed esami. Al termine del corso è rilasciato un diploma di frequenza dell'Università degli Studi di Parma.

3. Ammissione

Il corso è rivolto a circa 20 candidati che siano in possesso di una laurea triennale o quadriennale.

Aziende partners dell'iniziativa

Durante le prime 4 edizioni il Master ha consolidato un rapporto di proficua collaborazione con le più importanti aziende del Retail

che oltre ad offrire 20 borse di studio del valore del 50% del costo complessivo, hanno altresì ospitato i partecipanti in stage.

Di seguito le imprese e le istituzioni partner dell'iniziativa:

Agorà, Auchan, Autogrill, Bennet, Carrefour, Castorama, Conad, Coop, Coralis, Crai, Decathlon, Despar, Esselunga, Expert, Gruppo Coin, Gruppo C3, GS Supermercati, il Gigante, Interdis, Iper, la Rinascente, Lombardini, Mercatone Uno, Metro, Gruppo PAM, Selex, SIGMA, SISA, Sma supermercati, Unes.

4. Per informazioni contattare:

- Pagina Web: www.Retail-master.com
- Tutor e segreteria organizzativa: Quaglio Alessia – Dipartimento di Economia; Tel. 0521-032303; fax: 0521-032019; e-mail: retail@unipr.it
- Docente di riferimento: Prof. Davide Pellegrini - Dipartimento di Economia; Tel.: 0521-032011; e-mail: davide.pellegrini@unipr.it

“ESPERTO NELLA VALUTAZIONE DELLE POLITICHE AGRICOLE COMUNITARIE ATTRAVERSO APPROCCI QUANTITATIVI”

TERZA EDIZIONE

Referente: Prof. Filippo Arfini

1. Obiettivi

Il corso ha lo scopo di illustrare le caratteristiche di alcuni modelli di programmazione matematica finalizzati all'analisi degli impatti delle politiche agricole a livello di regione e di settore.

I modelli sono scritti e risolti mediante l'utilizzo del software GAMS (General Algebraic Modelling System). Per questo motivo, l'altro obiettivo del corso è di far comprendere le caratteristiche e le potenzialità di GAMS finalizzato alla gestione di tali modelli.

La metodologie esposte durante il corso, sono state più volte applicate in diversi progetti di ricerca svolti sia in ambito comunitario, che nazionale.

Il corso è indirizzato principalmente a tutti coloro che, partendo da dati aziendali, vogliono effettuare un'analisi sia micro che macro economica degli effetti delle politiche agricole europee. Tuttavia il corso è rivolto anche a chi è interessato ad acquisire delle conoscenze sull'utilizzo di modelli matematici applicabili in vari settori e al software GAMS.

2. Attività formativa

Articolazione generale dell'attività formativa

Il corso, della durata di una settimana, è sviluppato nei seguenti moduli didattici:

1. Teoria della programmazione matematica;
2. La metodologia della Programmazione Matematica Positiva (PMP)
3. Introduzione al linguaggio di GAMS;
4. Organizzazione e gestione delle banche dati di uso agricolo (RICA/FADN) per l'utilizzazione nei modelli di simulazione;
5. Sviluppo di modelli di PMP (regionali e di settore) per l'analisi della riforma della Politica Agricola Comune.
6. Esercitazioni in aula di informatica con esempi sviluppati in GAMS.

3. Ammissione

I requisiti di accesso al corso, l'ammontare della quota di partecipazione ed i termini per l'ammissione sono reperibili all'indirizzo web.

I partecipanti dovranno essere muniti di computer portatile.

4. Per informazioni contattare:

- Pagina Web: <http://economia.unipr.it/de/ecagro/index.html>

oppure contattare :

- Tutor e segreteria organizzativa: Prof. Michele Donati – Dipartimento di economia; Tel. 0521-032497; e-mail: michele.donati@unipr.it

- Docente di riferimento: Prof. Filippo Arfini -
Dipartimento di Economia; Tel.: 0521-032496; e-mail:
filippo.arfini@unipr.it

“CORSO DI FORMAZIONE PER L’ESERCIZIO DELLA PROFESSIONE DI DOTTORE COMMERCIALISTA ED ESPERTO CONTABILE”

Referenti: Prof. Pier Luigi Marchini e Prof.ssa Veronica Tibiletti

1. Obiettivi

Il Corso si propone di fornire competenze utili alla preparazione dell’Esame di Stato per l’abilitazione all’esercizio della professione di Dottore Commercialista ed Esperto Contabile.

In particolare, il Corso in oggetto prevede l’attuazione di un percorso formativo volto a trasmettere nozioni, competenze ed aggiornamenti di carattere normativo, dottrinale e giurisprudenziale in materia di diritto commerciale, diritto fallimentare, diritto tributario, bilancio di esercizio, operazioni di gestione straordinaria e revisione aziendale.

L’obiettivo formativo è perseguito mediante lezioni frontali di sviluppo teorico degli argomenti, unitamente ad esercitazioni di carattere pratico e di concreta attinenza con l’attività svolta in ambito professionale dai Dottori Commercialisti ed Esperti Contabili.

Figura professionale a cui è rivolto il Corso

Il corso si rivolge ai laureati della Facoltà di Economia che intendono affrontare un percorso formativo diretto al sostenimento dell’Esame di Stato per l’abilitazione all’esercizio della professione di Dottore Commercialista ed Esperto Contabile.

L’inizio delle attività è previsto a partire dal mese di ottobre 2008 e con termine per il mese di maggio 2009.

Il Corso è a numero programmato.

2. Per informazioni contattare:

- Prof. Pier Luigi Marchini, Dipartimento di Economia, e-mail: pierluigi.marchini@unipr.it;
- Prof. Veronica Tibiletti, Dipartimento di Economia, e-mail: veronica.tibiletti@unipr.it