



Allegato alla
Guida ai Corsi di Studio del Dipartimento di Economia a.a. 2012-13

Programmi degli insegnamenti impartiti
nell'a.a. 2012-2013

COORTI STUDENTI

Primo anno del Corso di Laurea in ECONOMIA E MANAGEMENT (classe L-18) (Curriculum in ECONOMIA AZIENDALE, ECONOMIA E FINANZA, ECONOMIA E MANAGEMENT, ECONOMIA E MARKETING (classe L-18) – immatricolati a.a. 2012-13

Secondo anno dei Corsi di Laurea in ECONOMIA AZIENDALE, ECONOMIA E FINANZA, ECONOMIA E MANAGEMENT, ECONOMIA E MARKETING (classe L-18) – immatricolati a.a. 2011-12

Terzo anno dei Corsi di Laurea in ECONOMIA E MANAGEMENT, ECONOMIA AZIENDALE, ECONOMIA E FINANZA, ECONOMIA E MARKETING (classe L-18) – immatricolati a.a. 2010-11

Primo anno dei Corsi di Laurea Magistrali in AMMINISTRAZIONE E DIREZIONE AZIENDALE, FINANZA E RISK MANAGEMENT, INTERNATIONAL BUSINESS AND DEVELOPMENT, TRADE MARKETING E STRATEGIE COMMERCIALI (classe LM-77) – immatricolati a.a. 2012-13

Secondo anno dei Corsi di Laurea Magistrali in AMMINISTRAZIONE E DIREZIONE AZIENDALE, Finanza E RISK MANAGEMENT, INTERNATIONAL BUSINESS AND DEVELOPMENT, TRADE MARKETING E STRATEGIE COMMERCIALI (classe LM 77) – immatricolati a.a. 2011-12



ELENCO INSEGNAMENTI

| | |
|--|-----------|
| ANALISI DEI DATI PER IL MARKETING | 7 |
| ANALISI E PREVISIONI DEI MERCATI FINANZIARI | 9 |
| BILANCIO E COMUNICAZIONE FINANZIARIA | 11 |
| BUSINESS PLANNING | 13 |
| CONSUMER & SALES MARKETING | 15 |
| CONTABILITA' E BILANCIO CLEA-CLAM | 17 |
| CONTABILITA' E BILANCIO CLEM-CLEF | 18 |
| CONTROLLO E SVILUPPO INTERNAZIONALE DELLE IMPRESE | 19 |
| COOPERATION AND COMPETITION AMONG FIRMS | 20 |
| CORPORATE BANKING AND FINANCE | 21 |
| DEVELOPMENT ECONOMICS AND INTERNATIONAL COOPERATION | 22 |
| DIRITTO COMMERCIALE CLEM-CLEF | 26 |
| DIRITTO COMMERCIALE CLEA-CLAM | 28 |
| DIRITTO COMMERCIALE – CORSO PROGREDITO | 30 |
| DIRITTO DEI MERCATI FINANZIARI | 32 |
| DIRITTO DEL LAVORO | 34 |
| DIRITTO PER IL MARKETING | 35 |
| DIRITTO TRIBUTARIO ED ELEMENTI DI FISCALITA' INTERNAZIONALE | 36 |
| DISTRETTI INDUSTRIALI E RETI D'IMPRESA | 38 |
| ECONOMIA AGROALIMENTARE | 40 |
| ECONOMIA AZIENDALE –CORSO PROGREDITO | 41 |
| ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI CLEM-CLEF | 43 |

| | |
|---|----|
| ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI CLEA-CLAM..... | 44 |
| ECONOMIA DEL MERCATO MOBILIARE | 45 |
| ECONOMIA DELLA GLOBALIZZAZIONE | 46 |
| ECONOMIA DELL'AZIENDA AGRARIA E AGROINDUSTRIALE..... | 47 |
| ECONOMIA DELLE AZIENDE NON PROFIT | 48 |
| ECONOMIA DELLE AZIENDE PUBBLICHE..... | 49 |
| ECONOMIA DELLE FILIERE AGROALIMENTARI | 51 |
| ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE CLEM-CLEF | 52 |
| ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE CLEA-CLAM | 54 |
| ECONOMIA E POLITICA MONETARIA – MODULO 1 | 55 |
| ECONOMIA E POLITICA MONETARIA – MODULO 2..... | 56 |
| ECONOMIA INDUSTRIALE – MODULO 1..... | 58 |
| ECONOMIA INDUSTRIALE – MODULO 2..... | 59 |
| ECONOMIA INDUSTRIALE INTERNAZIONALE..... | 60 |
| ECONOMIA ITALIANA | 61 |
| ECONOMIC STATISTICS | 62 |
| ENVIRONMENTAL ECONOMICS..... | 64 |
| EU POLICIES AND PROJECTS | 65 |
| EUROPEAN ECONOMY | 66 |
| EVOLUZIONE DEI SISTEMI DISTRIBUTIVI..... | 68 |
| FINANZA INTERNAZIONALE | 70 |
| FINANZA MATEMATICA – MODULO 1..... | 71 |
| FINANZA MATEMATICA – MODULO 2..... | 72 |
| FINANZIAMENTI D’AZIENDA..... | 73 |
| GESTIONE DEI RISCHI E DELLE ASSICURAZIONI..... | 74 |
| GESTIONE DELLA PRODUZIONE INDUSTRIALE | 75 |
| GESTIONE FINANZIARIA DELLE IMPRESE..... | 77 |

| | |
|---|-----|
| GOVERNANCE E GESTIONE DEL RISCHIO – MODULO 1 | 78 |
| GOVERNANCE E GESTIONE DEL RISCHIO – MODULO 2 | 80 |
| GROWTH AND HISTORY OF GLOBAL ECONOMY - PART I: ECONOMIC GROWTH | 81 |
| GROWTH AND HISTORY OF GLOBAL ECONOMY - PART II - HISTORY OF GLOBALIZATION | 82 |
| INTERNATIONAL ACCOUNTING AND GOVERNANCE | 84 |
| INTERNATIONAL BRANDING & RETAILING | 85 |
| INTERNATIONAL INDUSTRIAL ECONOMICS | 87 |
| INTERNATIONAL MARKETS AND ORGANIZATION LAWS | 88 |
| INVESTMENT BANKING AND REAL ESTATE FINANCE | 90 |
| ISTITUZIONI DI DIRITTO PRIVATO A-K | 91 |
| ISTITUZIONI DI DIRITTO PRIVATO L-Z | 94 |
| ISTITUZIONI DI ECONOMIA AZIENDALE A-K | 97 |
| ISTITUZIONI DI ECONOMIA AZIENDALE L-Z | 98 |
| ISTITUZIONI DI ECONOMIA POLITICA I A-K | 99 |
| ISTITUZIONI DI ECONOMIA POLITICA I L-Z | 100 |
| ISTITUZIONI DI ECONOMIA POLITICA II CLEA-CLAM | 101 |
| ISTITUZIONI DI ECONOMIA POLITICA II - CLEM-CLEF | 102 |
| MANAGERIAL ECONOMICS AND MANAGEMENT ACCOUNTING – MOD. MANAGEMENT ACCOUNTING | 103 |
| MANAGERIAL ECONOMICS AND MANAGEMENT ACCOUNTING - MOD. MANAGERIAL ECONOMICS . | 104 |
| MARKETING DISTRIBUTIVO | 105 |
| MARKETING INTEGRATO – MODULO CHANNEL METRICS | 106 |
| MARKETING INTEGRATO – MODULO CONSUMER BEHAVIOUR ANALYSIS | 108 |
| MARKETING INTERNAZIONALE | 110 |
| MARKETING OPERATIVO | 111 |
| MARKETING RELAZIONALE – MODULO SOCIAL MEDIA MARKETING | 113 |
| MARKETING RELAZIONALE – MODULO DATABASE E INTERNET MARKETING | 115 |

| | |
|---|------------|
| MARKETING SOCIALE – MODULO LE LEVE DEL MARKETING PER IL CONTROLLO DELLE DIPENDENZE.. | 117 |
| MARKETING SOCIALE – MODULO NEUROSCIENZE E COMPORTAMENTO DI CONSUMO | 118 |
| MARKETING STRATEGICO..... | 119 |
| MATEMATICA FINANZIARIA CLEA-CLAM | 121 |
| MATEMATICA FINANZIARIA CLEF-CLEM | 123 |
| MATEMATICA GENERALE A-D | 124 |
| MATEMATICA GENERALE E-N..... | 125 |
| MATEMATICA GENERALE O-Z..... | 126 |
| MERCATI FINANZIARI DELLE COMMODITY AGRICOLE | 127 |
| METODI PROBABILISTICI PER IL MANAGEMENT | 128 |
| METODI QUANTITATIVI PER I MERCATI FINANZIARI – MODULO 1 | 129 |
| METODI QUANTITATIVI PER I MERCATI FINANZIARI – MODULO 2 | 131 |
| METODOLOGIE E DETERMINAZIONI QUANTITATIVE D’AZIENDA | 132 |
| MICROECONOMICS A-Z | 134 |
| MODELLI STATISTICI CON APPLICAZIONI FINANZIARIE | 135 |
| NEUROSHOPPING & MARKETING CHANNEL | 137 |
| PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO | 138 |
| PROGRAMMAZIONE, CONTROLLO E BILANCIO NELLE AZIENDE PUBBLICHE..... | 140 |
| RAGIONERIA INTERNAZIONALE..... | 141 |
| RESPONSABILITA' SOCIALE DELLE IMPRESE..... | 142 |
| RETAIL BRANDING AND IMAGE..... | 143 |
| RISK MANAGEMENT E CREAZIONE DEL VALORE NELLE BANCHE..... | 144 |
| SCENARI ECONOMICI PER IL MANAGEMENT..... | 145 |
| SCIENZA DELLE FINANZE | 147 |
| SHOPPER MARKETING – MODULO IN STORE MARKETING | 149 |
| SHOPPER MARKETING – MODULO CATEGORY MANAGEMENT | 150 |
| SISTEMI DI GOVERNANCE E REVISIONE AZIENDALE – MODULO 1 | 151 |

| | |
|---|-----|
| SISTEMI DI GOVERNANCE E REVISIONE AZIENDALE – MODULO 2 | 152 |
| SISTEMI DI PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO DI GESTIONE | 153 |
| SISTEMI INFORMATIVI DI MARKETING | 155 |
| SOCIOLOGIA DEI CONSUMI | 157 |
| SOCIOLOGIA ECONOMICA | 159 |
| STATISTICA A-K | 161 |
| STATISTICA L-Z | 164 |
| STATISTICA AZIENDALE E ANALISI DEI DATI | 166 |
| STATISTICA PER LE DECISIONI DI MARKETING | 167 |
| STORIA DEI MERCATI FINANZIARI | 168 |
| STORIA DEL PENSIERO ECONOMICO | 169 |
| STORIA DELLE IMPRESE – MODULO 1 | 170 |
| STORIA DELLE IMPRESE – MODULO 2 | 171 |
| STORIA DELL’INTEGRAZIONE EUROPEA | 172 |
| STORIA ECONOMICA A-D | 173 |
| STORIA ECONOMICA E-N | 174 |
| STORIA ECONOMICA O-Z | 175 |
| TECNICA DELLE ASSICURAZIONI E DELLE FORME PENSIONISTICHE | 176 |
| TEMI SPECIALI DI BILANCIO | 177 |
| URBAN AND LOCAL POLICIES | 178 |



ANALISI DEI DATI PER IL MARKETING

DATA ANALYSIS FOR MARKETING

Docente: Prof. Sergio ZANI

SSD: SECS-S/01; CFU: 10

Corsi di studio: CLAM

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso si propone d'illustrare i metodi statistici per il trattamento delle informazioni d'interesse aziendale, considerando contemporaneamente più variabili, sia qualitative sia quantitative. I dati possono essere di fonte interna all'azienda, come ad esempio quelli riguardanti le vendite dei beni o servizi prodotti, oppure possono essere ottenuti mediante indagini campionarie (ricerche di mercato). L'obiettivo dell'analisi dei dati multidimensionali è quello di fornire un supporto conoscitivo razionale per le decisioni.

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

Programma

L'analisi dei dati in azienda: il data warehouse ed il data mining come supporto alle decisioni.

Presentazione e classificazione delle informazioni rilevate: la matrice dei dati e sue generalizzazioni (matrice partizionata e matrice a tre vie).

Introduzione all'uso del package SPSS per le analisi statistiche.

I trattamenti preliminari dei dati: valori mancanti, valori anomali e osservazioni influenti.

Le relazioni tra quantitative e ordinali: la correlazione, la cograduazione, verifica della significatività della correlazione.

Le relazioni tra variabili binarie e qualitative: gli indici di associazione e verifica dell'ipotesi di indipendenza stocastica.

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

Il problema della riduzione delle dimensioni con riferimento alle variabili: l'analisi delle componenti principali.

Applicazioni a problemi di marketing con l'impiego di SPSS: il posizionamento d'un prodotto, gli indicatori sintetici della customer satisfaction. Cenni all'analisi delle corrispondenze.

I metodi per la misura della "prossimità" tra unità statistiche multidimensionali: tipi di distanza tra individui o oggetti, indici di similarità, strategie per il trattamento congiunto di variabili qualitative e quantitative.

I metodi per la formazione di gruppi omogenei: la cluster analysis.

Metodi gerarchici e non gerarchici di classificazione. Criteri di valutazione dei risultati. Analisi delle caratteristiche dei gruppi omogenei individuati. Confronti tra classificazioni diverse d'un medesimo insieme di unità. Applicazioni a casi reali con l'impiego di SPSS: i segmenti del mercato d'un prodotto, la classificazione della clientela, gli stili di vita secondo l'indagine Eurisko.

Modalità didattiche

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

Materiali didattici integrativi (applicazioni con l'impiego di SPSS, temi d'esame, ecc.) sono reperibili nel sito WEB del docente.



Testo d'esame

S. ZANI – A. CERIOLI, *Analisi dei dati e Data Mining per le decisioni aziendali*, Giuffrè Editore, Milano, 2007, da pag. 1 a pag. 457.

Letture aggiuntive per eventuali approfondimenti:

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

A.C. RENCHER, W.F. CHRISTENSEN, *Methods of Multivariate Analysis*, 3rd edition, Wiley, New York, 2012.

Modalità dell'esame

Prova scritta.



ANALISI E PREVISIONI DEI MERCATI FINANZIARI
FINANCIAL MARKET ANALYSIS AND FORECASTING

Docente: Prof. Giovanni Verga

SSD: SECS-P/01; CFU: 9

Corsi di studio: Finanza e Risk Management

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Lo studente sarà messo in grado di comprendere i principali fenomeni finanziari e creditizi in atto e i principali provvedimenti delle Banche centrali dal 2007 ad oggi; verrà anche messo in grado di utilizzare un software econometrico per alcune applicazioni finanziarie.

Il corso è diviso in due parti. Nella prima sono presentate alcune teorie finanziarie con la loro applicazioni a fatti concreti. E' poi descritta la politica della BCE e della Fed degli ultimi anni. La seconda parte si occupa dell'impiego dell'econometria per la stima e la previsione di alcune variabili finanziarie.

Programma

Prima parte:

- Efficienza informativa, rendimento e prezzo di equilibrio
- Efficienza valutativa
- Rendimento delle obbligazioni corporate
- Tassi a lunga nella zona-Euro e negli USA
- L'effetto delle comunicazioni della BCE e mercato del future sull'Euribor
- Differenza fra bolle, mode etc. L'esperienza della "bolla del millennio" e collegamenti fra Bolle finanziarie e psicologia umana
- L'impatto delle aspettative eterogenee
- La risposta della Fed alla crisi finanziaria e la sua attuale politica monetaria
- La risposta della BCE alla crisi finanziaria e del debito sovrano
- Il credito nell'Eurozona e i problemi creati dal debito sovrano

Seconda parte

- I problemi da affrontare per le previsioni
- Il grado d'integrazione delle variabili e la cointegrazione
- Come effettuare le regressioni con le variabili $I(0)$ e $I(1)$
- La previsione del tasso del mercato monetario mediante la struttura dei tassi d'interesse
- La previsione del tasso ufficiale mediante l'utilizzo di variabili economiche
- La relazione tra Euribor e Repo
- La previsione del tasso a lunga
- I modelli VAR e le previsioni

Modalità di accertamento

Interrogazione orale con prova al computer. Ulteriori informazioni con facsimile delle domande di esame si trovano nel sito del materiale didattico del corso http://economia.unipr.it/docenti/files_did.asp?id=82&corso_id=946)



Libri di testo

Dispense di Analisi e Previsioni nel Mercato Finanziario a.a. 2012/2013, parte 1-2-3, disponibile sul sito internet del corso (http://economia.unipr.it/docenti/files_did.asp?id=82&corso_id=946) e presso l'ufficio fotocopie del Dipartimento di Economia.

Per la seconda parte del programma lo studente deve anche scaricare da internet il software econometrico gratuito GRETL (in alternativa è possibile utilizzare il software econometrico Eviews disponibile su alcune postazioni del CSIBE); i dati da utilizzare per le elaborazioni sono scaricabili dalla pagina web del materiale didattico del corso)

NOTA: è disponibile in Dropbox la registrazione video di tutte le lezioni (per informazioni sull'accesso al sito rivolgersi al docente)



BILANCIO E COMUNICAZIONE FINANZIARIA
BUDGET AND FINANCIAL REPORTING

Docente: Prof. Marco ROSSI

SSD: SECS-P/07; CFU: 8

Corsi di studio: Finanza e Risk Management – Amministrazione e Direzione Aziendale

Contenuti del corso

1. I principi contabili internazionali: quadro normativo, principali differenze con i principi contabili nazionali ed evoluzione degli stessi, IAS 1: Presentazione del bilancio (schemi di bilancio) ed inizio della transizione
2. IAS 38: Attività immateriali
3. IAS 16: Immobilizzazioni materiali
4. - IAS 17: Leasing
- IAS 18: Ricavi
5. IAS 12: Imposte
6. IAS 2/11: Rimanenze e Lavori su ordinazione
7. - IAS 37: Fondi
- IAS 19: Benefici per i dipendenti
8. IAS 36: Impairment
9. - IAS 8 e 10: Stime ed errori
- IAS 24: Informativa di bilancio sulle operazioni con parti correlate
10. - IFRS 5: Attività non correnti possedute per la vendita e attività operative cessate
- IFRS 8: Settori operativi
11. Cenni su:
 - IFRS 3: Business combination
 - IAS 27: Bilancio separato
 - IAS 28: Partecipazioni in collegate e joint venture
 - IFRS 10: Bilancio consolidato
 - IFRS 11: Joint arrangements
12. Cenni su IAS 32, 39 e IFRS 7: Strumenti derivati;
13. Termine transizione e documenti previsti dall'IFRS 1

Libri di testo

- Sul sito saranno disponibili:
 - o Slide
 - o Regolamento (CE) N. 1126/2008 della Commissione del 3 novembre 2008 che adotta taluni principi contabili internazionali conformemente al regolamento (CE) n. 1606/2002 del Parlamento europeo e del Consiglio
 - o IFRS 13 (Programmi di fidelizzazione della clientela)
- Oggetto di esame saranno i principi affrontati a lezione e precedentemente dettagliati



Libro:

- Titolo: Principi contabili internazionali: caratteristiche, struttura, contenuto (Giappichelli)
- e-book presente sul sito WWW.GIAPPICHELLI.IT (probabilmente da fine febbraio 2013)
- Capitoli come da slide successiva

Lecture consigliate

- Principi contabili internazionali 2013 – Il Sole 24 Ore (Testo completo e integrato dei Principi Contabili Ias/Ifrs e Interpretazioni Sic/Ifric secondo i Regolamenti (CE))
- Guida OIC operativa e Guida OIC operativa 2: presenti sul sito Università di Parma – Facoltà di Economia – Bilancio e comunicazione finanziaria a.a. 2012/2013

Capitoli

1. Il conceptual framework: Leggere
2. Il fair value: Leggere
3. I principi generali rilevanti (IAS 8-10 IFRS1): Studiare
4. La struttura e la composizione del bilancio
 - o Studiare: IAS 1 – IFRS 8
 - o Non in programma: IAS 7
5. Le immobilizzazioni materiali e immateriali
 - o Studiare: IAS 16, 17, 38, IFRS 5
 - o Non in programma: IAS 23, 20, 40, IFRIC 12
6. L'impairment test: Studiare
7. Gli strumenti finanziari (IAS 32, 39): Studiare
8. Le rimanenze di magazzino e i lavori su ordinazione (IAS 2, 11): Studiare
9. I fondi, le passività e le attività potenziali (IAS 37): Studiare
10. I benefici per i dipendenti (IAS 19): Studiare
11. I ricavi (IAS 38): Studiare
12. Le operazioni in valuta estera (IAS 21): Non in programma
13. Le imposte sui redditi (IAS 12): Studiare
14. Le business combinations (IFRS 3): Studiare
15. Il bilancio consolidato separato: Studiare
16. Gli investimenti in altre entità e la disclosure complessiva: Leggere
17. Le operazioni tra parti correlate (IAS 24): Studiare

Modalità d'esame

Scritto.

1 domanda teorica "aperta"

Alcune domande teoriche "chiuse"

1 esercizio



BUSINESS PLANNING

Docente: Prof. Valentino GANDOLFI

SSD: SECS-P/08; CFU: 8

Corsi di studio: Libero Amministrazione e Direzione Aziendale

Obiettivi

L'insegnamento verte sulla costruzione del piano aziendale sia per nuove imprese sia per imprese esistenti. A tal fine, il corso si propone di fornire agli studenti le istituzioni e gli strumenti necessari. La didattica prevede lezioni frontali per far apprendere le tecniche da utilizzare e l'assistenza individuale nella redazione del piano. Ogni studente deve impegnarsi in un caso originale di start up oppure in un caso aziendale reale per lo sviluppo nel mercato nazionale o nel mercato estero. Al termine del corso, ogni studente dovrebbe aver appreso la capacità per impostare un piano aziendale e per valutarne la fattibilità economico-finanziaria onde poter svolgere direttamente l'attività imprenditoriale e valutare le decisioni aziendali per presentare una valida richiesta di finanziamento del progetto aziendale.

Programma

Il programma del corso è articolato in due parti. La prima parte è costituita dalle lezioni d'aula, in cui, dopo brevi richiami sulla gestione strategica e sulla relativa formalizzazione in piani aziendali, vengono illustrate la struttura e le finalità delle diverse tipologie di piani. Ogni tipologia di piano viene esaminata nella sua specificità. La seconda parte del corso è dedicata all'elaborazione individuale del rapporto per il BP secondo la struttura illustrata nel corso delle lezioni. E' una parte in cui lo studente mantiene un contatto continuo con il docente.

Prima parte - La gestione strategica dell'impresa

- il piano aziendale e le tipologie di piani aziendali
- analisi di mercato e della domanda

Seconda parte -La redazione del piano

Il business plan per una start up

- la determinazione degli obiettivi aziendali
- definizione dell'area strategica di affari e stima della domanda specifica
- formulazione della strategia aziendale
- programmazione operativa della gestione
- controllo preventivo del business plan.

Il business plan per lo sviluppo

- l'analisi della situazione aziendale e la focalizzazione dei principali problemi
- l'analisi strategica e la verifica del business model aziendale
- l'elaborazione delle strategie aziendali
- la programmazione operativa
- la valutazione preventiva economico-finanziaria del piano di sviluppo



Il business plan per l'internazionalizzazione

- la descrizione dell'azienda e i relativi problemi di sviluppo
- l'analisi del mercato di riferimento
- le modalità di internazionalizzazione
- le risorse necessarie
- le previsioni economico-finanziarie del progetto di internazionalizzazione.

Modalità didattiche

La didattica consiste in lezioni frontali e nell'elaborazione individuale di un business plan. Il Docente del corso si avvarrà della collaborazione didattica del Dr. M. Artusi, consulente aziendale e docente di Marketing nell'Università di Modena e Reggio E.

Modalità di accertamento dell'apprendimento

La valutazione dell'apprendimento sarà basata sull'elaborato individuale del piano aziendale.

Testi di riferimento

- Dispense a cura del Docente del corso
- C.Parolini, Business Planning, Pearson, Milano-Torino, 2011



CONSUMER & SALES MARKETING

Docente: Prof. Sebastiano GRANDI

SECS-P/08; CFU: 8

Corsi di studio: Trade Marketing e Strategie Commerciali

Contenuti del corso e obiettivi formativi

L'obiettivo del corso è quello di fornire agli studenti gli strumenti analitici e concettuali utili ad analizzare e comprendere il comportamento del consumatore e le politiche di vendita delle imprese industriali e commerciali. In particolare, si focalizzerà l'attenzione sugli aspetti e sui cambiamenti che qualificano il comportamento dei consumatori sia con riferimento alla dimensione dell'acquisto che del consumo. Si analizzeranno, inoltre, i principali cambiamenti che stanno qualificando i processi di evoluzione della domanda definendo le variabili che influenzano le decisioni di acquisto e di consumo dei beni e dei servizi ed il loro l'impatto sulle politiche di marketing delle imprese. Nella seconda parte del corso verranno approfonditi i fattori di sviluppo e le modalità di innovazione delle imprese commerciali. In un contesto in cui i fenomeni di evoluzione delle filiere appaiono sempre più condizionati dalle situazioni di crescita del settore distributivo, l'analisi delle condizioni competitive nel retail appaiono molto rilevanti anche per la valutazione del potenziale di sviluppo delle imprese industriali. 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 sia nazionali che internazionali

Programma

- I modelli teorici e concettuali di riferimento nell'interpretazione dei modelli di acquisto e di consumo.
- Le variabili che definiscono i comportamenti del consumatore.
- L'analisi dell'evoluzione dei consumi.
- Il ruolo della marca nei processi di consumo.
- I cambiamenti dei comportamenti di acquisto dei consumatori.
- I nuovi valori di acquisto e di consumo.
- L'impatto dei cambiamenti della domanda sulle politiche di marketing delle imprese.

- Il concetto di prodotto commerciale
- criteri di classificazione dei prodotti commerciali
- Il ciclo dell'innovazione commerciale
- La natura del confronto competitivo
- Il ruolo dell'imitazione nei processi innovativi
- Le dimensioni dell'innovazione commerciale
- Le relazioni tra innovazione di prodotto e di processo
- I fattori che condizionano l'innovazione nelle imprese di distribuzione
- Le leve dell'innovazione commerciale
- I casi di successo dell'innovazione commerciale.



Libri di testo

GRANDI S., Retailing competition, EGEA, Milano, 2008 (i non frequentanti dovranno studiare tutti i capitoli del testo)

N.B.: i capitoli da studiare per i frequentanti verranno specificati durante il corso.



CONTABILITA' E BILANCIO CLEA-CLAM
ACCOUNTING AND FINANCIAL STATEMENTS

Docente: Prof. Stefano AZZALI

SSD: SECS-P/07; CFU: 6

Corsi di studio: L18

Obiettivi

Il corso, rivolto allo studente del secondo anno che ha già frequentato l'insegnamenti di Istituzioni di Economia Aziendale, si propone di approfondire i bilanci d'impresa, con particolare riferimento agli schemi di bilancio e alle valutazioni necessarie per adattare il sistema dei valori al principio della competenza economica.

Programma

1. Armonizzazione internazionale ed evoluzione della disciplina di Bilancio
2. Le finalità e i principi generali del bilancio d'esercizio
3. La struttura e il contenuto del bilancio di esercizio
4. Le immobilizzazioni immateriali e materiali
5. I titoli, le partecipazioni e gli altri strumenti finanziari
6. Le rimanenze di magazzino
7. I crediti, i debiti e i fondi per rischi e oneri
8. Le imposte sul reddito

Libri di testo

Azzali S. (a cura di), Il bilancio d'esercizio tra armonizzazione e difformità dei principi contabili, Torino, 2009.



CONTABILITA' E BILANCIO CLEM-CLEF
ACCOUNTING AND FINANCIAL STATEMENTS

Docente: Prof. Luca FORNACIARI

SSD: SECS-P/07; CFU: 6

Corsi di studio: L18

Obiettivi

Il corso, rivolto allo studente del secondo anno che ha già frequentato gli insegnamenti di Economia e Amministrazione Aziendale e il corso di Contabilità e bilancio I, si propone di approfondire i bilanci d'impresa (d'esercizio e consolidati), con particolare riferimento agli schemi di bilancio e alle valutazioni necessarie per adattare il sistema dei valori al principio della competenza economica.

Programma

1. Armonizzazione internazionale ed evoluzione della disciplina di bilancio
2. Le finalità e i principi generali del bilancio d'esercizio
3. La struttura e il contenuto del bilancio di esercizio
4. Le immobilizzazioni immateriali e materiali
5. I titoli, le partecipazioni e gli altri strumenti finanziari
6. Le rimanenze di magazzino
7. I crediti, i debiti e i fondi per rischi e oneri
8. Le imposte sul reddito

Modalità di accertamento

Prova scritta

Testi d'esame

Azzali S. (a cura di), Il bilancio d'esercizio tra armonizzazione e difformità dei principi contabili, Torino, 2009.

Lecture consigliate

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

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



DIPARTIMENTO DI ECONOMIA
Programmi degli insegnamenti attivati
Anno Accademico 2012-2013

CONTROLLO E SVILUPPO INTERNAZIONALE DELLE IMPRESE
INTERNATIONAL BUSINESS MONITORING AND DEVELOPMENT

SSD: SECS-P/07; CFU 9

Corsi di studio: CLEM

Programma non attivato nell'a.a. 2012/2013



COOPERATION AND COMPETITION AMONG FIRMS

Docente: Lecturer Alessandro ARRIGHETTI

SSD: SECS-P/06; CFU 9

Courses of study: International Business and Development

Objectives of the course

Cooperative and non-cooperative solutions are central issues in the real life as well as in game theory; sometimes it is a basic trade off in exchanges between firms or among individuals. But how firms and individuals chose between alternative? When is it more efficient resorting to collective action or to individual action? Do regulation and coordination costs impact on the success of the cooperation? Does cooperation between firms mean collusion? A rich literature and a wide empirical experience have been accumulated in recent years about cooperation and competition among firms. The course is a critical discussion about the hallmarks of the issue. The students will acquire basic knowledge about main theories concerning cooperative strategies between firms and single agents and will be able to assess feasibility of individual or collective course of action.

Prerequisites

A basic knowledge of economics

Teaching methods

Oral lessons and practical tests

Assessment methods

Written exam

Recommended readings

A reading list will be provided at the beginning of the course



CORPORATE BANKING AND FINANCE

Docente: Prof. Eugenio PAVARANI

SSD: SECS-P/11; CFU 9

Corsi di studio: CLEF

Programma

- 1) La valutazione delle condizioni finanziarie delle imprese nel quadro degli accordi di Basilea
 - elementi degli Accordi di Basilea in materia di requisiti di capitale delle banche (EF cap.1)
 - l'impatto sulle imprese (EF cap.2)

- 2) I percorsi dell'analisi finanziaria (EF cap.9 escluse pagg. 325-327)
 - A) L'analisi finanziaria a consuntivo
 - l'approccio dello schema di raccordo degli indicatori
 - la riclassificazione del bilancio di esercizio (EF cap.3)
 - gli indici di bilancio (EF cap.5)
 - l'approccio del rendiconto finanziario
 - l'analisi della dinamica finanziaria (EF cap.6 escluso 6.6)
 - B) La pianificazione della solvibilità
 - l'approccio dello sviluppo sostenibile
 - crescita dell'impresa e fabbisogno finanziario (PF cap.5)
 - piano finanziario e scelta degli obiettivi (PF cap.4)
 - la redazione del piano industriale (PF cap.6)
 - la redazione dei bilanci previsionali (EF cap.7 e PF 7.4)
 - C) La misurazione e la pianificazione del valore
 - l'approccio del valore
 - introduzione al rischio (PF cap.9 esclusi 9.7 e Appendici)
 - il costo del capitale (PF cap.10 escluse Appendici)
 - una metrica del valore (PF cap.11 escluso 11.4.2)
 - la pianificazione del valore (PF cap.12)
 - l'analisi degli investimenti industriali (PF cap.13 esclusi 13.4 e 13.5)
- l'approccio struttura finanziaria, sostenibilità del debito, costo del capitale, valore

- 3) L'analisi degli equilibri finanziari
 - criteri e metodi (EF cap.8)

Testi:

- 1) L'EQUILIBRIO FINANZIARIO (a cura di E. Pavarani), McGraw-Hill 2006: capitoli indicati nel programma
- 2) PIANIFICAZIONE FINANZIARIA (a cura di E. Pavarani e G. Tagliavini): capitoli indicati nel programma



DEVELOPMENT ECONOMICS AND INTERNATIONAL COOPERATION

Teacher: Vincenzo DALL'AGLIO

SSD: SECS-P/01; CFU 9

Courses of study: International Business and Development

Objectives of the course

This course explores some of the major topics in development economics, looking at both empirical and theoretical points of view. It begins by defining the concepts and measurement of development, then it proceeds with a more detailed exploration of inequality, poverty, and population growth, pointing out their interconnections with economic development and the raising of uneven growth paths. Along these lines, to understand the structural transformation that accompanies the development process, rural-urban interaction and migration are explicitly introduced. Then, it looks at the markets and institutions that deeply influence the lives of people in developing countries, stressing the role of markets failures and their interrelations. Before concluding, it goes back to aggregate analysis, focusing on history versus expectations, and dealing with the role of complementarities and increasing returns. Finally, it provides a detailed analysis of the key issues concerning international trade and trade policy.

Prerequisites: very basic knowledge of economics, mathematics and statistics. More advanced analysis will be developed directly in classroom.

Detailed Syllabus:

Chapter 2: Economic Development: Overview

2.1. Introduction

2.2.2 Historical experience

2.3 Income distribution in developing countries

2.4 The many faces of underdevelopment

2.4.1 Human development

2.4.2 An index of human development

2.4.3 Per capita income and human development

2.5 Some structural features

2.5.1 Demographic characteristics

2.5.2 Occupational and production structure

2.5.3 Rapid rural-urban migration

Chapter 5: History, Expectations, and Development

5.1 Introduction

5.2 Complementarities

5.2.1 Introduction: QWERTY

5.2.2 Coordination failure

5.2.3 Linkages and policy

Box: Heavy industry as a leading sector: early planning in India

5.2.4 History versus expectations

5.3 Increasing returns

5.3.1 Introduction



- 5.3.2 Increasing returns and entry into markets
- 5.5 Other roles for history
 - 5.5.1 Social Norms
 - 5.5.2 The status quo
- Chapter 6: Economic Inequality
 - 6.1 Introduction
 - 6.2.2 Economic inequality: preliminary observations
 - 6.3. Measuring economic inequality
 - 6.3.1 Introduction
 - 6.3.2 Four criteria for inequality measurement
 - 6.3.3 The Lorenz curve
 - 6.3.4 Complete measures of inequality
- Chapter 7: Inequality and Development: Interconnections
 - 7.1 Introduction
 - 7.2 Inequality, income, and growth
 - 7.2.1 The inverted-U hypothesis
 - Box: The tunnel effect
 - 7.2.2 Testing the inverted-U hypothesis
 - 7.2.3 Income and inequality: uneven and compensatory changes
 - 7.2.6 Inequality and growth: evidence
 - 7.2.8 Inequality, capital markets and development
 - 7.2.9 Inequality and development: Human capital
 - Appendix: Multiple steady states with imperfect capital markets
- Chapter 8: Poverty and Undernutrition
 - 8.1 Introduction
 - 8.2 Poverty : first principles
 - 8.2.1 Conceptual issues
 - 8.2.2 Poverty measures
 - 8.3 Poverty: empirical observations
 - 8.3.1 Demographic features
 - 8.3.2 Rural and urban poverty
 - 8.3.3 Assets
 - 8.3.4 Nutrition
 - Box: Nutrition and income: a case study from South India
 - 8.4 The functional impact of poverty
 - 8.4.1 Poverty, credit, and insurance
 - Appendix: More on poverty measures
- Chapter 9: Population Growth and Economic Development
 - 9.1 Introduction
 - 9.2 Population: some basic concepts
 - 9.2.1 Birth and death rates
 - 9.2.2 Age distributions
 - 9.3 From economic development to population growth
 - 9.3.1 The demographic transition
 - 9.3.2 Historical trends in developed and developing countries
 - 9.3.3 The adjustment of birth rates
 - Box: Three generations
 - Box: Women's wages and fertility decline: a study of Sweden
 - 9.4 From population growth to economic development
- Chapter 10: Rural and Urban



- 10.1 Overview
 - 10.1.1 The structural viewpoint
 - 10.1.2 Formal and informal urban sectors
 - 10.1.3 Agriculture
 - 10.1.4 The ICRISAT villages
- 10.2 Rural-urban interaction
 - 10.2.1 Two fundamental resource flows
 - 10.2.2 The Lewis model
- Box: Surplus labor: a natural experiment
- 10.3 Rural-urban migration
 - 10.3.1 Introduction
 - 10.3.2 The basic model
 - 10.3.3 Floors on formal wages and the Harris-Todaro equilibrium
 - 10.3.4 Government policy
 - 10.3.5 Comments and extensions
- Chapter 11: Markets in Agriculture: an Introduction
 - 11.1 Introduction
 - 11.2 Some examples
- Box: Labor teams and tournaments in rural West Africa
- 11.3 Land, labor, capital, and credit
- Chapter 12: Land
 - 12.1 Introduction
 - 12.2 Ownership and tenancy
 - 12.3 Land rental contracts
 - 12.3.1 Contractual forms
 - 12.3.2 Contracts and incentives
- Box: Is sharecropping associated with lower yields?
- 12.3.3 Risk, tenancy, and sharecropping
- 12.4 Land ownership
 - 12.4.1 A brief history of land inequality
 - 12.4.3 Land size and productivity: empirical evidence
 - 12.4.5 Land reform
- Box: Operation Barga
- Box: Land reforms: South Korea and Mexico
- Chapter 13: Labor
 - 13.1 Introduction
 - 13.2 Labor categories
- Box: Labor markets in the ICRISAT villages
- Chapter 14: Credit
 - 14.1 Introduction
 - 14.1.1 The limits to credit and insurance
 - 14.1.2 Sources of demand for credit
 - 14.2 Rural credit markets
 - 14.2.1 Who provides rural credit?
- Box: Informal lenders in the Philippines
- 14.2.2 Some characteristics of rural credit markets
- Chapter 15: Insurance
 - 15.1 Basic concepts
- Box: Self-insurance and bullocks
- Box: Credit as insurance: a case study from Northern Nigeria



Chapter 16: International trade

- 16.1 World trading patterns
- 16.2 Comparative advantage
- 16.3 Sources of comparative advantage
 - 16.3.1 Technology
 - 16.3.2 Factor endowments
 - 16.3.3 Preferences
 - 16.3.4 Economies of scale
- 16.4 Summary

Chapter 17: Trade policy

- 17.1 Gains from trade?
 - 17.1.1 Overall gains and distributive effects
 - 17.1.2 Overall losses from trade?
- 17.2 Trade policy: import substitution
 - 17.2.1 Basic concepts
 - 17.2.2 More detail
- Box: Learning by doing
- Box: Import substitution: Brazil
- 17.3 Export promotion
 - 17.3.1 Basic concepts
 - 17.3.2 Effect on the exchange rate
 - 17.3.3 The instruments of export promotion: more detail
- Box: Case study: 'Outward orientation' in South Korea
- 17.4 The move away from import substitution
 - 17.4.1 Introduction
 - 17.4.2 The eighties crisis
- Box: A hot summer in Rio
- 17.4.3 Structural adjustment
- Box: An example: Mexico in the 1980s
- 17.5 Summary

Recommended readings

A selection of chapters from Debraj Ray, Development Economics, 1998, Princeton University Press.



DIRITTO COMMERCIALE CLEM-CLEF
COMMERCIAL LAW

Docente: Prof. Stefano POLI

SSD:IUS/04; CFU: 12

Corsi di studio: L18

Obiettivi

Il corso si propone di fornire una panoramica generale delle principali imposte previste dal nostro ordinamento tributario (redditi, IVA, IRAP), con particolare riguardo alla disciplina della fiscalità d'impresa sia con riferimento al diritto interno, sia all'analisi dei profili internazionali e di derivazione comunitaria.

L'obiettivo è quello di fornire gli elementi per la pianificazione fiscale internazionale con particolare attenzione alla concreta applicazione del diritto tributario internazionale ai flussi di reddito, ai rapporti tra strutture, alla dinamica fiscale di gruppo.

Programma

- le fonti del diritto tributario interno;
- il concetto di tributo e le sue partizioni;
- i principi costituzionali e lo Statuto del contribuente;
- presupposto, soggetti passivi e base imponibile IRPEF;
- le singole categorie reddituarie;
- IRES: presupposto, soggetti passivi, determinazione della base imponibile;
- principi generali di determinazione del reddito d'impresa;
- componenti positivi e negativi di reddito: convergenze e divergenze tra valutazioni civilistiche e fiscali;
- l'impatto degli IAS sulle regole di determinazione del reddito d'impresa imponibile;
- la tassazione per trasparenza;
- il consolidato nazionale: aspetti generali e perimetro di consolidamento. Cenni al consolidato mondiale;
- le operazioni straordinarie (fusione, scissione, conferimento) e problematiche elusive;
- le operazioni di riorganizzazione transfrontaliera;
- profilo soggettivo, oggettivo e territoriale nell'IVA;
- il rapporto tra norma interna e Direttiva rifiuta nell'IVA;
- l'IRAP: linee generali;
- le fonti del diritto internazionale e comunitario;
- il Modello di Convenzione OCSE per l'eliminazione delle doppie imposizioni;
- la residenza delle persone fisiche e delle società;
- la tassazione dei soggetti non residenti;
- la nozione di stabile organizzazione (Redditi e IVA);
- la disciplina del transfer pricing;
- dividendi, canoni e plusvalenze;
- redditi di lavoro dipendente e autonomo;
- il concetto di elusione nel diritto interno e internazionale;



- elusione internazionale e paradisi fiscali
- le società holdings, di trading, e le finanziarie;
- le CFC;
- il trust: cenni

Libri di testo

- FALSITTA, MANUALE DI DIRITTO TRIBUTARIO, PARTE SPECIALE, CEDAM., ULT. ED., Capp. II (sez. da I a VII); III (sez. da I a III), IV, VI;
- TOSI - BAGGIO, LINEAMENTI DI DIRITTO TRIBUTARIO INTERNAZIONALE, CEDAM, Capp. I, II, III, V;
- MAISTO, MODELLO DI CONVENZIONE FISCALE SUI REDDITI E SUL PATRIMONIO, GIUFFRE'

Lo studio delle norme dovrà avvenire mediante l'utilizzo, alternativo, di una delle seguenti raccolte normative:

- BEGHIN – SCHIAVOLIN, Codice Tributario, GIUFFRE', Milano, ult. ed;
- TUNDO, Codice Tributario, LA TRIBUNA, Piacenza, ult. ed.



DIRITTO COMMERCIALE CLEA-CLAM
COMMERCIAL LAW

Docente: Prof. Luigi MANSANI

SSD:IUS/04; CFU: 12

Corsi di studio: L18

Contenuti del corso e obiettivi formativi

L'imprenditore, l'azienda, i segni distintivi, le opere dell'ingegno e le invenzioni

La disciplina della concorrenza

L'associazione in partecipazione, i consorzi, il G.E.I.E. e le associazioni temporanee di imprese

Le società in generale, le società di persone e le società di capitali

Le società cooperative e le mutue assicuratrici

Trasformazione, fusione e scissione

Il corso si propone di illustrare le regole che governano il funzionamento dell'impresa individuale e collettiva, con particolare attenzione alle ragioni che stanno alla base delle scelte operate dal legislatore e verificando in che misura esse diano luogo ad un temperamento 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. L'obiettivo è di fare acquisire allo studente le nozioni basilari del diritto commerciale e la capacità critica di utilizzarle per risolvere con le metodologie corrette problemi concreti

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, tutti i più significativi elementi della riforma delle società di capitali e cooperative. Particolare attenzione sarà dedicata ai diritti di proprietà intellettuale.

Propedeuticità

E' fortemente sconsigliato sostenere l'esame di diritto commerciale senza aver prima sostenuto l'esame di diritto privato

Libri di testo

G.F. Campobasso, *Diritto commerciale*, UTET, Torino, volume 1, ultima edizione (per la parte relativa all'impresa)
e

Associazione Disiano Preite, *Il diritto delle società*, Il Mulino, Bologna, ultima edizione (per la parte relativa alle società di persone, di capitali e cooperative)



DIPARTIMENTO DI ECONOMIA
Programmi degli insegnamenti attivati
Anno Accademico 2012-2013

Materiali didattici (che non sostituiscono i testi sopra indicati) sono scaricabili dalla sezione ad essi dedicata delle pagine docenti mia e del prof. Benatti. E' consigliabile che lo studio sia effettuato anche esaminando un codice civile aggiornato.

Materiali didattici e presentazioni usati a lezione sono scaricabili dalla sezione Diritto commerciale (CLAM-CLES) – a.a. 2010-2011.



DIRITTO COMMERCIALE – CORSO PROGREDITO
ADVANCED COMPANY AND BUSINESS LAW

Docente: Prof. Lorenzo BENATTI

SSD:IUS/04; CFU: 9

Corsi di studio: Amministrazione e Direzione Aziendale

Obiettivi

Il corso progredito di diritto commerciale si divide in due moduli:

- a) diritto societario avanzato,
- b) diritto della crisi di impresa.

Il primo modulo si suddivide a sua volta 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.

Il secondo modulo è inteso a fornire allo studente un quadro complessivo degli istituti connessi con la crisi dell'impresa ed in particolare delle procedure concorsuali.

Programma del primo modulo

Prima parte: la governance ed i modelli di governance nelle società di capitali

- il concetto di corporate governance, principi applicabili nelle s.p.a. e nelle s.r.l.,
- il modello cd. tradizionale o latino, gli amministratori, i sindaci, il revisore le gale dei conti, il procedimento ex art. 2409 c.c.,
- il modello dualistico,
- il modello monistico,
- governance e gruppo,
- governance e sindacati azionari,
- la governance della s.r.l.,
- la governance delle 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.

Programma del secondo modulo:

- procedura concorsuale ed esecuzione singolare,



- fallimento: soggetti passivi; requisiti per la dichiarazione del fallimento; giudizio per l'apertura del fallimento; dichiarazione del fallimento ed impugnazioni; organi preposti al fallimento; effetti del fallimento (rispetto al fallito, rispetto ai creditori); rapporti giuridici preesistenti; atti pregiudizievoli ai creditori; amministrazione e liquidazione dell'attivo; accertamento del passivo; chiusura e riapertura del fallimento; concordato fallimentare; riabilitazione; fallimento delle società e dei soci,
- concordato preventivo: soggetti passivi; presupposti; procedimento; effetti; risoluzione e annullamento; successivo fallimento, il concordato liquidatorio ed il concordato in continuità,
- forme alternative di gestione della crisi di impresa, piani attestati ed accordi di ristrutturazione,
- il concordato con fissazione di termine,
- liquidazione coatta amministrativa,
- amministrazione straordinaria delle grandi imprese insolventi e legge Marzano,
- la composizione della crisi da sovraindebitamento.

Modalità di svolgimento del corso e dell'esame

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

L'esame si svolgerà in forma orale e sarà unico per i due moduli. Lo studente dovrà dimostrare di conoscere gli argomenti oggetto del corso progredito di diritto commerciale e almeno 5 a scelta fra i casi giurisprudenziali messi a disposizione fra i materiali didattici nella pagina web del docente.

Libri di testo

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

1. sulle norme oggetto del corso a cominciare dalle norme del codice civile e del tuf relative alla governance delle società di capitali e alle operazioni straordinarie, la legge fallimentare e le altre disposizioni relative alla crisi di impresa;
2. per la preparazione del primo modulo gli studenti potranno servirsi del manuale di diritto commerciale in loro possesso (quali: G. F. Campobasso "Diritto commerciale" - UTET vol. 2 "Diritto delle società", oppure Associazione Disiano Preite, Il diritto delle società, Il Mulino, o altri manuali) purché aggiornato ed in edizione integrale (si sconsiglia l'utilizzo di compendi). Le parti da studiare sono quelle relative agli argomenti riportati nel programma che precede; la lettura del manuale andrà integrata con gli appunti delle lezioni;
3. la preparazione del secondo modulo dovrà avvenire sul manuale: L. Guglielmucci, DIRITTO FALLIMENTARE, Giappichelli ed., ultima edizione disponibile, è possibile preparare l'esame anche su altro testo in possesso dello studente, previo accordo con il docente;
4. sulle dispense e materiali che saranno resi disponibili tra i materiali didattici nella pagina web del docente.



DIRITTO DEI MERCATI FINANZIARI
BANK AND FINANCIAL MARKET LAW

Docente: Prof. Luca DI NELLA

SSD:IUS/04; CFU: 6

Corsi di studio: Finanza e Risk Management

Obbiettivi del corso

L'insegnamento si pone la finalità di illustrare il sistema normativo italo-europeo del diritto delle banche, degli intermediari finanziari e dell'organizzazione dei relativi mercati, nonché del sistema dei mercati finali dei prodotti e servizi bancari, assicurativi e finanziari. Il corso è suddiviso in tre parti. Nella prima verrà illustrata la costituzione economica comunitaria, con particolare riguardo alla tutela del consumatore ed alla libertà di scelta nel mercato interno ad esso garantita. Nella seconda parte, saranno affrontati gli argomenti relativi all'ordinamento finanziario, alla sua struttura organizzativa di vertice, all'assetto dei controlli. Si discorrerà poi delle discipline dell'attività bancaria, assicurativa, finanziaria e d'investimento, nonché quella delle banche, delle assicurazioni, degli intermediari finanziari, delle imprese di investimento e dei gestori. Verranno infine analizzate le normative relative ai mercati regolamentati e non, al loro funzionamento, alle società di gestione ed alla vigilanza. Nella terza parte, vengono analizzati i principi e le regole propri dell'autonomia contrattuale e della tutela giusconsumeristica. In particolare Verranno approfondite le normative relative ai contratti dei consumatori ed alla offerta di prodotti e servizi nel settore bancario, assicurativo e in quello finanziario. Nel dettaglio vengono espone le discipline relative alle pratiche scorrette, alle clausole vessatorie ed alla trasparenza nei contratti dei consumatori nonché ai contratti bancari, assicurativi e del mercato finanziario, nonché dei contratti di commercializzazione a distanza di servizi finanziari.

Programma

Parte I - Il sistema europeo.

La costituzione economica europea.

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

L'autonomia contrattuale e la tutela del consumatore nel diritto derivato.

Parte II - L'ordinamento finanziario e il sistema dei controlli.

L'ordinamento finanziario.

Struttura organizzativa di vertice.

Il sistema di vigilanza

L'attività bancaria, assicurativa, finanziaria e d'investimento.

Le banche.

Le assicurazioni.

Gli intermediari finanziari.

Le imprese di investimento ed i gestori.

I mercati regolamentati e non regolamentati.

Le società di gestione.

La vigilanza.

Parte III - Il sistema generale dei mercati finali.



La tutela del consumatore.

La disciplina delle pratiche scorrette nelle transazioni tra imprese e consumatori.

La disciplina delle clausole vessatorie nei contratti dei consumatori.

La disciplina della trasparenza nei contratti dei consumatori.

I contratti bancari.

I contratti di assicurazione.

I contratti del mercato finanziario.

La commercializzazione a distanza di servizi finanziari.

Programma per gli studenti dei vecchi ordinamenti

I programmi di Diritto dei mercati finanziari, moduli 1 e 2, (unico esame), vecchia laurea specialistica, di Diritto del mercato finanziario (60 ore), laurea quadriennale, e di Diritto del mercato finanziario (30 ore), laurea quadriennale, coincidono con l'attuale programma di Diritto dei mercati finanziari.

Competenze acquisibili

Al termine del corso gli studenti dovrebbero avere acquisito sia le conoscenze generali relative al sistema europeo dell'economia, all'ordinamento finanziario e alla contrattualistica tipica delle banche, delle assicurazioni e degli intermediari finanziari.

Testi d'esame

Per sostenere l'esame occorre studiare una dispensa di cui verrà data comunicazione all'inizio del corso.

Modalità didattiche e d'esame

Il corso si articolerà in 48 ore di lezione in aula, durante le quali potranno aver luogo esercitazioni aventi ad oggetto casi pratici e seminari di esperti.

La valutazione finale consiste in un esame scritto basato su cinque domande aperte, stampate su un foglio A4, alle quali si deve rispondere nell'arco di un'ora. Questa modalità vale per tutti gli studenti (vecchi ordinamenti, nuova magistrale).

L'eventuale integrazione orale - da sostenere nella data appositamente fissata - è riservata esclusivamente agli studenti che hanno conseguito una votazione positiva, previa richiesta via email al docente, e comporta l'eventuale modifica del voto conseguito di un massimo di 2 punti in positivo o in negativo.

Durante la prova scritta è proibito l'uso di qualsiasi tipo di codici, testi normativi, appunti, telefonini, supporti informatici e similari.

Libri di testo

Per l'esame occorre studiare una dispensa di cui verrà data comunicazione all'inizio del corso.



DIRITTO DEL LAVORO
EMPLOYMENT LAW

Docente: Prof. Enrico GRAGNOLI

SSD:IUS/07; CFU: 8

Corsi di studio: Libero a scelta per tutti i corsi di Laurea Magistrale

Corso mutuato da Giurisprudenza



DIRITTO PER IL MARKETING

MARKETING LAW

Docente: Prof. Alberto MAGNANI

SSD: IUS/04; CFU: 6

Corsi di studio: Trade Marketing e Strategie Commerciali

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, contratti di distribuzione, contratti per il trasferimento di tecnologie, joint venture e contratti di franchising) ed i costi organizzativi, sul piano giuridico, dell'organizzazione di una rete distributiva all'estero.

Verrà illustrato il sistema nazionale e comunitario del diritto dei contratti d'impresa, concentrando l'attenzione sia sui rapporti verticali di distribuzione sia sui rapporti del mercato finale: verranno analizzati i principi in materia contrattuale, la categoria dei contratti di distribuzione, la disciplina della concorrenza italiana e comunitaria e la normativa comunitaria sulle intese verticali.

Relativamente alla tutela del contraente debole, si affronteranno la legge sulla subfornitura e la disciplina del ritardo dei pagamenti nelle transazioni commerciali, nonché le pratiche commerciali scorrette, le clausole vessatorie e la trasparenza nei contratti dei consumatori.

Il sistema italiano e comunitario dei contratti d'impresa. Statuto del mercato e disciplina del contratto. La categoria dei contratti di distribuzione.

Modalità d'esame

La valutazione conclusiva dell'esame di Diritto per il Marketing si svolge mediante un'unica prova di esame in forma scritta su modulo prestampato in formato A4 con quattro domande aperte alle quali si deve rispondere in un'ora.

L'eventuale integrazione orale - da sostenere nella data appositamente fissata - è riservata agli studenti che hanno conseguito una votazione positiva, previa richiesta via e-mail al docente e comporta l'eventuale modifica del voto conseguito di un massimo di 2 punti in positivo o in negativo (si ricorda che l'integrazione orale deve avere luogo prima del termine entro il quale il voto dello scritto diventa definitivo).

Durante la prova scritta è proibito l'uso di qualsiasi testo (ivi compresi codici, testi normativi, appunti) così come di strumenti di comunicazione (telefoni cellulari od altri strumenti informatici).

Si invitano gli studenti ad utilizzare l'indirizzo di posta elettronica fornito dall'ateneo per eventuali comunicazioni con il docente.

Libri di testo

- Fabio Bortolotti – Il contratto internazionale - Manuale teorico-pratico – – Cedam 2012

- Luca Di Nella, Lorenzo Mezzasoma, Vito Rizzo (a cura di), Il diritto della distribuzione commerciale, E.S.I., Napoli, 2008. Per questo testo Curatori e Autori non percepiscono diritti d'autore.

Parti del testo da studiare ai fini dell'esame: Capitolo primo: tutto (p. 7-14); Capitolo secondo: pp. 40-101 (aggiornato a mezzo materiali forniti dal docente); Capitolo terzo: tutto (p.103-269); Capitolo ottavo: tutto (p. 531-567).



DIRITTO TRIBUTARIO ED ELEMENTI DI FISCALITA' INTERNAZIONALE
TAX LAW AND BASICS OF INTERNATIONAL TAXATION

Docente: Prof. Adriano BENAZZI

SSD: IUS/12; CFU:8

Corsi di studio: Amministrazione e Direzione aziendale

Obiettivi

Il corso si propone di fornire una panoramica generale delle principali imposte previste dal nostro ordinamento tributario (redditi, IVA, IRAP), con particolare riguardo alla disciplina della fiscalità d'impresa sia con riferimento al diritto interno, sia all'analisi dei profili internazionali e di derivazione comunitaria.

L'obiettivo è quello di fornire gli elementi per la pianificazione fiscale internazionale con particolare attenzione alla concreta applicazione del diritto tributario internazionale ai flussi di reddito, ai rapporti tra strutture, alla dinamica fiscale di gruppo.

Programma

- le fonti del diritto tributario interno;
- il concetto di tributo e le sue partizioni;
- i principi costituzionali e lo Statuto del contribuente;
- presupposto, soggetti passivi e base imponibile IRPEF;
- le singole categorie reddituarie;
- IRES: presupposto, soggetti passivi, determinazione della base imponibile;
- principi generali di determinazione del reddito d'impresa;
- componenti positivi e negativi di reddito: convergenze e divergenze tra valutazioni civilistiche e fiscali;
- l'impatto degli IAS sulle regole di determinazione del reddito d'impresa imponibile;
- la tassazione per trasparenza;
- il consolidato nazionale: aspetti generali e perimetro di consolidamento. Cenni al consolidato mondiale;
- le operazioni straordinarie (fusione, scissione, conferimento) e problematiche elusive;
- le operazioni di riorganizzazione transfrontaliera;
- profilo soggettivo, oggettivo e territoriale nell'IVA;
- il rapporto tra norma interna e Direttiva rifiuta nell'IVA;
- l'IRAP: linee generali;
- le fonti del diritto internazionale e comunitario;
- il Modello di Convenzione OCSE per l'eliminazione delle doppie imposizioni;
- la residenza delle persone fisiche e delle società;
- la tassazione dei soggetti non residenti;
- la nozione di stabile organizzazione (Redditi e IVA);
- la disciplina del transfer pricing;
- dividendi, canoni e plusvalenze;
- redditi di lavoro dipendente e autonomo;
- il concetto di elusione nel diritto interno e internazionale;



- elusione internazionale e paradisi fiscali
- le società holdings, di trading, e le finanziarie;
- le CFC;
- il trust: cenni

Libri di testo

- FALSITTA, MANUALE DI DIRITTO TRIBUTARIO, PARTE SPECIALE, CEDAM., ULT. ED., Capp. II (sez. da I a VII); III (sez. da I a III), IV, VI;
- TOSI - BAGGIO, LINEAMENTI DI DIRITTO TRIBUTARIO INTERNAZIONALE, CEDAM, Capp. I, II, III, V;
- MAISTO, MODELLO DI CONVENZIONE FISCALE SUI REDDITI E SUL PATRIMONIO, GIUFFRE'

Lo studio delle norme dovrà avvenire mediante l'utilizzo, alternativo, di una delle seguenti raccolte normative:

- BEGHIN – SCHIAVOLIN, Codice Tributario, GIUFFRE', Milano, ult. ed;
- TUNDO, Codice Tributario, LA TRIBUNA, Piacenza, ult. ed.



DISTRETTI INDUSTRIALI E RETI D'IMPRESA
INDUSTRIAL DISTRICTS AND FIRM NETWORKS

Docente: Prof. Fabio SFORZI

SSD:SECS-P/06; CFU: 8

Corsi di studio: Amministrazione e Direzione Aziendale

Obiettivi del corso

Il corso di economia dei distretti industriali e delle reti d'impresa propone agli studenti l'interpretazione del vantaggio competitivo di una nazione da una prospettiva distrettuale (meso-economica). Al centro della riflessione teorica si colloca il problema dell'unità d'indagine appropriata per l'analisi del vantaggio competitivo nazionale e per l'intervento di politica industriale finalizzato a migliorarlo.

Durante il corso, il raccordo tra riflessione teorica e osservazione dei fatti sarà realizzato con riguardo all'esperienza italiana dei distretti industriali e delle reti d'impresa.

Se il concetto di distretto industriale (G. Becattini) spiega come «l'ambiente esterno di un'impresa influisce sul suo successo competitivo nel corso del tempo» (M.E. Porter), le reti d'impresa rappresentano la principale strategia di politica industriale nazionale (Industria 2015) destinata alle piccole e medie imprese (PMI) con lo scopo di far crescere la competitività del sistema produttivo italiano. Tale politica si concretizza nel contratto di rete, un accordo con il quale «più imprenditori perseguono lo scopo di accrescere, individualmente e collettivamente, la propria capacità innovativa e la propria competitività sul mercato» (L. 122/2010).

Il Corso ha tre obiettivi specifici: (1) introdurre gli studenti all'analisi dell'organizzazione produttiva attraverso l'approccio distrettuale; (2) aiutarli ad acquisire consapevolezza del rapporto esistente fra l'impresa e i territori dove si svolgono le diverse fasi della produzione; (2) incoraggiarli a riflettere criticamente sui vantaggi di competitività che una rete d'impresa può recare alle singole imprese che ne fanno parte.

Alla fine del corso gli studenti saranno in grado di: (a) padroneggiare i principi fondamentali dell'approccio distrettuale; (b) spiegare come e perché l'ambiente circostante l'impresa ne influenza la competitività; (c) applicare il ragionamento distrettuale nella formulazione di questioni riguardanti la strategia competitiva delle imprese; (d) valutare criticamente i punti di forza e di debolezza delle reti d'impresa come soluzione al problema dell'accrescimento del vantaggio competitivo per le imprese e per l'economia nazionale; (d) analizzare situazioni concrete per capire l'impatto del contratto di rete sul posizionamento competitivo delle imprese.

Contenuti del corso

Il distretto industriale come unità d'indagine per comprendere il vantaggio competitivo di una nazione; (2) Il distretto industriale come un modo di fare industria; (3) L'impresa distrettuale; (4) Le reti d'impresa come un modo di fare politica industriale; (5) L'implementazione delle reti d'impresa attraverso il contratto di rete; (6) I distretti industriali e le reti d'impresa: una via italiana ed europea alla formazione del vantaggio competitivo nazionale.

Metodo d'insegnamento

Lezioni, workshop e seminari.



Testo d'esame

"Distretti industriali e reti d'impresa", dispensa a cura del docente

Durante il Corso il testo d'esame potrà essere integrato da altro materiale didattico costituito da articoli accademici e da articoli su temi economici di attualità tratti dalla stampa specializzata.

Modalità di verifica dell'apprendimento

Scritta/Orale.



ECONOMIA AGROALIMENTARE
ECONOMICS OF AGRI-FOOD CHAIN

Docente: Prof. Filippo ARFINI

SSD: AGR/01; CFU: 9

Corsi di studio: CLEM

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso si propone di fornire agli studenti le principali chiavi interpretative e gestionali della moderne filiere agroalimentari. I temi affrontati riguarderanno le specificità del settore agroalimentare, le filiere agroalimentari, il mercato delle produzioni agricole, il ruolo della qualità, la gestione delle filiere agroalimentari industriali e locali. Il corso si avvarrà di lezioni frontali e di seminari.

ECONOMICS OF AGRI-FOOD CHAIN

The course aims to provide to students input on the main aspect influencing the management of modern food chains. The topics will address the specificities of the agro-food sector, the agri-food chain, the market of agricultural production, the role of quality, the management of industrial and local food chains. The course will use lectures and seminars.

Libri di testo

- Dispense a cura del docente
- Flavio Messori, Fabrizio Ferretti, Economia del mercato dei prodotti agroalimentari, Edagricole il sole 24 Ore, 2010;
- Gian Paolo Cesaretti, Strategie e strumenti per la valorizzazione sostenibile delle produzioni agroalimentari di qualità, Franco Angeli, 2011



ECONOMIA AZIENDALE – CORSO PROGREDITO
BUSINESS ECONOMICS -ADVANCED COURSE

Docente: Prof. Giuseppe GALASSI

SSD: SECS-P/07; CFU: 9

Corsi di studio: CLEA

Obiettivi

La valutazione dell'impresa è tema centrale dell'Economia d'azienda. Il corso intende presentare ed approfondire i temi di valutazione delle aziende e sottolineare i principi basilari e l'unità del processo valutativo pur nella molteplicità dei metodi e delle tecniche.

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

Presenta anche temi speciali propri della determinazione del capitale economico (economic value added, economicità dei settori produttivi, valutazione dei pacchetti azionari e così via).

Successivamente il riferimento è alla valutazione di aziende di molteplici settori produttivi, commerciali industriali, del credito, finanziari e assicurativi.

Programma

1. Sviluppo aziendale, nuovo valore ed etica economica.
2. Analisi storica della teoria del valore.
3. Valore economico del capitale d'azienda.
4. Capitale strategico e determinazione del valore dell'azienda in ipotesi di cessione.
 - 4.1. Metodi diretti e indiretti;
 - 4.2. Metodi reddituali;
 - 4.3. Metodi finanziari;
 - 4.4. Metodi patrimoniali;
 - 4.5. Metodi misti.
5. Le grandezze proprie della formula di valutazione.
 - 5.1. Valore generale del capitale e flussi;
 - 5.2. Saggi di capitalizzazione e di attualizzazione;
 - 5.3. Tempi di riferimento.
6. I valori immateriali.
7. Economic value added (EVA).
8. Produzione di valore ed economicità dei settori produttivi.
9. Determinazione del capitale economico dei gruppi aziendali.
10. Premi di maggioranza, sconti di minoranza, sconti di liquidità nella valutazione dei pacchetti azionari.
11. Il giudizio integrato di valutazione.
12. La relazione di valutazione.
13. Casi di valutazione di aziende industriali, di servizi, del credito e di assicurazione.



Testi d'esame

GALASSI G. (a cura di), Lo sviluppo delle imprese tra opportunità e vincoli, Giuffrè, Milano, 2000.

ZANDA G., LACCHINI M., ONESTI T., La valutazione delle aziende, V edizione, Giappichelli, Torino, 2005.

Materiale didattico distribuito dal docente.

Letture consigliate

ANTIL N., LEE K., Company Valuation under IFRS, Harriman House, Petersfield, 2005.

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

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.

FRYKMAN D., TOLLERYD J., Corporate Valuation. An Easy Guide to Measuring Value, Prentice Hall, Englewood Cliffs, 2003.

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

GUATRI L., 50 anni di valutazioni aziendali. Dal pionierismo all'internazionalizzazione, Egea, Milano, 2006.

GUATRI L., BINI M., La valutazione delle aziende, Egea, Milano, 2007.

KOLLER T., GOEDHART M., WESSELS D., Valuation. Measuring and Managing the Value of Companies, Wiley, New York, 2005.

LUNDHOLM R., SLOAN R., Equity Valuation and Analysis, McGraw Hill, New York, 2004.

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

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

Modalità di accertamento

Prova scritta.



ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI CLEM-CLEF
FINANCIAL MARKETS AND INSTITUTIONS

Docente: Prof. Luciano MUNARI

SSD: SECS-P/11; CFU: 9

Corsi di studio: L18

Contenuti del corso e obiettivi formativi

L'insegnamento si propone di illustrare il ruolo del sistema finanziario nel finanziamento dello sviluppo economico, analizzandone le caratteristiche in termini di mercati, intermediari e strumenti finanziari e le modalità di regolamentazione. L'insegnamento tratterà i seguenti argomenti:

- 1) Sistemi finanziari e modelli di intermediazione
- 2) La funzione allocativa e monetaria del sistema finanziario
- 3) Il sistema e gli strumenti di pagamento
- 4) I bisogni di investimento e gli strumenti che li soddisfano
- 5) I bisogni di finanziamento e gli strumenti che li soddisfano
- 6) I bisogni di copertura dei rischi e gli strumenti che li soddisfano
- 7) I mercati finanziari
- 8) I modelli di intermediazione finanziaria
- 9) Gli intermediari finanziari: tipologie e condizioni di equilibrio economico-finanziario
- 10) I rischi nell'attività di intermediazione finanziaria
- 11) La regolamentazione dei mercati e degli intermediari finanziari
- 12) Le autorità, gli obiettivi e gli strumenti di vigilanza sul sistema finanziario

Libri di testo

- L. Munari, Strumenti finanziari e creditizi: dai bisogni alle soluzioni, McGraw-Hill, 2011.
B. Ronchini, Il sistema finanziario: funzioni, istituzioni e servizi, dispensa in pdf, 2012.



ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI CLEA-CLAM
FINANCIAL MARKETS AND INSTITUTIONS

Docente: Prof.ssa Beatrice RONCHINI

SSD: SECS-P/11; CFU: 9

Corsi di studio: L18

Contenuti del corso e obiettivi formativi

L'insegnamento si propone di illustrare il ruolo del sistema finanziario nel finanziamento dello sviluppo economico, analizzandone le caratteristiche in termini di mercati, intermediari e strumenti finanziari e le modalità di regolamentazione. L'insegnamento tratterà i seguenti argomenti:

- 1) Sistemi finanziari e modelli di intermediazione
- 2) La funzione allocativa e monetaria del sistema finanziario
- 3) Il sistema e gli strumenti di pagamento
- 4) I bisogni di investimento e gli strumenti che li soddisfano
- 5) I bisogni di finanziamento e gli strumenti che li soddisfano
- 6) I bisogni di copertura dei rischi e gli strumenti che li soddisfano
- 7) I mercati finanziari
- 8) I modelli di intermediazione finanziaria
- 9) Gli intermediari finanziari: tipologie e condizioni di equilibrio economico-finanziario
- 10) I rischi nell'attività di intermediazione finanziaria
- 11) La regolamentazione dei mercati e degli intermediari finanziari
- 12) Le autorità, gli obiettivi e gli strumenti di vigilanza sul sistema finanziario

Libri di testo

- L. Munari, Strumenti finanziari e creditizi: dai bisogni alle soluzioni, McGraw-Hill, 2011.
B. Ronchini, Il sistema finanziario: funzioni, istituzioni e servizi, dispensa in pdf, 2012.



ECONOMIA DEL MERCATO MOBILIARE
PORTFOLIO MANAGEMENT

Docente: Prof. Gino GANDOLFI

SSD: SECS-P/11; CFU: 9

Corsi di studio: CLEF

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso si propone di esaminare sia i principi che devono governare le scelte di investimento da parte di un investitore, sia le tecniche di composizione e di gestione di portafogli finanziari. In particolare, gli studenti apprenderanno le conoscenze necessarie per misurare il rendimento e il rischio delle singole attività finanziarie (obbligazioni, azioni e strumenti derivati) e dei portafogli finanziari. Al termine del corso, gli studenti acquisiranno le competenze necessarie per poter svolgere la professione di private banker, consulente finanziario e gestore di portafogli finanziari.

Programma

Mercati finanziari e intermediari mobiliari: aspetti istituzionali
Organizzazione e funzionamento del mercato secondario
La teoria del mercato dei capitali. La teoria della selezione di portafoglio di Markowitz
La teoria del mercato dei capitali. Il Capital Asset Pricing Model
La dinamica dei prezzi di borsa: la finanza comportamentale
L'analisi degli investimenti finanziari. L'Analisi Tecnica: aspetti definitivi e analisi grafica.
L'Analisi Tecnica Algoritmica.
L'Analisi Tecnica: il Money Management.
L'analisi degli investimenti in titoli obbligazionari a cedola fissa: indicatori di rendimento e di rischio
La term structure: elementi teorici, metodologie di costruzione e previsione dei tassi di interesse
L'analisi degli investimenti in titoli azionari: i principi di analisi fondamentale
Gli strumenti derivati: pricing e finalità di utilizzo
Le tecniche di copertura dei portafogli mediante l'utilizzo dei futures
Le tecniche di copertura dei portafogli mediante l'utilizzo delle options
Il personal financial planning e il processo di asset allocation
Lo stile e le tecniche di gestione di un portafoglio finanziario
La valutazione delle performance: la misurazione del rendimento e del rischio. Gli indicatori di rendimento corretti per il rischio

Modalità d'esame

L'esame si terrà in forma scritta, previa iscrizione secondo le modalità previste

Testi di riferimento

Gino Gandolfi, Scelta e gestione degli investimenti finanziari, Bancaria Editrice, Roma, 2009. capitoli 1, 2, 3, 4 (con esclusione 4.1), 5.1, 6, 7, 8, 9, 10.



ECONOMIA DELLA GLOBALIZZAZIONE
ECONOMICS OF GLOBALIZATION

Docente: Prof. Mario BIAGIOLI

SSD: SECS-P/02; CFU: 9

Corsi di studio: CLEM

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Obiettivo di questo corso è approfondire le teorie economiche che interpretano il fenomeno della globalizzazione. Ci si propone di orientare lo studio non soltanto alla comprensione dei modelli teorici, ma anche all'approfondimento delle questioni più rilevanti dell'attuale fase storico-economica, nonché all'esame delle caratteristiche istituzionali e delle regole preposte alla gestione del sistema economico internazionale e alle proposte di modifica di queste ultime. Il corso si articolerà in due parti. La prima sarà indirizzata ad inquadrare l'evoluzione del sistema degli scambi internazionali e a valutare le politiche relative al commercio estero e alla gestione dei flussi migratori internazionali e ad esaminare decisioni prese nell'ambito dell'organizzazione mondiale del commercio. La seconda sarà indirizzata a valutare l'evoluzione dei mercati finanziari mondiali e le conseguenze che da ciò derivano sulla gestione delle politiche macroeconomiche nazionali e ad esaminare l'azione delle istituzioni preposte alla gestione del sistema monetario

Libri di testo

1) A. Amendola, M. Biagioli e G. Celi: Economia internazionale. Globalizzazione, produzione e occupazione (Egea; Milano).

2) Dispense e altro materiale didattico che sarà inserito nella pagina del docente sotto la voce "materiali didattici".

Il programma dettagliato per l'esame è descritto tra i materiali didattici del corso.



ECONOMIA DELL'AZIENDA AGRARIA E AGROINDUSTRIALE
AGRICULTURAL AND AGRIFOOD FIRMS ECONOMICS

Docente: Prof. Marco ZUPPIROLI

SSD: AGR/01; CFU: 9

Corsi di studio: CLEA – CLEF - CLEM

Obiettivi

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

Innanzitutto vengono illustrati i principali vincoli che condizionano il sistema agroalimentare italiano: l'evoluzione della domanda di prodotti alimentari, le politiche dell'UE e la regolamentazione WTO degli scambi internazionali.

Successivamente il corso intende fornire una conoscenza approfondita della dimensione e delle caratteristiche delle imprese agricole, industriali e di servizio presenti nel sistema agroalimentare affrontando, in particolare:

- funzioni e strategie dei principali soggetti che operano a monte ed a valle dell'agricoltura;
- meccanismi di regolazione delle filiere (di natura contrattuale e di mercato);
- cooperazione nel sistema agroalimentare.

Al termine del corso verranno presentati gli interventi aziendali, a carattere cogente e volontario, finalizzati a contenere il fenomeno dell'asimmetria informativa che penalizza una adeguata valorizzazione commerciale dei prodotti agroalimentari.

Modalità d'esame

L'accertamento della preparazione degli studenti avviene con una prova scritta articolata in domande aperte.

Testi d'esame

1 *Materiale didattico del corso di Economia dell'azienda agraria e agroindustriale*, Università degli Studi di Parma.

I testi d'esame sono disponibili presso il Servizio Fotocopie del Dipartimento di Economia (Via Kennedy, 6 – Parma).



ECONOMIA DELLE AZIENDE NON PROFIT
NON PROFIT ORGANIZATION

Docente: Prof. Antonello ZANGRANDI

SSD: SECS-P/07; CFU:9

Corsi di studio: Amministrazione e Direzione Aziendale

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il settore che raccoglie le Aziende Non Profit nel nostro Paese è in evoluzione. La consapevolezza del ruolo delle Aziende Non Profit nell'economia locale e nazionale è ormai unanimemente riconosciuta e, anzi, considerata fattore di sviluppo sociale ed economico. Il funzionamento delle Aziende Non Profit è regolato da modalità normative che spesso non considerano le reali esigenze delle stesse. Il corso vuole approfondire le caratteristiche specifiche del funzionamento delle Aziende Non Profit ed in particolare: gli aspetti di governance, le misurazioni economiche, la gestione del personale, i criteri decisionali per gli investimenti di medio e lungo periodo. Il corso è anche un'occasione per incontrare il management di queste istituzioni e per comprenderne la varietà e la ricchezza sociale oltre che di soluzioni organizzative e motivazionali che in esse si riscontrano.

Libri di testo

Bandini F., 2009, Economia e management delle aziende non profit e delle imprese sociali, Padova, Cedam se è l'esame da 5 crediti.

Propersi A. Governance, rendicontazione e fonti di finanziamento degli enti non profit in Zamagni S. (a cura di) Il libro bianco sul terzo settore, Il mulino, 2011

Colozzi I., Delle Virtù e dei premi, in Zamagni S. (a cura di) Il libro bianco sul terzo settore, Il mulino, 2011



ECONOMIA DELLE AZIENDE PUBBLICHE
PUBLIC MANAGEMENT

Docente: Prof. Antonello ZANGRANDI

SSD: SECS-P/07; CFU: 9

Corsi di studio: CLEA

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso di Economia delle aziende pubbliche è articolato in due moduli: organizzazione aziendale ed economia delle aziende pubbliche

Il primo come tema ha organizzazione aziendale

In questo modulo intende descrivere le fondamentali caratteristiche del funzionamento di una organizzazione. Si individuano gli elementi costitutivi di un sistema organizzativo e si approfondiscono le varie fattispecie organizzative. Si analizza il tema del cambiamento organizzativo in ragione della costante necessità di adeguare l'organizzazione alle mutevoli esigenze dell'ambiente e delle finalità istituzionali.

Il corso ha quindi lo scopo di:

- fornire una lettura integrata dei processi organizzativi;
- comprendere i comportamenti organizzativi;
- esplicitare il tema della progettazione organizzativa.

Gli obiettivi didattici sopra richiamati vengono perseguiti attraverso processi di apprendimento che prevedono lezioni e discussione di casi.

Programma sintetico del modulo

- caratteristiche fondamentali di una organizzazione aziendale;
- il comportamento umano all'interno delle organizzazioni;
- i singoli attori (le preferenze, la conoscenza, le percezioni, le motivazioni, le decisioni);
- la cultura organizzativa;
- il potere e la leadership;
- i gruppi di persone e le dinamiche di gruppo;
- le tipologie organizzative;
- organizzazione e stakeholders;
- progettare l'organizzazione aziendale;
- i network interorganizzativi;
- organizzazione e governante;
- organizzare per l'innovazione e il cambiamento.

Il secondo modulo ha come tema la gestione e misurazione nelle aziende pubbliche

Il modulo ha lo scopo d'individuare le caratteristiche della gestione, organizzazione e misurazione economica di tutte le aziende che erogano servizi senza scambio economico, partendo dall'identificazione delle caratteristiche aziendali delle amministrazioni pubbliche e della loro autonomia nel sistema pubblico. Il corso intende fornire schemi di riferimento per la comprensione delle modalità di decisione degli organi politici e tecnici. S'indagano i principali processi di cambiamento che in questi anni hanno caratterizzato tutta la pubblica amministrazione italiana, le conseguenze sulle attività svolte e sulla soddisfazione dei bisogni. Vengono inoltre affrontati i temi della valutazione e



del finanziamento delle aziende pubbliche, come criteri di riferimento per comprendere le riforme del settore pubblico. Inoltre si prenderanno in esame le aziende non profit nei rapporti con le aziende pubbliche.

Programma sintetico del modulo

- Le varie tipologie di aziende pubbliche
- L'economicità nelle aziende pubbliche
- Le entrate delle aziende pubbliche
- I trasferimenti finanziari
- I tipici processi organizzativi
- Il bilancio delle aziende pubbliche
- Gruppi pubblici

Libri di testo

Jones G.R., Organizzazione, Egea 2007 (i primi 10 capitoli)

Zangrandi A., Economia delle pubbliche, Egea, 2008

Per i frequentanti il corso è indicato un programma e testi ad hoc durante lo svolgimento delle lezioni

Per chi ha sostenuto l'esame di organizzazione aziendale il programma è il seguente

Il programma del corso di Economia delle aziende pubbliche per chi ha sostenuto come esame libero il corso di Organizzazione aziendale è il seguente:

A. Zangrandi, Economia delle aziende pubbliche, Egea, 2008

Borgonovi E., Fattore G., Longo F., Management Delle Istituzioni Pubbliche Egea 2012

L'esame potrà essere sostenuto a partire da Giugno 2013



ECONOMIA DELLE FILIERE AGROALIMENTARI
ECONOMICS OF AGRI FOOD CHAINS

Docente: Prof.ssa Maria Cecilia MANCINI

SSD: AGR/01; CFU: 9

Corsi di studio: CLAM

Contenuti

Le filiere agro alimentari si riferiscono ad un sistema vasto e complesso che comprende realtà differenziate ed in veloce evoluzione. Il sistema agroalimentare si compone, infatti, del settore agricolo che produce, dell'industria che trasforma, della distribuzione commerciale e del consumo. Le diverse filiere produttive sono classificabili in base a molteplici variabili tra cui: le caratteristiche strutturali ed i comportamenti strategici delle aziende, i canali distributivi utilizzati ed il mercato finale di riferimento.

La prima parte del corso fornisce le conoscenze di base sul sistema e sul mercato dei prodotti agroalimentari e individua alcuni approcci teorici e metodologici all'analisi di filiera.

Nella seconda parte sono studiate alcune specifiche filiere agroalimentari e i comportamenti strategici messi in atto dagli attori che vi partecipano.

I contenuti teorici saranno affiancati alla discussione di case history.

Obiettivi formativi

Il corso intende fornire allo studente le conoscenze di base del sistema e delle filiere agroalimentari nazionali, oltre agli strumenti metodologici necessari per la interpretazione dei fenomeni oggetto di studio.

Libri di testo

Slide del docente.



ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE CLEM-CLEF
ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT

Docente: Prof.ssa Francesca NEGRI

SSD: SECS-P/08; CFU: 9

Corsi di studio: L18

Contenuti del corso e obiettivi formativi

La prima parte del 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.

La seconda parte si concentra sul sistema impresa, volto alla conquista del vantaggio competitivo, nel tentativo di creare un valore per il mercato superiore. L'implementazione delle strategie passa infine attraverso l'attenta progettazione delle funzioni gestionali.

Il filo delle lezioni seguirà questo percorso:

1. L'analisi di settore e l'ambiente competitivo
2. L'impresa
 - La CSR
3. La gestione strategica
 - Il VC
 - Le strategie competitive
4. Le strategie di crescita
 - Integrazione
 - Diversificazione
 - Internazionalizzazione
5. L'implementazione delle strategie
 - Gestione risorse umane
 - Marketing
 - Finanza
 - Operations
 - Distribuzione e logistica
 - Innovazione
6. Prodotti e servizi

Testi

- 1) Fontana F., Caroli M. (2013), *Economia e Gestione delle imprese*, McGraw-Hill -4° edizione. Tutti i capitoli.
- 2) "Il controllo pubblico delle relazioni di canale: la politica di vendita al dettaglio di Coca Cola", di Silvia Bellini, *Industria e Distribuzione*, 2/2000, pp. 38-51



DIPARTIMENTO DI ECONOMIA
Programmi degli insegnamenti attivati
Anno Accademico 2012-2013

Per gli studenti frequentanti valgono le indicazioni bibliografiche di cui sopra, ed è possibile sostituire alcuni capitoli del testo con il materiale presentato e discusso in aula.

Il programma da frequentanti vale solo fino all'appello di settembre incluso.

Le slide NON saranno caricate on line né messe a disposizione nell'Uff. Fotocopie.



ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE CLEA-CLAM
ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT

Docente: Prof. Davide PELLEGRINI

SSD: SECS-P/08; CFU: 9

Corsi di studio: L18

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso analizza i fondamentali dell'economia d'Impresa, una disciplina che al confine tra l'economia industriale e l'economia aziendale.

L'impresa viene studiata nelle sue interazioni con l'ambiente esterno ed interno.

Dai temi dello sviluppo strategico si arriva a declinare quelli del piano operativo con un occhio puntato alle leve di marketing.

Il percorso di articola in lezioni frontali alternate con esercitazioni di gruppo.

Libri di testo

Economia e Management delle imprese (Hoepli) di Gandolfi et al.



ECONOMIA E POLITICA MONETARIA – MODULO 1
ECONOMICS AND MONETARY POLICY – MODULE 1

Docente: Prof. Mario MENEGATTI

SSD: SECS-P/02; CFU: 4

Corsi di studio: CLEF

Contenuti del corso e obiettivi formativi

- 1) La bilancia dei pagamenti e i rapporti fra le economie
- 2) Il debito pubblico e il suo finanziamento nei mercati finanziari
- 3) L'incoerenza temporale nella politica monetaria
- 4) Le scelte intertemporali e il Consumption Capital Asset Pricing Model

Libri di testo

- 1) De Arcangelis G. "Economia Internazionale", Mc Graw-Hill, ed. 2013 capitoli 3,4(escluso 4.7 e appendice),5(fino a 5.8, esclusi 5.1.1, 5.1.2, 5.5.1, 5.7.1),6.1,6.2,6.3,6.4,9.3,10.1 e 10.2
- 2) Blanchard O. "Scoprire la macroeconomia vol. 2", Il Mulino, ed. 2011, , capitoli 3.1, 3.2 e 8
- 3) Blanchard O. "Scoprire la macroeconomia vol. 2", Il Mulino, ed. 2003, , capitolo 7.2
- 4) Blanchard O. e Fisher S. Lezioni di Macroeconomia, capitoli 10.1.1 e 10.1.2

I riferimenti ai punti 2),3) e 4) sono disponibili presso il Centro Fotocopie del Dipartimento



ECONOMIA E POLITICA MONETARIA – MODULO 2
ECONOMICS AND MONETARY POLICY – MODULE 2

Docente: Prof. Giovanni VERGA

SSD: SECS-P/02; CFU: 5

Corsi di studio: CLEF

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso si occupa del funzionamento del settore finanziario-creditizio di un'economia moderna e l'organizzazione e la politica monetaria delle principali banche centrali.

Lo studente sarà messo in grado di comprendere i principali fenomeni dei mercati finanziari-creditizi, la determinazione dei rendimenti delle principali attività-passività, le loro interrelazioni col settore reale e le politiche delle banche centrali.

Programma del corso (Le pagine senza indicazione fanno riferimento al libro di G.B. Pittaluga, "Economia Monetaria", quarta edizione, Hoepli, 2012. Le altre fanno riferimento alle dispense così indicate: a1 = "La domanda di moneta", a2 = "La politica monetaria della BCE; a3 = "La politica monetaria della Fed):

- 1) Le attività e i mercati finanziari (23-57)
- 2) Gli intermediari finanziari (57-106)
- 3) La domanda di moneta a scopo speculativo (112-116; a1: tutto)
- 4) Le procedure operative della BCE (148-156)
- 5) Comportamento delle banche e determinazione dei tassi bancari (156-164)
- 6) La struttura temporale dei tassi bancari e i tassi d'interesse a lungo termine (164-175)
- 7) La trasmissione della politica monetaria: dalla "money view" alla "credit view" (194-213; a2: 37-52)
- 8) L'inflazione (235-244, 249-259)
- 9) Gli obiettivi finali della politica monetaria (265-286)
- 10) La conduzione della politica monetaria 287-302
- 11) Regole semplici di politica monetaria 302-316
- 12) il tasso di cambio 335-365
- 13) La politica monetaria della BCE(a2: 2-28)
- 14) La politica monetaria della Fed (a3: 15-21, 23-25)

Bibliografia

-libro di testo:

G.B. Pittaluga (2012), , "Economia Monetaria", quarta edizione, Hoepli, 2012.

-dispense (disponibili nella pagina internet del materiale didattico del corso e presso l'ufficio fotocopie)

a1. "La domanda di moneta"

a2. "La politica monetaria della BCE

a3. "La politica monetaria della Fed



Modalità di accertamento

Prova scritta con domande aperte.

Libri di testo

G.B. Pittaluga (2012), , "Economia Monetaria", quarta edizione, Hoepli, 2012.

-dispense (disponibili nella pagina internet del materiale didattico del corso e presso l'ufficio fotocopie)

a1. "La domanda di moneta"

a2. "La politica monetaria della BCE

a3. "La politica monetaria della Fed



ECONOMIA INDUSTRIALE – MODULO 1
INDUSTRIAL ECONOMICS – PART 1

Docente: Prof. Augusto NINNI

SSD: SECS-P/06; CFU: 4

Corsi di studio: CLEA

Obiettivi del Corso

Obiettivo del Corso è una valutazione di base delle principali caratteristiche della moderna economia industriale, con un' enfasi particolare sulle conseguenze della microeconomia e sulle teorie dell'impresa.

Programma del corso

- Richiami di microeconomia: i costi, l'equilibrio dell'impresa in concorrenza perfetta, il monopolio
- L'oligopolio collusivo
- L'oligopolio non collusivo
- La concorrenza monopolistica
- Fusioni e acquisizioni
- Approfondimento teorico: le teorie dell'impresa
- Politiche per la concorrenza e politiche di regolazione

Libri di testo

Carlton-Perloff, Organizzazione Industriale, Terza Edizione 2012, Mc Graw Hill

Più

slides del docente



ECONOMIA INDUSTRIALE – MODULO 2
INDUSTRIAL ECONOMICS – PART 2

Docente: Prof. Alessandro ARRIGHETTI

SSD: SECS-P/06; CFU: 5

Corsi di studio: CLEA

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso è finalizzato allo studio, nell'ottica della teoria economica, della natura e del comportamento delle imprese, delle modalità di interazione che esse stabiliscono nei mercati e dell'influenza che le istituzioni esercitano sulle loro condotte. Questo obiettivo verrà perseguito attraverso l'analisi dei rapporti di competizione all'interno dei settori e delle strutture di mercati (concorrenza, monopolio, impresa dominante, oligopolio cooperativo e non). Si estenderà all'esame della relazione tra struttura dei settori e risultati economici. Prenderà in esame le politiche che le imprese possono attuare per modificare il contesto competitivo e alterare il livello delle barriere all'entrata (differenziazione, discriminazione di prezzo, pubblicità, innovazione, ecc.). Si concluderà con l'illustrazione delle azioni istituzionali più rilevanti come le politiche antitrust e quelle di regolamentazione.

Libri di testo

D.W. Carlton-J.M. Perloff, *Organizzazione industriale*, McGraw-Hill, Milano, 1997



ECONOMIA INDUSTRIALE INTERNAZIONALE
INTERNATIONAL INDUSTRIAL ECONOMICS

Docente: Prof. Franco MOSCONI

SSD: SECS-P/06; CFU:8

Corsi di studio: CLEM

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Perché nelle nostre economie avanzate convivono piccole e medie imprese con grandi imprese e multinazionali? C'è una scala ottima per la dimensione d'impresa? Da che cosa dipendono i risultati economici realizzati da un settore o, meglio, dalle imprese che lo compongono?

Il corso si propone di offrire una risposta a queste domande illustrando innanzitutto i principi dell'Economia industriale che sono fondamentali per comprendere gli elementi della «struttura dei mercati», come le economie di scala, le barriere all'entrata, l'integrazione verticale e la concentrazione dei mercati. Le conoscenze fornite riguarderanno il paradigma tradizionale dell'EI (Struttura-condotta-performance, S-C-P) e, soprattutto, le sue successive evoluzioni: dunque, «Scuola di Harvard» e «Nuova EI» nata col lavoro di A. Jacquemin (meccanismi di mercato vs comportamenti strategici) e portata avanti, fra gli altri, da J. Sutton (investimenti in pubblicità e R&S). Così facendo, si getterà luce su una visione che attribuisce al comportamento delle imprese un ruolo centrale nel determinare l'assetto dei mercati e i risultati economici.

In secondo luogo, completerà il programma un'ampia disamina delle politiche pubbliche e dei loro effetti sulle performance; dapprima ci si soffermerà sulle politiche per la tutela della concorrenza (Antitrust), dopodiché si volgerà lo sguardo alla nuova Politica industriale, vista soprattutto in un contesto europeo.

Libri di testo

[1] D. W. CARLTON, J. M. PERLOFF, *Organizzazione Industriale*, III^a ed., Edizione italiana a cura di M. Beccarello e F. Mosconi, Milano, McGraw-Hill Italia, 2013.

[2] F. MOSCONI, *Lecture di «Nuova Politica Industriale»* (la dispensa sarà disponibile all'inizio delle lezioni presso il Servizio fotocopie e stampa del Dipartimento di Economia).



ECONOMIA ITALIANA
ITALIAN ECONOMY

Docente: Prof.ssa Renata LIVRAGHI

SSD: SECS-P/06; CFU 10

Corsi di studio: CLEM

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso si propone di esaminare alcuni aspetti critici dell' Economia Italiana. In particolare, si approfondiranno:

- 1) il paradigma economico denominato "Etica delle Capacità", nei suoi concetti essenziali di capacità, convertibilità delle risorse, funzionamento;
- 2) i processi di convertibilità delle risorse, approfondendo i temi essenziali del comportamento organizzativo;
- 3) lo sviluppo economico e sociale, le politiche locali, la valutazione dei risultati.

Libri di testo

Magni S. F., Etica delle capacità. La filosofia pratica di Sen e Nussbaum, il Mulino Ricerca, Bologna;

Nussbaum M. C., Creare capacità. Liberarsi dalla dittatura del Pil, il Mulino, Bologna (consigliato);

Kreitner R., Kinicki A., Comportamento organizzativo, Apogeo, Milano;

Chiappero-Martinetti E. (a cura), Politiche per uno sviluppo umano sostenibile, Carocci editore, Roma

Undp, Sustainability and Equity. A Better Future for All. Human Development Report 2011,
http://hdr.undp.org/en/media/HDR_2011_EN_Complete.pdf



ECONOMIC STATISTICS
STATISTICA ECONOMICA

Docente: Prof. Giorgio GOZZI

SSD: SECS-S/03; CFU: 9

Corsi di studio: International Business and Development

Objective of the course

The course has the purpose of supplying the necessary instruments in order to carry out rigorous analysis with spatial statistical data (at national level and above all at international level). In fact, the availability of statistic sources and the construction of key indicators (ratios) starting from the available data represents two fundamental aspects in the realization of spatial socio-economic analyses. The course has the purpose of supplying the main concepts and the methodological instruments necessary in order to interpret and to analyze statistical data. The methodological aspects that are illustrated are: the Purchasing Parities Power (PPA), Shift-Share analysis and simple and multiple regression analysis. An important aspect regards the use of Microsoft Excel and of Gretl in the application of the illustrated methodologies during the oral part of the course. Gretl is an acronym for Gnu Regression, Econometrics and Time-series Library. It is a software package for doing econometrics that is easy to use and reasonably powerful. Gretl is distributed as free software that can be downloaded from <http://gretl.sourceforge.net> and installed on your personal computer. From the Gretl web site, you have access to more sample data sets from many of the leading textbooks in econometrics.

Prerequisites: basic knowledge of general statistics and statistical inference

Course contents:

1. Overview of National Income Accounting (SNA) and of the most important economic aggregates
2. The national and international sources of the economic data.
3. The comparison of economic aggregates in the time and the space: volume indices, price indices and the purchasing parities power (PPP).
4. Coefficients of Localization (or Dispersion), Coefficients of Specialization (or Diversification), Shift and Share Model of Regional Growth.
5. Study of the relation between economic phenomena with use of simple and multiple regression model:
 - Simple Linear Regression Model: Specification and Estimation
 - Inference in the Simple Regression Model: Interval Estimation, Hypothesis Testing, and Prediction
 - The Simple Linear Regression Model: Reporting the Results and Choosing the Functional Form
 - The Multiple Regression Model and Diagnostic testing
 - Dummy (Binary) Variables
 - Writing and Empirical Research Report, and Sources of Economic Data

Teaching methods Lectures and tutorials using Gretl

Assessment methods written final exam. The oral examination is optional after the compulsory written proof and might increase or decrease the overall result.



Recommended readings: selected chapters from:

C. DOUGHERTY, Introduction to econometrics (third edition), Oxford University Press, 2006 . Chapters: 1, 2, 3, 4, 5, 6 and 7

E. GIOVANNINI, Understanding Economic Statistics. An OECD perspective, OCSE, 2008, Paris

(<http://www.oecd.org/dataoecd/33/39/41746710.pdf>) Chapter 2: pp. 42-57, Chapter 3: pp.66-76, Chapter 4 pp. 161-165 and pp.170-172

Further readings will be furnished during the course

Teaching methods Lectures and tutorials using Gretl

Assessment methods written final exam. The oral examination is optional after the compulsory written proof and might increase or decrease the overall result.



ENVIRONMENTAL ECONOMICS

Docente: Prof. Paolo FABBRI

SSD: SECS/P06, CFU: 6

Objectives

The course aims to provide the notions of environmental compatibility and interaction between economy and environment, in particular as regards the use of common resources and sustainable development.

Program

- Economy and environment: two parts of a whole
- Natural resources and market failure
- Natural resources: scarcity, classification, measurement
- The theory of non market valuation
- Economic value, total value of resources
- Efficiency and sustainability
- The policy of sustainable resources management

Libri di testo

Barry c. Field, NATURAL RESOURCE ECONOMICS, An Introduction. McGraw-Hill



EU POLICIES AND PROJECTS

Docente: Prof. Filippo ARFINI

SSD: SECS-P/01; CFU: 9

Courses of study: International Business and Development

The course aims to provide students with the main keys to interpretation and management of policies that the European Union develops to promote rural development, agriculture and agribusiness. The topics offer the following interpretations: a) analysis of the rural environment according to the European and OCSE methodology, b) the role and tasks of the European institutions, c) the common agricultural policy: market intervention and rural development policies, d) the European budget e) the European food supply chains; multi-functionality; d) the policies for food quality and local development

The course provides both theoretical analysis and empirical insights and will make use of lectures, seminars, expert witnesses, working groups and study visits.

Il corso si propone di fornire agli studenti le principali chiavi interpretative e gestionali delle politiche che l'Unione Europea sviluppa per promuovere lo sviluppo rurale, il settore agricolo e agroalimentare. I temi affrontati offrono le seguenti chiavi di lettura: a) analisi dell'ambiente rurale europeo secondo la metodologia OCSE; b) ruolo e compiti delle Istituzioni europee; c) la politica agricola comune: interventi sul mercato e politiche di sviluppo rurale; d) il bilancio Europeo; e) il sistema agroalimentare europeo; le politiche di multifunzionalità; d) le politiche di qualità degli alimenti e di sviluppo locale

Il corso offre analisi teoriche a approfondimenti empirici e si avvarrà di lezioni frontali, di seminari, testimoni di esperti, working group e visite di studio.

Libri di testo

Arie Oskam, Gerrit Meester, Huib Silvis, (2010) EU policy for agriculture, food and rural areas, Wageningen academic press,

Dispense a cura del docente reperibili presso l'ufficio fotocopie.



EUROPEAN ECONOMY

Lecturer: Professor Giovanni GRAZIANI

SSD: SECS-P/01; CFU:8

Course: International Business and Development

Aim of the course

The course provides the theoretical and empirical tools to understand the context within which EU countries and firms have to operate and the main policies of the European Union. It analyses in a detailed way the place of the European Union in the world economy and its main stages of integration from a microeconomic and from a macroeconomic point of view. Both aspects of the real economy (foreign direct investment, trade flows, customs union, single market, trade policy, fiscal policy, sovereign debt) and of the monetary economy (monetary union, the euro, the European Central Bank, monetary policy) will be taken into account. The aim is to allow the students to gain a profound insight into the economic aspects of European integration and of its most important policies and to assess the risks facing European states and companies within the context of the debt crisis and of international competition.

Syllabus

1. Europe in the world economy. Comparative statistical analysis of data relating to GDP, employment, trade flows, FDI, multinationals
2. The theory of economic integration and the main stages of EU integration
3. The EU Customs Union
4. The external tariff and the EU trade policy
5. The EU multilateral trade policy and the Doha Round
6. The EU bilateral trade policy
7. The Single Market
8. The history of the Economic and Monetary Union
9. The theory of Optimum Currency Areas
10. The costs and benefits of a common currency
11. The introduction of the euro and its impact
12. The European Central bank
13. The ECB monetary policy
14. The Maastricht convergence criteria
15. Fiscal policies and the Stability and Growth Pact
16. Exit strategies from the crisis and the debt problem in Europe

Prerequisite

Prior basic courses in economics.



Teaching method

The course will include formal lectures by the instructor and presentations by the students. Slides and materials will be provided on the website before each class. Students are responsible for consulting on a regular basis the website of the course, where updates and additional material about the course are posted, for knowing the content of the material before coming to class and for providing active and meaningful contributions to the discussions led by the instructor. In preparing for lectures, students are strongly encouraged to extend their study beyond required readings to related papers or newspaper articles. All the most important and cutting-edge contemporary issues will be subject for discussion. Students will be asked to make short presentations on agreed subjects.

Examination

Written final exam: 100%. The exam will be based on the lectures given during the course and on the other materials posted on the website. Special bonuses will be granted for good presentations in class.

Reading list

Baldwin, R., Wyplosz, C., *The Economics of European Integration*, McGraw-Hill, 4th edition, 2012

De Grauwe, P., *Economics of Monetary Union*, Oxford University Press, 9th edition, 2012

Senior Nello, S., *The European Union*, McGraw-Hill, 3rd edition, 2011

Materials provided by the lecturer

Additional information from specific web pages of international organizations (European Union, WTO, OECD, UNCTAD, World Bank, IMF)

News from: *The Economist*, *Financial Times*



EVOLUZIONE DEI SISTEMI DISTRIBUTIVI
CHANGING PATTERNS IN RETAILING

Docente: Prof. Alberto GUENZI

SSD: SECS-P/12; CFU: 9

Corsi di studio: CLEM

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso vuole illustrare i processi di formazione, crescita e cambiamento della grande distribuzione negli Stati Uniti e in Europa, dall'800 fino agli ultimi decenni del '900.

Tali processi saranno analizzati alla luce di una serie di snodi tematici di particolare rilievo, quali: le istituzioni del retail (Department stores, catene, "Ford stores", supermarkets, ipermercati); i casi nazionali in ottica comparata (Gran Bretagna, Germania e Italia); le relazioni tra distribuzione e produzione (negli Stati Uniti e in Europa); le ricadute economico-sociali delle tecnologie sperimentate dal large retail (nella refrigerazione, nella contabilità, nei trasporti, etc.).

Lo studente acquisirà le competenze per valutare criticamente lo sviluppo del retail in rapporto ai diversi modelli di industrializzazione e individuare, nel passato come oggi, il ruolo dell'innovazione nelle strutture della grande distribuzione.

Programma dettagliato

- 1) Le origini della grande distribuzione in Inghilterra.
- 2) La grande distribuzione negli USA sul principio del Novecento (Department Store, Chain Store System, Mail Order).
- 3) La nascita e la diffusione del supermercato.
- 4) Uno sguardo d'insieme sul caso USA.
- 5) Non solo USA: il contributo delle innovazioni europee allo sviluppo della grande distribuzione Americana.
- 6) Il decollo della grande distribuzione in Italia durante il miracolo economico.
- 7) Casi di studio relativi ad imprese della Grande Distribuzione italiana, europea e statunitense: Albrecht Grocery, Atlantic & Pacific Tea Co., Auchan, Benetton, Big Bear Stores, Carrefour, Coin Group, David Jones, Debenhams, Family Dollar Stores, Eroski, Florsheim Shoe, Foot Locker, Galeries Lafayette, Harrods, King Kullen Grocery, Kmart, Kroger, Leclerc, Lipton, Loehmann's, Macy, Marks and Spencer, Marshall Field's, Migros, Montgomery Ward, Pathmark Stores, Printemps-Redoute, Radio Shack, Ralphs Grocery, Rinascente, Sears, Selfridges, Target, Tesco, Tietz, Wal-Mart.

Testi d'esame

- Cliquet G., Perrigot R., French Hypermarket History and Future with Issues for American Supercenters, in Proceedings of the 12th Conference on Historical Analysis & Research in Marketing, 2005, pp. 78-91.
- Ellickson P., The evolution of the Supermarket Industry: From A&P to Wal-Mart, 2007, pp. 1-17 (paper presentato alla Grocery Store Anti-Trust Conference organizzata dalla Federal Trade Commission).
- Nystrom P., The economics of retailing, New York, Ronald Press, 1915, pp. 195-254.
- Scarpellini E., La spesa e uguale per tutti: l'avventura dei supermercati in Italia, Venezia, Marsilio, 2007, pp. 29-37, 41-56, 63-76.



DIPARTIMENTO DI ECONOMIA

Programmi degli insegnamenti attivati
Anno Accademico 2012-2013

-Shaw G., The evolution and impact of large-scale retailing in Britain, in Benson J., Shaw G. (eds.), The evolution of retail systems, c. 1800-1914, Leicester, Leicester University Press, 1992, pp. 136-165.

-Zimmerman M., The Super Market. A Revolution in Distribution, New York, McGraw-Hill, 1955, pp. 16-68 e 289-327.

N.B.: data la non facile reperibilità dei materiali didattici è disponibile presso il Centro fotocopie del Dipartimento di Economia una dispensa che li raccoglie.



FINANZA INTERNAZIONALE
GLOBAL FINANCE

Docente: Prof.ssa Paola SCHWIZER

SSD:SECS-P/11; CFU: 9

Corsi di studio: CLEM

1. Obiettivi

Il corso affronta il tema della gestione finanziaria delle imprese multinazionali e delle imprese a vocazione domestica con una forte vocazione all'esportazione.

La gestione finanziaria di tali imprese richiede una profonda comprensione dei rischi tipici connessi con il regolamento delle transazioni con controparti estere e con lo svolgimento di operazioni di raccolta di capitali sui mercati finanziari internazionali.

Il corso si propone di fornire conoscenze di base in merito ai seguenti aspetti:

- i rischi tipici dell'operatività sui mercati internazionali;
- il finanziamento delle imprese multinazionali;
- la valutazione degli investimenti all'estero;
- gli strumenti di regolamento delle operazioni con l'estero.

2. Contenuti delle lezioni

- La finanza aziendale internazionale e l'impresa multinazionale
- Il contesto finanziario internazionale
- Il tasso di cambio in condizioni di equilibrio
- Il mercato dei cambi: funzioni e quotazioni
- L'esposizione al rischio di cambio: valutazione e strumenti di gestione
- L'esposizione al rischio di interesse a livello internazionale
- Costo globale del capitale e struttura finanziaria
- Il funding sui mercati finanziari internazionali: debt (International bank loans ed Euronotes market)
- Gli investimenti diretti all'estero
- Il capital budgeting nell'impresa multinazionale
- La valutazione del rischio negli investimenti internazionali

Libri di testo

David K. Eiteman, Arthur I. Stonehill, and Michael H. Moffett "Multinational Business Finance: Global Edition", 13/e, Prentice Hall, October 2012.



FINANZA MATEMATICA – MODULO 1
MATHEMATICAL FINANCE – MODULE 1

Docente: Prof.ssa Paola MODESTI

SSD: SECS-S/06; CFU: 6

Corsi di studio: Finanza e Risk Management

Obiettivi

Scopo della prima parte del corso è illustrare gli strumenti matematici di base necessari per lo studio dei modelli finanziari che saranno approfonditi durante l'intero corso di studi, con particolare riferimento all'ottimizzazione in più variabili.

Nella seconda parte del corso si illustrano le principali caratteristiche di un mercato finanziario con particolare riferimento ai mezzi derivati (contratti forward, futures, swap ed opzioni). Un'introduzione alle equazioni differenziali stocastiche ed al loro significato finanziario permette di presentare il celebre modello di Black e Scholes.

Contenuti

Calcolo differenziale in più variabili: la formula di Taylor; ottimizzazione libera e vincolata.

Mercati e mezzi derivati: azioni, merci, valute, forward, futures, opzioni e contratti swap, opzioni esotiche.

Opzioni call e put, warrant. Parità put-call. Strategie. Il modello binomiale. Arbitraggio.

Processi di Markov. Processi di Wiener. Passeggiate aleatorie dei prezzi. Il lemma di Ito.

La deriva. La volatilità. Il modello di Black e Scholes.

Le greche.

Il programma dettagliato sarà disponibile alla fine del corso nel materiale didattico on line.

Modalità d'accertamento

Prova scritta.

Libro di testo

- Erio Castagnoli, Margherita Cigola, Lorenzo Peccati, Matematica in azienda 2: Complementi di analisi, Egea, Milano, 2010.

- John C. Hull, Opzioni, futures e altri derivati, Pearson - Prentice Hall, 2012.



FINANZA MATEMATICA – MODULO 2
MATHEMATICAL FINANCE

Docente: Prof.ssa Simona SANFELICI

SSD: SECS-S/06; CFU: 6

Corsi di studio: Finanza e Risk Management

Obiettivi formativi

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

Contenuti

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

Il corso si pone come principale obiettivo lo studio dei principali metodi numerici per l'approssimazione delle equazioni differenziali alle derivate parziali e delle equazioni differenziali stocastiche. In particolare, saranno 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:

- Equazioni differenziali stocastiche. Equazione di Kolmogorov.
- Metodi numerici per equazioni alle derivate parziali e stocastiche. Metodo Monte carlo e alle Differenze Finite.
- Valutazione di titoli derivati.

Per ogni argomento sono previste le relative applicazioni.

Modalità d'esame

Prova scritta, con eventuale integrazione mediante elaborazione di un programma in Matlab.

Informazioni utili sul corso sono disponibili nella sezione Materiali didattici.

Libri di testo

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

HULL J.C., Opzioni, futures e altri derivati, Prentice Hall, Sesta Edizione, 2006.

Il materiale di studio è fornito dal docente in aula sotto forma di dispense e lucidi delle lezioni. Ulteriori riferimenti bibliografici verranno segnalati durante le lezioni ed indicati nel programma dettagliato del corso disponibile su Internet.



FINANZIAMENTI D'AZIENDA
BUSINESS FINANCE

Docente: Prof. Giulio TAGLIAVINI

SSD: SECS-P/11; CFU: 9

Corsi di studio: Finanza e Risk Management

Obiettivi

Il corso di Finanziamenti d'azienda persegue i seguenti obiettivi:

- rafforzare le competenze nel campo della diagnosi corretta dei problemi finanziari di una azienda;
- rendere disponibili modelli e logiche di valutazione delle soluzioni finanziarie per le imprese che si trovano in vari contesti competitivi;
- rafforzare le competenze in tema di costruzione di modelli di valutazione.

Il primo punto concerne diverse questioni che attengono l'analisi del proprio merito di credito. A tale riguardo è di rilievo comprendere quali siano le logiche di valutazione adottate dalle controparti finanziatrici

Il secondo punto attiene invece all'individuazione di un set di circostanze tipiche che coinvolgono le competenze del direttore finanziario. Ogni circostanza deve essere analizzata con riguardo agli strumenti disponibili e alle criticità da mantenere sotto controllo.

Il terzo punto attiene invece al fatto che 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. Questo modulo del 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 modulo 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

A - Analisi del merito di credito

Gli strumenti di valutazione e analisi della forza finanziaria. L'analisi del livello massimo di debito sopportabile. I possibili disequilibri della gestione finanziaria.

B - La politica finanziaria e gli obiettivi da perseguire: il miglioramento del rating, la gestione dei rischi speculativi, il passaggio generazionale, il risanamento di una situazione di crisi, le strategie di acquisizione, la gestione della governance, il recupero di margini di redditività, lo sviluppo.

C - I modelli di valutazione

Le logiche del financial modeling e del business simulation. Lo sviluppo e la validazione di modelli per le scelte finanziarie.

Libri di testo

Excel per la finanza e il management, a cura di G.Tagliavini, Alpha Test, 2010.



GESTIONE DEI RISCHI E DELLE ASSICURAZIONI

INSURANCE RISK MANAGEMENT

Docente: Prof. Claudio CACCIAMANI

SSD: SECS-P/11; CFU: 9

Corsi di studio: CLEF

Contenuti del corso e obiettivi formativi

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

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

La seconda parte del 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, di risk managers e consulenti di società internazionali.

Libri di testo

I MODULO DI GESTIONE DEI RISCHI

- 1) Cacciamani C., Rischi puri e valore di impresa, Edizioni Goliardiche, Trieste, 2004
- 2) Cacciamani C., Il rischio da interruzione dell'attività di esercizio, Egea, Milano, 2001
- 3) Pignolo P., La gestione e la ritenzione del rischio d'impresa, Franco Angeli, Milano, 2002

II MODULO DI GESTIONE DELLE ASSICURAZIONI

- 1) Porzio C., Previati D., Cocozza R., Miani S., Pisani R., Economia delle imprese assicurative, McGraw-Hill, Milano, 2011 (capp. 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 11, 12, 13)

Per entrambi i moduli, rientrano nel programma d'esame i materiali relativi alle testimonianze degli ospiti che saranno caricate sulla pagina web del corso



GESTIONE DELLA PRODUZIONE INDUSTRIALE
INDUSTRIAL PRODUCTION MANAGEMENT

Docente: Prof. Claudio CONSIGLIERI

SSD: SECS-P/13; CFU: 9

Corsi di studio: CLEA-CLAM

Premessa

Il Corso è orientato verso un esame approfondito delle interazioni tra le nuove tecnologie e la loro diffusione integrata nei processi produttivi moderni (sistemi di tecniche, sistemi di processi) e la produzione programmata di beni (sistemi di merci e sistemi di servizi).

Dopo una prima parte riguardante la classificazione dei diversi modi di produrre, si affrontano in dettaglio le tematiche proprie della programmazione della produzione.

Lo studio delle interdipendenze strutturali e gestionali dei sistemi sociotecnici, per loro natura complessi e soggetti all'incertezza, comprende anche l'intersezione dell'attività di produzione coi problemi ambientali, in un'ottica di sviluppo sostenibile e secondo le modalità funzionali dei sistemi lontani dall'equilibrio. Viene così evidenziato il ruolo dell'Impresa proattiva nei riguardi delle politiche ambientali, dei risparmi energetici, dell'impegno razionale delle materie prime strategiche, dei flussi tecnologici innovativi, della automazione di processo, della normazione relativa alla qualità e certificazione dei prodotti e processi. L'analisi teorica viene integrata con la discussione di casi aziendali scelti fra settori tecnologici fondamentali.

Programma

- I principi generali della metodologia sistemica dei sistemi complessi.
- Rappresentazione e analisi del processo produttivo.
- La tecnologia, significato ed evoluzione.
- Processi produttivi, tipologia dei sistemi produttivi industriali.
- Sistemi di produzione: automazione rigida/flessibile e processo produttivo integrato.
- Introduzione alla gestione della produzione come componente logistica integrata
- Modelli di gestione delle scorte
- Programmazione aggregata della produzione
- Pianificazione dei fabbisogni: MRP e JiT
- La gestione della qualità. Standardizzazione, unificazione, normazione e certificazione.
- Nuovi strumenti di gestione ambientale; ISO 14000 e Regolamento EMAS.

Analisi di alcuni cicli produttivi con eventuali visite aziendali.

Prova di esame: ORALE



Libri di testo

Consiglieri C, Lineamenti di gestione della produzione industriale, Parma, 2011 MUP Ed. isbn 978-88-7847-379-9.
Iannaccone W, Il Management di produzione, Milano, 2003, Hoepli Ed. isbn 978-88-203-3038-5.



GESTIONE FINANZIARIA DELLE IMPRESE
CORPORATE FINANCE POLICY

Docente: Prof. Massimo REGALLI

SSD: SECS-P/11; CFU: 9

Corsi di studio: Amministrazione e Direzione Aziendale

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso si occupa della gestione finanziaria delle imprese.

Gli argomenti, affrontati sia dal punto di vista teorico che operativo, spaziano dalla definizione di una adeguata politica di remunerazione del capitale fino agli elementi per la misurazione e la massimizzazione del valore aziendale.

Il corso si propone di far acquisire agli studenti gli strumenti e i riferimenti utili per una adeguata pianificazione finanziaria basata su scelte, su metodologie e su strumenti in grado di aiutare le imprese nella crescita e nello sviluppo in un'ottica di equilibrio finanziario.

Il corso mira in sostanza a fornire agli studenti i principali elementi per indirizzare e valutare le scelte finanziarie d'impresa in un'ottica di creazione del valore.

Libri di testo

Principi di Finanza aziendale 6/ed di Richard A. Brealey, Stewart C. Myers, Franklin Allen, Sandro Sandri
The McGraw-Hill Companies, S.r.l 2011

Con l'esclusione dei seguenti capitoli o paragrafi

- par. 12.3
- CAP. 16
- CAP. 21
- CAP. 22
- CAP. 23
- CAP. 24
- CAP. 25
- CAP. 28
- CAP. 29
- par. 31.4.3
- par. 31.4.4
- par. 31.4.5
- CAP. 32



GOVERNANCE E GESTIONE DEL RISCHIO – MODULO 1
GOVERNANCE AND FINANCIAL RISK MANAGEMENT – MODULE 1

Docente: Prof. Gino GANDOLFI

SSD: SECS-P/11; CFU: 4

Corsi di studio: Finanza e Risk Management

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso si propone di esaminare, sia i principali fattori di rischio, sia le tecniche necessarie per una corretta gestione dei rischi finanziari nelle imprese non finanziarie. In particolare, l'analisi viene sviluppata con riferimento ai rischi connessi ai tassi di interesse, ai tassi di cambio e alla variazione dei prezzi delle principali materie prime, sia dal punto di vista teorico, sia mediante lo studio di casi aziendali che verranno discussi in aula. Al termine del corso, gli studenti acquisiranno le competenze necessarie per poter svolgere la professione di risk manager.

Programma

Introduzione al Corporate Financial Risk Management

La valutazione, la misurazione e la gestione del rischio di tasso di interesse

Gli strumenti finanziari per la gestione del rischio di tasso di interesse

I Forward Rate Agreement.

I contratti Futures

Gli Interest Rate Swaps

Le opzioni sui tassi di interesse

Esercitazioni e simulazioni su ciascuno degli strumenti studiati

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

Coperture nel mercato a pronti e a termine

Esercitazioni e simulazioni su ciascuno degli strumenti studiati

Analisi e discussione in piccoli gruppi di un caso aziendale sulle problematiche connesse all'esposizione e alla copertura del rischio di cambio

Modalità d'esame

L'esame si terrà in forma scritta, previa iscrizione secondo le modalità previste

Testi di riferimento

M. Farina, M. Granelli, PMI a rischio zero. Guida pratica alla gestione dei rischi finanziari, Franco Angeli, 2010.



J. C. Hull, Opzioni, Futures e altri derivati (capitoli dal 1° al 9° compresi), Pearson Prentice Hall, Milano, 2009.

E' disponibile una dispensa presso l'ufficio fotocopie



GOVERNANCE E GESTIONE DEL RISCHIO – MODULO 2
GOVERNANCE AND FINANCIAL RISK MANAGEMENT – MODULE 2

Docente: Prof. Massimo REGALLI

SSD: SECS-P/11; CFU: 5

Corsi di studio: Finanza e Risk Management

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Mercati finanziari e intermediari contribuiscono a determinare le soluzioni di governo delle imprese. I soggetti che hanno diritti iscritti nel passivo delle imprese hanno modalità incisive per influenzare le decisioni di rilievo nella definizione della strategia aziendale, nella scelta del management 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.

Libri di testo

A) La parte terza (La corporate governance di Misani N.) nel libro di Pivato S., Misani N., Ordanini A., Perrini F., 2004, Economia e gestione delle imprese, Egea, Milano;

B) DEL LIBRO DI Airoidi G. e Forestieri G., 1998, Corporate Governance. Analisi e prospettive del caso italiano, Etas, Milano:

- Il capitolo 1 (La corporate governance negli schemi interpretativi della letteratura di Forestieri G.)

- IL CAPITOLO 3 (Corporate governance e mercato dei capitali un'analisi economica della regolamentazione dei takeover di Panunzi F. e Polo M.)

C) Il libro di Rainer Masera, La corporate governance nelle banche, Il Mulino, 2006;

D) Del volume "Principi di finanza aziendale" Di Brealey R.A., Myers S.C., Allen F., Sandri S. (2011, 6a edizione, Mc Graw-Hill, Milano) I Capitoli:

4, 13, 17, 18, 19,

31 (limitatamente ai paragrafi 31.4.6, 31.5 e 31.6),

32 (limitatamente ai paragrafi 32.B),

33

E) Le dispense disponibili all'Ufficio Fotocopie del Dipartimento;

F) I materiali didattici (lucidi, ecc.) disponibili sul sito web.



GROWTH AND HISTORY OF GLOBAL ECONOMY - PART I: ECONOMIC GROWTH

Lecturer: Francesco DAVERI

SSD: SECS-P/12; CFU: 5

Courses of study: International Business and Development

Course content

The textbook growth model is the standard theoretical toolkit to study the determinants of economic growth. As such, however, it is often considered too abstract to analyze real world issues. This course shows that this is not the case. It does so by providing the tools and the occasion to coherently and practically think about such topics as: Why do growth rates differ across countries and over time? How do we measure the growth contribution of physical and human capital? Is globalization bad or good for growth? Does "big Government" hinder growth?

Teaching goals

Students will be endowed with the toolkit to analyze data and interpret the patterns of growth in the global economy

Readings

David N. Weil, "Economic Growth", second edition, 2009, Chapters 1, 2, 3, 4.2, 6, 7, 11, 12, 13 (book also available in softcover)



GROWTH AND HISTORY OF GLOBAL ECONOMY - PART II - HISTORY OF GLOBALIZATION

Lecturer: Giovanni CECCARELLI

SSD: SECS-P/12; CFU: 4

Courses of study: International Business and Development

Course content

The course takes into analysis the globalization of economy in a long term historical perspective (from the 15th c. up to today) and using a broad geographical angle (Europe, America, Asia and Africa). To do so, a set of crucial topics will be considered: the "economy-worlds" before globalization (Europe, China, and India); the integration of commodities and capital markets; the impact of developments in transportation and communication; the process of economic convergence; the dialectical interaction between markets regulation and deregulation; global and local crises.

Teaching goals

Students will acquire the necessary skills (economic as well as cultural) to understand when and where globalization has begun, and to recognize which factors explain the unprecedented growth that, after the 19th century, has taken place in the world economy. A framework as such will allow to critically tackle the complex structure of the international economy, and to overcome the idea that the Western world is the only player of processes that by now are developing on a global scale.

Detailed contents

- 1) A nonconformist approach: world history, globalization and economy.
- 2) "Economy-worlds" before globalization (15th c.).
- 3) Who discovered who? The Age of Explorations (16th c.).
- 4) Commodity market integration (16th-18th c.).
- 5) Globalization through a product: the remarkable story of indigo.
- 6) Industrialization and the overturning of economic balances.
- 7) The "death of distance": changes in transport and communications.
- 8) The "first wave" of globalization and the "Great" divergence.
- 9) Commodity market integration (19th-20th c.).
- 10) Convergence and divergence in the world economy (19th-20th c.).
- 11) Global finance and its regulation.
- 12) From Dutch tulips to Lehmann Brothers: a history of financial crises.

Readings

Students who attend class have to prepare the exam on the notes taken during the lessons, the slides, and the following readings:

- F. Marks, *The Origins of the Modern World Economy. A Global and Ecological Narrative from the Fifteenth to the Twenty-first Century*, (2nd edition) Oxford: Rowman & Littlefield Publishers, 2007, pp. 1-121;



- R. Findlay, K.H. O'Rourke, *Commodity Market Integration, 1500–2000*, in *Globalization in Historical Perspective*, ed. by M.D. Bordo, A.M. Taylor, and J.G. Williamson, Chicago: University of Chicago Press, 2003, pp. 35-57 [only § 1.5 e 1.6];
 - S. Dowrick, J.B. de Long, *Globalization and Convergence*, in *Globalization in Historical Perspective*, ed. by M.D. Bordo, A.M. Taylor, and J.G. Williamson, Chicago: University of Chicago Press, 2003, pp. 191-218.
- Plus another reading, among the following three:
- N. Crafts, A.J. Venable, *Globalization in History: A Geographical Perspective*, in *Globalization in Historical Perspective*, ed. by M.D. Bordo, A.M. Taylor, and J.G. Williamson, Chicago: University of Chicago Press, 2003, pp. 323-358;
 - L. Neal, M. Weidenmier, *Crises in the Global Economy from Tulips to Today: Contagion and Consequences*, in *Globalization in Historical Perspective*, ed. by M.D. Bordo, A.M. Taylor, and J.G. Williamson, Chicago: University of Chicago Press, 2003, pp. 473-507;
 - B. Eichengreen, H. James, *Monetary and Financial Reform in Two Eras of Globalization*, in *Globalization in Historical Perspective*, ed. by M.D. Bordo, A.M. Taylor, and J.G. Williamson, Chicago: University of Chicago Press, 2003, pp. 515-542.

Students who do not attend class have to prepare the exam on the following readings:

- F. Marks, *The Origins of the Modern World Economy. A Global and Ecological Narrative from the Fifteenth to the Twenty-first Century*, (2nd edition) Oxford, Rowman & Littlefield Publishers, 2007, pp. 1-197;
- R. Findlay, K.H. O'Rourke, *Commodity Market Integration, 1500–2000*, in *Globalization in Historical Perspective*, ed. by M.D. Bordo, A.M. Taylor, and J.G. Williamson, Chicago: University of Chicago Press, 2003, pp. 35-57 [solo § 1.5 e 1.6];
- S. Dowrick, J.B. de Long, *Globalization and Convergence*, in *Globalization in Historical Perspective*, ed. by M.D. Bordo, A.M. Taylor, and J.G. Williamson, Chicago: University of Chicago Press, 2003, pp. 191-218;
- L. Neal, M. Weidenmier, *Crises in the Global Economy from Tulips to Today: Contagion and Consequences*, in *Globalization in Historical Perspective*, ed. by M.D. Bordo, A.M. Taylor, and J.G. Williamson, Chicago: University of Chicago Press, 2003, pp. 473-507;
- B. Eichengreen, H. James, *Monetary and Financial Reform in Two Eras of Globalization*, in *Globalization in Historical Perspective*, ed. by M.D. Bordo, A.M. Taylor, and J.G. Williamson, Chicago: University of Chicago Press, 2003, pp. 515-542.

A collection of these readings will be provided by the Faculty's "Centro Fotocopie & Stampe digitali" (via Kennedy 6).



INTERNATIONAL ACCOUNTING AND GOVERNANCE
INTERNATIONAL ACCOUNTING AND GOVERNANCE

Lecturer: Pier Luigi MARCHINI

SSD:SECS-P/07; CFU: 9

Courses of study: International Business and Development

Objectives of the course

The aim of the course is to give to the students the basic instruments to understand the International Financial Reporting referring to the specific European (UE) and international (IASB) rules, with a deep analysis of the role and of the use of the accounting information in the decision making process. According to the specificity and diversity of the advanced accounting systems, the aim of the course is giving knowledge to understand the importance of the internal and external controls on the economic information, as well as knowledge to apply the main financial communication instruments, voluntary or compulsory, typical of the multinational enterprises.

Course contents

The course analyses:

1. the basic theoretical and practical elements of the "accounting" science, considering the distinction between the "financial accounting" and the "management accounting", focusing in particular on "financial accounting"
2. the process to draft the financial statement in multinational enterprises
3. the relevant implications at international level of the financial communication process towards the financial markets.

Those aspects are studied also referring to the environmental and macroeconomic background around the enterprises, in which those elements are developed.

Teaching methods: lectures, tutorials and seminars.

Assessment methods: written/oral final exam.

Libri di testo

Compulsory textbooks and readings:

- Alexander D., Nobes C., Financial Accounting. An International Introduction, Prentice Hall, 2010.
- Journal articles proposed by lecturers.



INTERNATIONAL BRANDING & RETAILING

Lecturer: Cristina ZILIANI

SSD: SECS-P/08; CFU: 9

Courses of study: International Business and Development

Course content

Marketing, in an international perspective, is about creating customer value and building profitable customer relationships.

It begins by understanding consumer needs and wants, deciding which target markets the organisation can serve best ("strategic" marketing), and developing a compelling value proposition ("4Ps" marketing) by which the organisation can win, keep and grow targeted customers.

The "International Branding and Retailing" course focusses on the following content:

Concept of Marketing: history and main paradigms

Customer value and customer loyalty

Strategic Marketing

The marketing environment

Marketing Information System

Segmentation and positioning

Students will then deal with the following marketing-mix decisions:

- Product strategy, and new product development.
- Pricing for new products, for product-mix and price –adjustment decisions.
- Designing an integrated marketing communication strategy, composed by:
 - Direct, database, online and mobile communication and promotion
 - Personal selling and sales promotions
 - Advertising
 - Public Relations.

Attention will be devoted to the development of a loyalty marketing strategy and to CRM (customer relationship management) practices, based on research "tradition" of the Marketing Group at the University of Parma, where an Observatory on Loyalty Marketing has been in place since 1998.

Last, but not least, based on well-rooted research of the University, the course will focus eventually on managing marketing channels, especially retail channels, in the global marketplace.

Teaching methods

Lectures, case study discussion, visiting professors' lectures.

Readings

Please note that from June 2013 until February 2014 the exam questions (written) will be different for students who regularly attended classes and for those who did not.



For students who have NOT attended classes regularly, the material for the exam is the following (no photocopies of powerpoint slides, only textbook):

Kotler P., Armstrong G., Wong V., Saunders J. (2008), Principles of Marketing/MyMarketingLab European Edition - 5th Edition, Financial Times/ Prentice Hall: UK ISBN13: 9780273720645

ISBN10: 0273720643. Chapters: 1-2-3-4-5-6-7-8-9-10-11-12-13-14-15-16-17-18-19-20

Materials for students who HAVE attended classes regularly will be defined in class by Prof. Ziliani.

Suggested (optional) readings for everybody:

-The Retailing Reader, edited by J. Dawson, A. Findlay and L. Sparks, Routledge, 2008.

-What's mine is yours. The rise of collaborative consumption, by R. Botsman and R. Rogers, Harper Collins, 2010



INTERNATIONAL INDUSTRIAL ECONOMICS

Lecturer: Augusto NINNI

SSD: SECS-P/06; CFU: 9

Courses of study: International Business and Development

Course content

The course aims to provide analytical tools for the students, who want to analyze the behavior and the role of the multinational enterprises in the times of globalization. It is expected to make their integration at level of international management easier

The course gathers the main elements of industrial organization and of the theories of multinational enterprises. It refers also to the global value chains, in order to discuss the international strategy of the firm. It analyzes also the replies of the national and international public organizations, including the national industrial policies (for developed and developing countries) and the industry, energy and environment policies of some international institutions (EU, WTO, ADB), focussing also on policies attracting foreign direct investments.

Reading

- Lipczynski Wilson Goddard "Industrial organization: Competition, Strategy, Policy", FT Prentice Hall 2009;
- Isabel Faeth, "Determinants of foreign direct investments: a tale of nine theoretical models", Journal of Economic Surveys (2009), vol. 23, no. 1, pp. 165-196;
- slides by the teacher, including the background bibliography



INTERNATIONAL MARKETS AND ORGANIZATION LAWS

Module 1 – Lecturer: Gabriele CATALINI – SSD: IUS/05; CFU 4

Module 2 – Lecturer: Marco SCARPATI – SSD: IUS/05; CFU 4

Courses of study: International Business and Development

Objectives of the course

The course provides the basic skills of international trade law and focuses on the main covenants, international charters and standards on human rights in economics and business. The main aim of the course is to help students to increase their understanding of the legal aspects of international trade and business, in view of the importance of respect for human rights, how the two interact, and the current debate on how to resolve the tensions between the two.

Course contents

Part 1

- 1) Introduction
 - The global economy
 - Source of law in international trade (National – European – International – Treaty)
 - Harmonisation of laws at international and regional level
- 2) The principal subjects
 - States
 - International organizations
 - NGOs
 - MNCs
- 3) Contracts
 - Legal aspects of international contract negotiation (drawing up contracts, pre-contractual agreements and confidentiality agreements, letters of intent, e-commerce)
 - The main types of contracts of international trade
- 4) Dispute resolution

Part 2

- 5) The Universal Declaration of Human Rights
- 6) Social rights: the European Social Charter
- 7) The International Covenant on Civil and Political rights
- 8) The International Covenant on Economic, Social and Cultural Rights
- 9) Exploitation of children: child labour and sexual exploitation
- 10) Trafficking of human beings
- 11) The OECD Guidelines for MNCs
- 12) Human rights and economic development
- 13) Ethics and Economics



Teaching methods

The teaching approach is flexible with active training methods, case studies and interaction with resource persons, tutor and external specialists. Role play activities are used to promote participation and to assist students in acquiring useful skills.

Assessment methods

Oral exam and a completion of a short paper on a case studied during the course.

Readings

Asif Qureshi and Andreas Ziegler
INTERNATIONAL ECONOMIC LAW
Sweet & Maxwell
London 2011



INVESTMENT BANKING AND REAL ESTATE FINANCE

Docente: Prof. Claudio CACCIAMANI

SSD: SECS-P/11; CFU: 10

Corsi di studio: Finanza e Risk Management

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso intende fornire le conoscenze e le tecniche di analisi fondamentale delle operazioni di finanza strutturata e straordinaria, con specifico riferimento anche al settore del real estate. La progressiva finanziarizzazione del settore, infatti, ha condotto sia alla nascita di nuovi strumenti sia alla diffusione di forme innovative di intermediazione e finanziamento.

Dopo l'inquadramento iniziale degli obiettivi e delle caratteristiche tecniche delle principali operazioni di corporate e investment banking, si presenta l'economia del mercato immobiliare, analizzando le specificità delle operazioni sopra descritte nel campo del real estate, congiuntamente alle problematiche di valutazione del rendimento/rischio degli investimenti e del costo effettivo dei finanziamenti immobiliari, per poi entrare nel merito dei veicoli di investimento immobiliare presenti sul mercato italiano ed estero.

Libri di testo

I MODULO DI INVESTMENT BANKING

Raccolta di letture disponibile in sala fotocopie

Il modulo di REAL ESTATE FINANCE

1) Cacciamani C. (a cura di), Real Estate, III edizione, Egea, Milano, 2011 (capitoli 11, 12, 14-21, 23-26).

Per entrambi i moduli, rientrano nel programma d'esame i materiali relativi alle testimonianze degli ospiti che saranno caricati sulla pagina web del corso.



ISTITUZIONI DI DIRITTO PRIVATO A-K
PRIVATE LAW

Docente: Prof. Antonio GIOVATI

SSD: IUS/01; CFU: 6

Corsi di studio: L18

Obiettivi del corso

L'insegnamento ha la finalità di illustrare agli studenti i fondamentali principi e le più importanti norme che governano il diritto privato, con particolare attenzione ai rapporti patrimoniali. Il corso si articola idealmente in sei parti: l'ordinamento giuridico, quale contesto "ambientale" nel quale sorgono e si svolgono tutte le relazioni giuridiche; i soggetti, quali titolari degli interessi, di natura anche non patrimoniale, che possono essere soddisfatti per il tramite delle relazioni patrimoniali e quali titolari delle correlative facoltà di azione; i beni, quali oggetti di situazioni giuridiche soggettive e dei relativi rapporti; le tipologie di rapporti a contenuto patrimoniale (rapporti reali, obbligazioni e contratti), quali strumenti giuridici idonei a soddisfare interessi patrimoniali e non; lineamenti del diritto di famiglia e delle successioni. Al termine del corso gli studenti acquisiranno, oltre alle conoscenze generali, gli strumenti di base per operare, dal punto di vista giuridico, nel settore dei rapporti patrimoniali e non patrimoniali di diritto privato.

Programma del corso

Nel dettaglio il programma si articola come segue:

1. L'ORDINAMENTO GIURIDICO

- 1.1. Il diritto privato ed il diritto pubblico.
- 1.2. Le fonti del diritto interno e comunitario.
- 1.3. I fatti e gli effetti giuridici. La norma giuridica, l'interpretazione della legge, i fatti e gli atti giuridici, le situazioni giuridiche soggettive, il rapporto giuridico e le sue vicende, la circolazione delle situazioni giuridiche, la prescrizione e la decadenza.
- 1.4. La pubblicità dei fatti giuridici.

2. I SOGGETTI

- 2.1. La persona fisica. La capacità giuridica, la capacità di agire, la capacità naturale, le incapacità e le tutele, i luoghi in cui la persona esercita le sue attività e radica i suoi interessi, l'estinzione della persona.
- 2.2. I diritti della personalità. Generalità e singoli tipi.
- 2.3. Le persone giuridiche. Gli enti quali soggetti di diritto. La personalità giuridica.
- 2.4. Tipologie di persone giuridiche: associazioni, fondazioni, comitati.

3. I BENI

- 3.1. I beni. Nozione e classificazioni.
- 3.2. Il regime giuridico della circolazione dei beni.



4. I RAPPORTI GIURIDICI A CONTENUTO PATRIMONIALE

- 4.1. I rapporti giuridici reali. I diritti reali e loro caratteristiche.
- 4.2. La proprietà nel diritto comunitario, nella Costituzione e nel codice civile.
- 4.3. I modi di acquisto della proprietà.
- 4.4. I diritti reali minori.
- 4.5. Il possesso. Le azioni possessorie e petitorie.
- 4.6. Il rapporto obbligatorio. L'obbligazione e le sue caratteristiche. Gli obblighi di prestazione e gli obblighi di protezione. Le obbligazioni senza obbligo di prestazione.
- 4.7. Le vicende costitutive del rapporto obbligatorio. Le fonti dell'obbligazione.
- 4.8. Le vicende modificative soggettive ed oggettive del rapporto medesimo.
- 4.9. Le vicende estintive del rapporto obbligatorio. L'adempimento e gli altri modi di estinzione dell'obbligazione.
- 4.10. L'inadempimento dell'obbligazione.
- 4.11. Il contratto in generale. L'autonomia contrattuale, il negozio giuridico e il contratto.
- 4.12. Il profilo strutturale del contratto. Definizione e classificazioni. L'accordo e i procedimenti di formazione dell'accordo, le parti, il contenuto, la forma.
- 4.13. Le patologie della struttura. L'invalidità, la nullità, l'annullabilità, la simulazione e la rescissione.
- 4.14. Il profilo funzionale del contratto. Il regolamento di interessi, l'interpretazione, l'efficacia del contratto, la condizione e il termine. Lo scioglimento del rapporto contrattuale.
- 4.15. I contratti dei consumatori. Le clausole vessatorie.
- 4.16. I contratti commerciali: la subfornitura, il ritardo dei pagamenti nelle transazioni commerciali.
- 4.17. I singoli contratti: compravendita, mandato, commissione, liberalità, donazione, locazione, affitto, appalto, agenzia, leasing, fideiussione, contratto autonomo di garanzia, lettere di patronage, contratti rivolti a comporre e prevenire le liti.

5. LA RESPONSABILITÀ CIVILE

- 5.1. La responsabilità contrattuale.
- 5.2. La responsabilità extracontrattuale. I fatti illeciti. Le varie forme di responsabilità aquiliana.
- 5.3. La responsabilità per violazione di regole interne ad un rapporto avente fonte diversa dal contratto e dal fatto illecito.
- 5.4. Il danno risarcibile, patrimoniale e non patrimoniale.
- 5.5. Il danno alla persona: dal danno biologico al danno esistenziale.
- 5.6. Le tecniche risarcitorie.

6. DIRITTO DI FAMIGLIA E DELLE SUCCESSIONI.

- 6.1. Lineamenti di diritto di famiglia.
- 6.2. Lineamenti di diritto delle successioni.

Programma per studenti dei vecchi ordinamenti

- Il programma di "Istituzioni di diritto privato (60 ore, esame unico)" della laurea quadriennale è quello di Istituzioni di diritto privato della laurea triennale.
- Il programma di "Istituzioni di diritto privato I" della laurea quadriennale coincide con quella parte del programma del corso di Diritto privato triennale che si estende dall'"Ordinamento giuridico" fino a "Il possesso. Le azioni possessorie e petitorie".
- Il programma di "Istituzioni di diritto privato II" della laurea quadriennale coincide invece con la restante parte del programma del corso triennale, che va dalla parte sul "Il rapporto obbligatorio" a quella sul "Diritto di famiglia e delle successioni".
- Il programma di "Istituzioni di diritto privato (30 ore)" della vecchia laurea triennale è quello di Istituzioni di diritto privato dell'attuale laurea triennale.



Competenze acquisibili

Al termine del corso gli studenti acquisiscono, oltre alle conoscenze generali, gli strumenti di base per operare, dal punto di vista giuridico, nel settore dei rapporti patrimoniali e non patrimoniali privatistici.

Modalità didattiche e d'esame

Il corso si articolerà in 42 ore di lezione in aula, durante le quali potranno aver luogo esercitazioni aventi ad oggetto casi pratici e seminari di esperti.

La valutazione conclusiva si svolge mediante una prova di esame in forma scritta (consistente in cinque domande aperte cui rispondere in un'ora, prestampate su un foglio formato A4) per tutti gli studenti (triennali - vecchio e nuovo ordinamento - e quadriennali). Durante la prova scritta è proibito l'uso di qualsiasi tipo di codici, testi normativi, appunti, telefonini, supporti informatici e similari.

Libri di testo

Unico testo adottato:

- LUCA DI NELLA, Lezioni di Diritto privato, ultima edizione, Parma.

Il programma da studiare ai fini dell'esame coincide con l'intero testo.

Quale supporto alla preparazione si consiglia l'uso dell'ultima edizione di:

- De Nova (a cura di), Codice civile e leggi complementari, Bologna, Zanichelli;

- Di Majo (a cura di), Codice civile con la Costituzione, i Trattati U.E. e le principali norme complementari, Milano, Giuffrè;

- altra edizione aggiornate del Codice Civile.



ISTITUZIONI DI DIRITTO PRIVATO L-Z
PRIVATE LAW

Docente: Prof. Luca DI NELLA

SSD: IUS/01; CFU: 6

Corsi di studio: L18

Obiettivi del corso

L'insegnamento ha la finalità di illustrare agli studenti i fondamentali principi e le più importanti norme che governano il diritto privato, con particolare attenzione ai rapporti patrimoniali. Il corso si articola idealmente in sei parti: l'ordinamento giuridico, quale contesto "ambientale" nel quale sorgono e si svolgono tutte le relazioni giuridiche; i soggetti, quali titolari degli interessi, di natura anche non patrimoniale, che possono essere soddisfatti per il tramite delle relazioni patrimoniali e quali titolari delle correlative facoltà di azione; i beni, quali oggetti di situazioni giuridiche soggettive e dei relativi rapporti; le tipologie di rapporti a contenuto patrimoniale (rapporti reali, obbligazioni e contratti), quali strumenti giuridici idonei a soddisfare interessi patrimoniali e non; lineamenti del diritto di famiglia e delle successioni. Al termine del corso gli studenti acquisiranno, oltre alle conoscenze generali, gli strumenti di base per operare, dal punto di vista giuridico, nel settore dei rapporti patrimoniali e non patrimoniali di diritto privato.

Programma del corso

Nel dettaglio il programma si articola come segue:

1. L'ordinamento giuridico

1.1. Il diritto privato ed il diritto pubblico.

1.2. Le fonti del diritto interno e comunitario.

1.3. I fatti e gli effetti giuridici. La norma giuridica, l'interpretazione della legge, i fatti e gli atti giuridici, le situazioni giuridiche soggettive, il rapporto giuridico e le sue vicende, la circolazione delle situazioni giuridiche, la prescrizione e la decadenza.

1.4. La pubblicità dei fatti giuridici.

2. I soggetti

2.1. La persona fisica. La capacità giuridica, la capacità di agire, la capacità naturale, le incapacità e le tutele, i luoghi in cui la persona esercita le sue attività e radica i suoi interessi, l'estinzione della persona.

2.2. I diritti della personalità. Generalità e singoli tipi.

2.3. Le persone giuridiche. Gli enti quali soggetti di diritto. La personalità giuridica.

2.4. Tipologie di persone giuridiche: associazioni, fondazioni, comitati.

3. I beni

3.1. I beni. Nozione e classificazioni.

3.2. Il regime giuridico della circolazione dei beni.



4. I rapporti giuridici a contenuto patrimoniale

- 4.1. I rapporti giuridici reali. I diritti reali e loro caratteristiche.
- 4.2. La proprietà nel diritto comunitario, nella Costituzione e nel codice civile.
- 4.3. I modi di acquisto della proprietà.
- 4.4. I diritti reali minori.
- 4.5. Il possesso. Le azioni possessorie e petitorie.
- 4.6. Il rapporto obbligatorio. L'obbligazione e le sue caratteristiche. Gli obblighi di prestazione e gli obblighi di protezione. Le obbligazioni senza obbligo di prestazione.
- 4.7. Le vicende costitutive del rapporto obbligatorio. Le fonti dell'obbligazione.
- 4.8. Le vicende modificative soggettive ed oggettive del rapporto medesimo.
- 4.9. Le vicende estintive del rapporto obbligatorio. L'adempimento e gli altri modi di estinzione dell'obbligazione.
- 4.10. L'inadempimento dell'obbligazione.
- 4.11. Il contratto in generale. L'autonomia contrattuale, il negozio giuridico e il contratto.
- 4.12. Il profilo strutturale del contratto. Definizione e classificazioni. L'accordo e i procedimenti di formazione dell'accordo, le parti, il contenuto, la forma.
- 4.13. Le patologie della struttura. L'invalidità, la nullità, l'annullabilità, la simulazione e la rescissione.
- 4.14. Il profilo funzionale del contratto. Il regolamento di interessi, l'interpretazione, l'efficacia del contratto, la condizione e il termine. Lo scioglimento del rapporto contrattuale.
- 4.15. I contratti dei consumatori. Le clausole vessatorie.
- 4.16. I contratti commerciali: la subfornitura, il ritardo dei pagamenti nelle transazioni commerciali.
- 4.17. I singoli contratti: compravendita, mandato, commissione, liberalità, donazione, locazione, affitto, appalto, agenzia, leasing, fideiussione, contratto autonomo di garanzia, lettere di patronage, contratti rivolti a comporre e prevenire le liti.

5. La responsabilità civile

- 5.1. La responsabilità contrattuale.
- 5.2. La responsabilità extracontrattuale. I fatti illeciti. Le varie forme di responsabilità aquiliana.
- 5.3. La responsabilità per violazione di regole interne ad un rapporto avente fonte diversa dal contratto e dal fatto illecito.
- 5.4. Il danno risarcibile, patrimoniale e non patrimoniale.
- 5.5. Il danno alla persona: dal danno biologico al danno esistenziale.
- 5.6. Le tecniche risarcitorie.

6. Diritto di famiglia e delle successioni

- 6.1. Lineamenti di diritto di famiglia.
- 6.2. Lineamenti di diritto delle successioni.

Programma per studenti dei vecchi ordinamenti

- Il programma di "Istituzioni di diritto privato (60 ore, esame unico)" della laurea quadriennale è quello di Istituzioni di diritto privato della laurea triennale.
- Il programma di "Istituzioni di diritto privato I" della laurea quadriennale coincide con quella parte del programma del corso di Diritto privato triennale che si estende dall'"Ordinamento giuridico" fino a "Il possesso. Le azioni possessorie e petitorie".
- Il programma di "Istituzioni di diritto privato II" della laurea quadriennale coincide invece con la restante parte del programma del corso triennale, che va dalla parte sul "Il rapporto obbligatorio" a quella sul "Diritto di famiglia e delle successioni".
- Il programma di "Istituzioni di diritto privato (30 ore)" della vecchia laurea triennale è quello di Istituzioni di diritto privato dell'attuale laurea triennale.



Competenze acquisibili

Al termine del corso gli studenti acquisiscono, oltre alle conoscenze generali, gli strumenti di base per operare, dal punto di vista giuridico, nel settore dei rapporti patrimoniali e non patrimoniali privatistici.

Modalità didattiche e d'esame

Il corso si articolerà in 42 ore di lezione in aula, durante le quali potranno aver luogo esercitazioni aventi ad oggetto casi pratici e seminari di esperti.

La valutazione conclusiva si svolge mediante una prova di esame in forma scritta (consistente in cinque domande aperte cui rispondere in un'ora, prestampate su un foglio formato A4) per tutti gli studenti (triennali - vecchio e nuovo ordinamento - e quadriennali). L'eventuale integrazione orale - da sostenere nella data appositamente fissata - è riservata agli studenti che hanno conseguito una votazione positiva, previa richiesta via email al docente, e comporta l'eventuale modifica del voto conseguito di un massimo di 2 punti in positivo o in negativo.

Durante la prova scritta è proibito l'uso di qualsiasi tipo di codici, testi normativi, appunti, telefonini, supporti informatici e similari.

Unico testo adottato

- LUCA DI NELLA, Lezioni di Diritto privato, ultima edizione, Parma.

Il programma da studiare ai fini dell'esame coincide con l'intero testo.

Quale supporto alla preparazione si consiglia l'uso dell'ultima edizione di:

- De Nova (a cura di), Codice civile e leggi complementari, Bologna, Zanichelli;

- Di Majo (a cura di), Codice civile con la Costituzione, i Trattati U.E. e le principali norme complementari, Milano, Giuffrè;

- altra edizione aggiornate del Codice Civile.



ISTITUZIONI DI ECONOMIA AZIENDALE A-K

BUSINESS ECONOMICS

Docente: Prof. Paolo ANDREI

SSD: SECS-P/07;CFU: 9

Corsi di studio: L18

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso è strutturato in due parti, tra loro complementari.

Nella prima parte si analizzano le caratteristiche di funzionamento delle aziende, la loro struttura e le specifiche condizioni che ne delineano gli assetti istituzionali e gestionali. In particolare, dopo aver sviluppato gli elementi distintivi attinenti alle diverse classi di aziende, il corso si propone di introdurre i principali sistemi di misurazione adottabili al fine del controllo dell'economicità aziendale. L'obiettivo è quello di presentare agli studenti adeguati modelli interpretativi atti a valutare, con riferimento alle diverse unità economiche, le principali problematiche interne e di relazione con l'ambiente. Con l'apprendimento dei contenuti proposti, gli studenti saranno in grado di interpretare e applicare i più diffusi modelli di analisi aziendale, nonché di affrontare gli studi connessi alle metodologie di determinazione quantitativa orientate alle informazioni interne ed esterne d'impresa.

La seconda parte del corso si propone di affrontare la metodologia contabile e lo studio del bilancio di esercizio quale modello di determinazione di sintesi del sistema dei valori d'azienda. Dopo aver sviluppato le metodiche relative al funzionamento del sistema di contabilità generale, si approfondiscono le caratteristiche strutturali e di contenuto del bilancio di esercizio d'impresa. L'obiettivo è quello di presentare agli studenti la logica che sottende i processi di determinazione e comunicazione dei risultati economico-finanziari d'impresa. Gli studenti saranno posti in grado di costruire, leggere e interpretare il bilancio di esercizio delle imprese, nonché di affrontare gli studi successivi connessi alle analisi di bilancio e all'approfondimento dei processi di valutazione connessi all'informativa esterna d'impresa.

Il PROGRAMMA ANALITICO delle lezioni sarà reso disponibile, unitamente al materiale didattico di supporto, nella sezione "materiali didattici da scaricare" di questo insegnamento.

Modalità di esame

L'esame consiste in una prova scritta composta da:

- due domande aperte relative ai contenuti della prima parte del corso;
- due esercizi attinenti alle metodologie contabili trattate nella seconda parte.

Libri di testo

- Andrei P. (a cura di), Introduzione all'economia d'azienda, Giappichelli, Torino, 2012.
- Andrei P. – Fellegara A.M. (a cura di), Contabilità generale e bilancio d'impresa, Giappichelli, Torino, 2010.



ISTITUZIONI DI ECONOMIA AZIENDALE L-Z
BUSINESS ECONOMICS

Docente: Prof.ssa Federica BALLUCHI

SSD:SECS-P/07; CFU: 9

Corsi di studio: L18

Contenuti del corso e obiettivi formativi.

Il corso è strutturato in due parti.

Nella prima parte si analizzano le caratteristiche di funzionamento delle aziende, la loro struttura e le specifiche condizioni che ne delineano gli assetti istituzionali e gestionali. In particolare, dopo aver sviluppato gli elementi distintivi attinenti alle diverse classi di aziende, il corso si propone di introdurre i principali sistemi di misurazione adottabili al fine del controllo dell'economicità aziendale. L'obiettivo è quello di presentare agli studenti adeguati modelli interpretativi atti a valutare, con riferimento alle diverse unità economiche, le principali problematiche interne e di relazione con l'ambiente. Con l'apprendimento dei contenuti proposti, gli studenti saranno in grado di interpretare e applicare i più diffusi modelli di analisi aziendale, nonché di affrontare gli studi connessi alle metodologie di determinazione quantitativa orientate alle informazioni interne ed esterne d'impresa.

La seconda parte del corso si propone di affrontare la metodologia contabile e lo studio del bilancio di esercizio quale modello di determinazione di sintesi del sistema dei valori d'azienda. Dopo aver sviluppato le metodiche relative al funzionamento del sistema di contabilità generale, si approfondiscono le caratteristiche strutturali e di contenuto del bilancio di esercizio d'impresa. L'obiettivo è quello di presentare agli studenti la logica che sottende i processi di determinazione e comunicazione dei risultati economico-finanziari d'impresa. Gli studenti saranno posti in grado di costruire, leggere e interpretare il bilancio di esercizio delle imprese, nonché di affrontare gli studi successivi connessi alle analisi di bilancio e all'approfondimento dei processi di valutazione connessi all'informativa esterna d'impresa.

Libri di testo

ANDREI P. (a cura di), Introduzione all'economia d'azienda, Giappichelli, Torino 2012.

ANDREI P. – FELLEGARA A.M. (a cura di), Contabilità generale e bilancio d'impresa, Giappichelli, Torino 2010.



ISTITUZIONI DI ECONOMIA POLITICA I A-K
MACROECONOMICS

Docente: Prof. Marco ZILIOTTI

SSD: SECS-P/01; CFU: 10

Corsi di studio: L18

Obiettivi

Il corso ha lo scopo di familiarizzare lo studente con i principi, i metodi e l'oggetto di analisi della microeconomia.

Il corso comprende l'analisi di vari casi pratici ed esercizi, che facilitano l'apprendimento degli argomenti più importanti. Analisi di caso ed esercizi sono lezioni a tutti gli effetti.

Il programma particolareggiato è scaricabile alla pagina web del docente dopo l'inizio del corso.

Contenuti

- Introduzione allo studio della microeconomia. Domanda e offerta.
- Analisi del comportamento del consumatore.
- Domanda individuale e domanda di mercato.
- Analisi della produzione. I costi di produzione.
- Impresa in concorrenza perfetta.
- Monopolio e potere di mercato.
- Oligopolio e concorrenza monopolistica.
- Mercati dei fattori produttivi.
- Esternalità e beni pubblici.

Competenze da acquisire

Abitudine a pensare da economista, cioè a discutere un problema in termini di incentivi e vincoli. Abitudine a leggere e interpretare grafici e tabelle.

Libri di testo

Frank R., Microeconomia, V edizione, McGraw-Hill. Capitoli selezionati (si veda programma dettagliato, quando disponibile, nella Sezione Materiali Didattici).



ISTITUZIONI DI ECONOMIA POLITICA I L-Z
MACROECONOMICS

Docente: Prof. Andrea LASAGNI

SSD: SECS-P/01; CFU: 10

Corsi di studio: L18

Obiettivi

Il corso ha lo scopo di familiarizzare lo studente con i principi, i metodi e l'oggetto di analisi della microeconomia.

Il corso comprende l'analisi di vari casi pratici ed esercizi, che facilitano l'apprendimento degli argomenti più importanti. Analisi di caso ed esercizi sono lezioni a tutti gli effetti.

Il programma particolareggiato è scaricabile alla pagina web del docente dopo l'inizio del corso.

Contenuti

- Introduzione allo studio della microeconomia. Domanda e offerta.
- Analisi del comportamento del consumatore.
- Domanda individuale e domanda di mercato.
- Analisi della produzione. I costi di produzione.
- Impresa in concorrenza perfetta.
- Monopolio e potere di mercato.
- Oligopolio e concorrenza monopolistica.
- Mercati dei fattori produttivi.
- Esternalità e beni pubblici.

Competenze da acquisire

Abitudine a pensare da economista, cioè a discutere un problema in termini di incentivi e vincoli. Abitudine a leggere e interpretare grafici e tabelle.

Libri di testo

Frank R., Microeconomia, V edizione, McGraw-Hill. Capitoli selezionati (si veda programma dettagliato, quando disponibile, nella Sezione Materiali Didattici).



ISTITUZIONI DI ECONOMIA POLITICA II CLEA-CLAM
MACROECONOMICS

Docente: Prof. Marco MAGNANI

SSD: SECS-P/02; CFU: 9

Corsi di studio: CLEA-CLAM

Obiettivi e Programma

Il corso è dedicato alla Macroeconomia. Esso ha, infatti, la funzione di fornirvi una descrizione rigorosa e critica del funzionamento di un sistema economico nel suo complesso. Differentemente dai corsi di Microeconomia, qui l'attenzione è posta sui grandi aggregati macroeconomici (PIL, tasso di disoccupazione, tasso di inflazione, tasso di interesse, deficit pubblico, ecc.) allo scopo di aiutarvi ad analizzare e a comprendere:

- le ragioni della crescita o declino di queste grandezze nel tempo;
- il modo in cui queste grandezze interagiscono tra loro all'interno del paese;
- le influenze del grado di apertura del paese al commercio internazionale sull'economia nazionale;
- il modo e la misura in cui le Autorità di Politica Economica (Governo, Banca Centrale) possono influire su queste grandezze allo scopo di migliorare la situazione economica del paese;
- la storia, il funzionamento e l'importanza dell'Unione Monetaria Europea.

L'analisi è condotta sviluppando i principali modelli teorici di riferimento e mostrando come essi siano in grado di consentire una migliore comprensione dei fatti macroeconomici recenti ed attuali.

Nel corso di esercitazioni, che sono parte integrante del corso, verranno svolte esercitazioni teoriche e pratiche e verranno fornite le tecniche e i corretti metodi di approfondimento necessari al superamento delle prove d'esame.

Libri di testo

Il riferimento per il corso è costituito dai testi indicati ai punti 1,2,3.

1) O. Blanchard, Scoprire la Macroeconomia, volume 1, Quello che non si può non sapere, Il Mulino, edizione 2011, capitoli 2-9, 11,12 e 13. (+ed. 2009, pag 332-336 e 338-340)

2) O. Blanchard, Scoprire la Macroeconomia, volume 2, Un passo in più, Il Mulino, 2003, capitolo 13 par. 1,3,6 e 7 (fornito presso il centro fotocopie).

3) M. Menegatti, Applicazioni di macroeconomia, Giappichelli, 2012.



ISTITUZIONI DI ECONOMIA POLITICA II - CLEM-CLEF
MACROECONOMICS

Docente: Prof. Mario MENEGATTI

SSD: SECS-P/02; CFU: 9

Corsi di studio:

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso è dedicato alla Macroeconomia. Esso ha, infatti, la funzione di fornirvi una descrizione rigorosa e critica del funzionamento di un sistema economico nel suo complesso. Differentemente dai corsi di Microeconomia, qui l'attenzione è posta sui grandi aggregati macroeconomici (PIL, tasso di disoccupazione, tasso di inflazione, tasso di interesse, deficit pubblico, ecc.) allo scopo di aiutarvi ad analizzare e a comprendere:

- le ragioni della crescita o declino di queste grandezze nel tempo;
- il modo in cui queste grandezze interagiscono tra loro all'interno del paese;
- le influenze del grado di apertura del paese al commercio internazionale sull'economia nazionale;
- il modo e la misura in cui le Autorità di Politica Economica (Governo, Banca Centrale) possono influire su queste grandezze allo scopo di migliorare la situazione economica del paese;
- la storia, il funzionamento e l'importanza dell'Unione Monetaria Europea;
- le cause e le conseguenze della recente recessione mondiale e i rischi connessi ai problemi della finanza pubblica di alcune economie.

L'analisi è condotta sviluppando i principali modelli teorici di riferimento e mostrando come essi siano in grado di consentire una migliore comprensione dei fatti macroeconomici recenti ed attuali.

Nel corso di esercitazioni, che sono parte integrante del corso, verranno svolte esercitazioni teoriche e pratiche e verranno fornite le tecniche e i corretti metodi di approfondimento necessari al superamento delle prove d'esame.

Libri di testo

- 1) O. Blanchard, Scoprire la Macroeconomia, volume 1, Quello che non si può non sapere, Il Mulino, edizione 2011, capitoli 2-9, 11, 12 e 13. (+ed. 2009, pag 332-336 e 338-340)
- 2) O. Blanchard, Scoprire la Macroeconomia, volume 2, Un passo in più, Il Mulino, 2003, capitolo 13 par. 1, 3, 6 e 7 (fornito presso il centro fotocopie).
- 3) M. Menegatti, Applicazioni di macroeconomia, Giappichelli, 2012



MANAGERIAL ECONOMICS AND MANAGEMENT ACCOUNTING - MODULE MANAGEMENT ACCOUNTING

Lecturer: Prof. Andrea CILLONI

SSD: SECS-P/07; CFU 4

Degree course: elective subject for 1st and 2nd year ADA, TRADE, IBD

The course addresses the Managerial Accounting issues of Business Companies.

Managerial Accounting facilitates planning and control decisions. Planning decisions relate to choices about acquiring and using resources to deliver products and services to people. Control decisions concern how much to delegate, as well as how to motivate, measure, evaluate, and reward performance. Throughout the course we emphasize how to use accounting information for decision making, the relevance of “human factors” and ICT, e.g. Enterprise Resources Planning. The business decision process using accounting and non-accounting information is stressed within the second module of the course, Managerial Economics, focusing on Business situations involving conflicting and cooperative interests in terms of gains and losses among opposing companies players.

Contents

- 1) Information for decision making.
- 2) Identifying and Estimating Costs and Benefits. Cost Flows. Techniques for Estimating costs.
- 3) Cost-Volume-Profit Analysis.
- 4) Decision Making in the Short Term.
- 5) Budgeting and Planning Techniques.

Recommended readings:

Introduction to Managerial Accounting, 6/e, Peter C. Brewer, Miami University, Ray H. Garrison, Brigham Young University (Emeritus), Eric W. Noreen, University of Washington (Emeritus),

Publisher: McGraw-hill.

ISBN: 0078025419.

Copyright year: 2013.



MANAGERIAL ECONOMICS AND MANAGEMENT ACCOUNTING - MODULE MANAGERIAL ECONOMICS

Lecturer: Andrea MANTOVI

SSD: SECS-P/06; CFU 4

Degree course: elective subject for 1st and 2nd year ADA, TRADE, IBD

Objectives of the course

The language of strategic interactions is built from scratch and its basic pillars thoroughly discussed, with the aim of deepening the economic intuition underlying decision processes in competitive environments. Cooperative settings are addressed as well.

The concepts of pure and mixed strategy, best response, Nash equilibrium, in both static and dynamic settings, are introduced and applied to fundamental problems in economic decisionmaking. The problem of equilibrium selection and transition between equilibria shall be addressed in a qualitative way.

Contact with the companion module (Management Accounting), and discussions of case studies, shall deepen the relevance of strategic concepts.

Program (see the manual)

- Noncooperative static games with complete information (chapter 2; 5 hours)
- Focal-point and evolutionary equilibria (ch. 3; 5 h)
- Mixing pure strategies (ch. 5; 4 h)
- Static games with continuous strategies (ch. 7; 4 h)
- Imperfect competition (ch. 8, 4 h)
- Dynamic games with complete and perfect information (ch. 11, 4 h)
- Bargaining (ch. 12, 2 h).

Readings

Thomas J. Webster, Introduction to Game Theory in Business and Economics, ME Sharp.



MARKETING DISTRIBUTIVO
RETAIL MARKETING

Docente: Prof.ssa Sabrina LATUSI

SSD: SECS-P/08; CFU: 9

Corsi di studio: CLAM

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso si propone di illustrare il ruolo economico della distribuzione nei diversi contesti settoriali. In particolare, intende approfondire il marketing di vendita e di acquisto delle imprese commerciali nel comparto dei beni di largo e generale consumo dove maggiore è l'autonomia imprenditoriale della distribuzione.

L'insegnamento è finalizzato alla traduzione dei principi economici in regole empiriche di decisione e alla comprensione del comportamento competitivo delle imprese commerciali.

Ampio spazio è riservato all'illustrazione delle strategie di collaborazione orizzontale e verticale, che sono il presupposto per affrontare con successo le nuove dimensioni della concorrenza.

Il corso si propone, altresì, di illustrare l'impatto delle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione sul marketing delle imprese commerciali e industriali.

Libri di testo

G. Lugli, Marketing Distributivo, UTET, 2009.



MARKETING INTEGRATO – MODULO CHANNEL METRICS
INTEGRATED MARKETING – MODULE CHANNEL METRICS

Docente: Prof. Davide PELLEGRINI

SSD: SECS-P/08; CFU: 6

Corsi di studio: Trade Marketing e Strategie Commerciali

1) Descrizione dei contenuti

L'obiettivo del corso è quello di fornire agli studenti gli strumenti concettuali ed operativi per misurare le performance dei canali distributivi dei prodotti di largo consumo. Nella prima parte il corso si basa sull'approfondimento dei conti economici delle imprese industriali, dei retailers e delle famiglie. Nella seconda parte del corso si analizzano gli indicatori di performance (KPI) di consumer e trade marketing. Questi argomenti vengono sviluppati facendo riferimento soprattutto al settore della distribuzione moderna grocery, ma con costanti richiami metodologici a strumenti di controllo di gestione replicabili in altri settori.

2) Competenze da sviluppare e risultati di apprendimento attesi

a. Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding)

Al termine del corso, lo studente avrà acquisito competenze specialistiche nel campo del controllo delle performance di consumer e trade marketing. In particolare gli studenti svilupperanno conoscenze avanzate su:

- Il conto economico della filiera;
- La scomposizione delle quote di mercato;
- la correlazione tra indicatori di sell in e di sell out;
- l'analisi dei costi di trade marketing;
- i kpi del category management;
- i centri di costo dei retailers;
- la contabilità di cliente canale;
- le performance della comunicazione;
- i kpi della promo;
- i kpi del pricing
- la sfida econometrica

Tali risultati in termini di conoscenze e capacità di comprensione saranno conseguiti mediante l'impiego combinato di lezioni frontali e di simulazioni.

b. Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding)

Lo studente possiederà le conoscenze necessarie per selezionare ed applicare gli strumenti metodologici e di analisi più appropriati, adattandoli ai diversi contesti di riferimento. Più in particolare al termine del corso gli studenti avranno una visione completa delle problematiche di misurazione delle performance e saranno in grado di sviluppare competenze avanzate di comprensione applicata, di abilità analitica e di problem solving con particolare riferimento al tema del controllo delle performance nei canali distributivi. La capacità di applicazione delle conoscenze acquisite



potrà avvenire attraverso la riflessione critica sui testi proposti per lo studio individuale, ma anche attraverso l'approfondimento di specifici casi di studio e lo svolgimento di lavori di gruppo

c. Autonomia di giudizio (making judgements)

Al termine del corso lo studente sarà in grado di utilizzare gli strumenti analitici acquisiti in materia di analisi ed interpretazione al fine di sviluppare e sostenere la propria autonomia di giudizio. Questa si esprimerà attraverso la capacità di sviluppare un processo individuale di riflessione sui dati raccolti e di articolare una elaborazione/interpretazione degli stessi in termini sia qualitativi che quantitativi. Gli studenti saranno quindi messi nelle condizioni di assumere decisioni strategiche e di individuare soluzioni operative, anche in condizioni di incertezza, rispetto alle diverse problematiche di controllo delle performance. L'obiettivo dell'autonomia di giudizio verrà perseguito attraverso l'impiego combinato di diversi strumenti didattici, come la realizzazione di simulazioni e la loro presentazione/discussione in aula.

d. Abilità comunicative (communication skills)

Durante il corso gli studenti potranno acquisire adeguate capacità di comunicazione. In particolare verrà richiesto agli studenti di trasferire chiaramente, in modo sintetico, puntuale e coerente, ad interlocutori diversi (sia accademici che aziendali),

informazioni e concetti (anche complessi) relativi a problematiche specifiche di controllo delle performance. Al termine dei lavori di gruppo gli studenti sapranno trasferire informazioni in modo chiaro e senza ambiguità ai vertici così come alla base aziendale, agli stakeholders e ad un pubblico di "non specialisti".

e. Capacità di apprendimento (learning skills)

Al termine del corso gli studenti avranno maturato la capacità di ampliare, aggiornare ed approfondire il livello e la varietà delle conoscenze acquisite in aula e studiando sui libri di testo. Più in particolare lo sviluppo di tali abilità porterà gli studenti ad adottare un approccio di costante curiosità intellettuale e di continuo aggiornamento (anche in modo autonomo) delle informazioni e dei dati utili per affrontare le problematiche del controllo delle performance in uno scenario di continua evoluzione. Questa capacità di auto-apprendimento verrà consolidata durante i momenti di studio individuale e collettivo finalizzati sia alla preparazione delle lezioni che alla preparazione della prova finale.

3) Modalità di verifica dell'apprendimento

La verifica dell'apprendimento avviene attraverso una prova finale in forma scritta.

4) Testi di riferimento

PELLEGRINI D., 2010 "Channel Metrics", Milano, Egea (tutti i capitoli).



MARKETING INTEGRATO – MODULO CONSUMER BEHAVIOUR ANALYSIS
INTEGRATED MARKETING – MODULE CONSUMER BEHAVIOUR ANALYSIS

Docente: Prof.ssa Beatrice LUCERI

SSD: SECS-P/08; CFU 6

Corsi di studio: Trade Marketing e Strategie Commerciali

Obiettivi

Il corso illustra la progettazione e l'organizzazione delle ricerche di marketing con l'obiettivo di supportare efficacemente il processo decisionale aziendale.

L'analisi si focalizza, in via preliminare, sui fattori che influenzano il comportamento del consumatore; successivamente, approfondisce gli aspetti scientifici ed operativi del processo di ricerca: disegno del progetto di ricerca, modalità di acquisizione dei dati, strumenti di misurazione, tecniche di analisi e presentazione dei risultati.

Agli studenti si intendono trasferire sia le conoscenze necessarie per individuare la tipologia di ricerca ottimale rispetto alle esigenze conoscitive e i vincoli di budget dell'impresa, sia le competenze richieste per condurre la ricerca sul campo.

Programma

Le ricerche di marketing: soggetti, processi, tipologie
Processi decisionali e comportamento del consumatore
Le ricerche non standard
Osservazione partecipante
Intervista discorsiva
Focus Group
Analisi dei documenti
Le ricerche standard
Intervista strutturata
Esperimento
Osservazione strutturata
Analisi dei dati

Libri di testo

Mario Cardano, La ricerca qualitativa, 2011, Il Mulino

A. de Lillo - L. Arosio - S. Sarti - M. Terraneo - S. Zoboli, Metodi e tecniche della ricerca sociale. Manuale d'uso per l'indagine quantitativa, 2010, Pearson. Capitoli 1-3-4-5

Materiali integrativi messi a disposizione dal docente in due tranches presso il Servizio Fotocopie del Dipartimento. La parte relativa ai principi di base e alla ricerca qualitativa sarà disponibile a partire dal 2-3 ottobre 2012.



Leggere i seguenti articoli:

a) Giovedì 4 ottobre: Subcultures of consumption: An ethnography of the new bikers, JW Schouten, JH McAlexander - Journal of Consumer Research , Vol. 22, No. 1, Jun., 1995

Scaricabile dalle postazioni PC di CSIBE (Biblioteca di Economia) all'indirizzo:
<http://www.jstor.org/stable/10.2307/2489699>

(to be continued)

Testimonianze aziendali

4 Ottobre, ore 9-11: Dott. Paolo Melegari, Barilla

10 ottobre, ore 11-13: Dott.ssa Isa Leone, Glaxo

17 ottobre, ore 11-13: Dott. Gabriele Ria, Henkel

L'esame è in forma scritta.

La modalità di esame è differenziata per gli studenti frequentanti (frequenza a tutte le testimonianze aziendali). Tale modalità verrà comunicata in occasione della prima lezione.



MARKETING INTERNAZIONALE
INTERNATIONAL MARKETING

Docente: Prof.ssa Beatrice LUCERI

SSD: SECS-P/08; CFU: 9

Corsi di studio: CLAM

Obiettivi

Il corso si propone di evidenziare i mutamenti recentemente avvenuti e quelli in atto nello scenario competitivo internazionale, mettendo in luce i riflessi sulle diverse realtà nazionali e regionali.

Si sottolinea la crescente necessità per le imprese di sviluppare efficaci strategie di marketing nel contesto globale: il che è vero tanto per le grandi che operano già su scala mondiale, quanto per le medie e piccole che occupano nicchie geografiche.

A livello concettuale si vorrà trasmettere l'importanza e la ricchezza delle differenze culturali, sociali ed economiche nonché le opportunità che ne derivano. A livello operativo si daranno gli strumenti per valutare il mercato globale e operarvi in chiave di marketing.

Programma

Obiettivi e sfide del marketing internazionale

Il dinamico ambiente del commercio internazionale

La cultura dei popoli e il suo ruolo nelle scelte di marketing internazionale

Cultura, stili gestionali e sistemi di business

Lo scenario politico e legislativo

La ricerca di marketing nei mercati esteri

Mercato globale, mercati regionali e aree di integrazione economica

I mercati emergenti

Le scelte di marketing per il mercato globale

La pianificazione e l'organizzazione delle attività di marketing

Prodotti e servizi per i consumatori

Prodotti e servizi per le imprese

I canali del marketing internazionale

La comunicazione integrata di marketing

La gestione delle vendite nei mercati mondiali

Il pricing nei mercati internazionali

La negoziazione interculturale

Libri di testo

Cateora Philip R., Graham John L., Marketing internazionale. Imprese italiane e mercati mondiali 2008, Hoepli



MARKETING OPERATIVO
OPERATIONAL MARKETING

Docente: Prof. Guido CRISTINI

SSD: SECS-P/08; CFU: 9

Corsi di studio: CLAM

Obiettivi

Da alcuni anni nei Paesi più avanzati, le imprese affrontano una crisi le cui determinanti sono per lo più da ricondurre ad inconfutabili e radicate condizioni di eccesso di offerta. In tale contesto, le aziende che hanno optato per lo sviluppo di sistemi di market-driven management si sono dimostrate, più di altre, in grado di affermare proposte di successo, di conseguire flussi economici remunerativi e di generare risorse finanziarie adeguate in ragione della loro capacità di ascoltare il mercato e, di conseguenza, di conformare l'offerta ad esso indirizzata.

In questa cornice concettuale, il Corso in oggetto intende fornire allo studente un quadro completo dei modelli e delle prassi di marketing utilizzate dalle imprese al fine di creare e difendere valore nel contesto di mercati business to consumer.

In particolare, il Corso, attivato nel secondo semestre, si articola in due distinte parti.

Nella prima vengono analizzate ed approfondite le principali leve di marketing operativo manovrate dalle imprese, alla luce del posizionamento competitivo scelto e delle opzioni di natura strategica perseguite (oggetto del Corso di Marketing strategico attivato nel 1° semestre).

La seconda parte del corso è, invece, incentrata sulle politiche di marketing operativo poste in essere dalle imprese che operano nel settore dei servizi e che, per loro natura, risultano essere al centro dei processi di relazione con il cliente finale. In tale ambito, lo studente potrà approfondire gli strumenti adottati dalle imprese di servizi volti ad accrescere il grado di soddisfazione del cliente, condizione necessaria per la costituzione di un circolo virtuoso che favorisce l'affermazione di crescenti dimensioni fiduciarie nei confronti dello stesso offerente.

Durante il Corso gli studenti frequentanti potranno partecipare alla discussione di alcuni casi aziendali di successo, nonché approfondire la modellistica mediante il confronto diretto con manager operanti in imprese leader sia nell'ambito manifatturiero che in quello dei servizi.

Contenuti delle lezioni- I PARTE- Le leve del marketing operativo

Marketing operativo: relazione con il marketing strategico, obiettivi e leve attivate

La gestione della marca : determinanti, funzioni, sistemi di misurazione del valore

La marca nel contesto del largo consumo: politiche di branding di industria e distribuzione

Le decisioni relative al lancio di nuovi prodotti

Le decisioni di prezzo

Le decisioni inerenti la comunicazione di marketing

Contenuti delle lezioni- II PARTE- Il marketing nei servizi

Introduzione ai servizi

Differenze fondamentali tra beni e servizi



Tratti generali del settore dei servizi
Il processo decisionale del consumatore
Il processo di erogazione del servizio
La determinazione dei prezzi nei servizi
Lo sviluppo del mix di comunicazione nei servizi
La gestione della parte tangibile dell'impresa
La gestione del personale dei servizi
La gestione dei consumatori
La definizione e la misurazione della soddisfazione del consumatore
La definizione e la misurazione della qualità del servizio

Testi adottati

LAMBIN J.J.(2012), MARKET-DRIVEN MARKETING, (Sesta edizione),MC GRAW-HILL, MILANO PAG.299-358,385-472
HOFFMAN K.D, BATESON J.E.G., IASEVOLI G.(2007), MARKETING DEI SERVIZI, APOGEO, MILANO PAG. 3-93,125-251,273-320

Copia dei lucidi presentati a lezione saranno scaricabili dalla home page del docente.



MARKETING RELAZIONALE – MODULO SOCIAL MEDIA MARKETING
RELATIONSHIP MARKETING – MODULE SOCIAL MEDIA MARKETING

Docente: Prof.ssa Francesca NEGRI

SSD: SECS-P/08; CFU: 5

Corsi di studio: Trade Marketing e Strategie Commerciali

Obiettivi

Il Modulo di Social Media Marketing costituisce, insieme al Modulo di Database e Internet Marketing insegnato in lingua inglese dalla Prof.ssa Ziliani nel primo periodo, un percorso di conoscenza delle nuove frontiere del marketing digitale, e si concentra sulle opportunità e le criticità rappresentate dai Social Network.

Il corso illustra i fondamenti del Social Media Marketing, con l'obiettivo di supportare efficacemente il processo decisionale aziendale, partendo dalle decisioni strategiche per arrivare alle conseguenti declinazioni operative. Gli ambiti di applicazione saranno in via principale del settore retail.

Agli Studenti si intendono trasferire le conoscenze di base per progettare una strategia di Social Media Marketing, ma soprattutto la capacità di valutare in maniera critica e proattiva i diversi contesti e gli strumenti digitali a disposizione. Le lezioni di questo modulo si terranno in italiano. Durante le lezioni sono previste testimonianze aziendali e la partecipazione a Convegni.

Programma

Web 2.0

I Social network

Social Shopping

Strumenti di Social Media Marketing

Strumenti di ricerca per i Social Network

Peer to peer marketing

Reputazione e Crisis Management

Neuromarketing e Social Network

L'esame sarà in forma scritta, e il programma è differenziato per gli studenti frequentanti. Programmi, modalità d'esame e contenuti verranno comunicati in occasione della prima lezione, e saranno reperibili nel file "Presentazione corso" caricato nel "Materiale didattico da scaricare".

Modalità di esame

L'esame sarà in forma scritta, e il programma è differenziato per gli studenti frequentanti. Programmi, modalità d'esame e contenuti verranno comunicati in occasione della prima lezione, e saranno reperibili nel file "Presentazione corso" caricato nel "Materiale didattico da scaricare".



Libri di testo e letture obbligatorie (studenti non frequentanti)

- Massarotto M., 2011, Social Network, Apogeo.
- Lettura 1: Kozinets R.V., "The Field Behind the Screen: Using Netnography For Marketing Research in Online Communities", reperibile al link: http://kozinets.net/__oneclick_uploads/2009/07/field_behind_round4.pdf
- Lettura 2: McKinsey Quarterly, "Demystifying social media", disponibile al link: http://www.mckinseyquarterly.com/Demystifying_social_media_2958

Per gli Studenti frequentanti il programma è costituito dagli appunti presi durante tutte le attività svolte in aula (lezioni frontali, testimonianze, relazioni dei convegni, lavori di gruppo). I materiali integrativi a supporto degli Studenti frequentanti saranno messi a disposizione dal docente presso il Servizio Fotocopie del Dipartimento a partire dal 30 novembre.

Gli Studenti non frequentanti non necessitano di recuperare questi materiali, e baseranno la propria preparazione sui 3 riferimenti sopra elencati.

Letture consigliate/testi per le tesi:

- Anderson C., 2010, La coda lunga, Codice Edizioni
Prandelli E., Verona G., 2011, Vantaggio competitivo in rete, McGraw Hill
Qualman E., 2011, Socialnomics, Hoepli
Riva G., 2010, I social network, il Mulino
Anderson E., 2010, Social Media Marketing, Springer
McKinsey Global Institute, 2012, The Social Economy: Unlocking value and productivity through social technologies
Lugli G., 2012, Troppa scelta, Apogeo
Secinaro S., 2012, L'economia delle aziende di social shopping, Giuffrè
Lovink G., 2012, Ossessioni collettive, Egea
Mettitieri F., 2009, Il grande inganno del Web 2.0, Editori Laterza
Kozinets R.V., 2010, Netnography, SAGE
Masum H., Tovey M., (edited by), 2011, The Reputation Society, The MIT Press
Harvard Business Essentials (edited by), 2004, Crisis Management, Harvard Business Press
Li C., Bernoff J., 2008, L'onda anomala, Etas
Weinschenk S.M., 2010, Neuro Web Design, Apogeo



MARKETING RELAZIONALE – MODULO DATABASE E INTERNET MARKETING
RELATIONSHIP MARKETING – MODULE DATABASE AND INTERNET MARKETING

Docente: Prof.ssa Cristina ZILIANI

SSD: SECS-P/08; CFU: 5

Corsi di studio: Trade Marketing e Strategie Commerciali

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il Modulo di Database e Internet Marketing costituisce, insieme al Modulo di Social Media Marketing, insegnato dalla Prof.ssa Negri, un percorso di conoscenza delle nuove frontiere del marketing digitale e personalizzato, denominato Marketing Relazionale.

Nell'anno accademico 2012-2013 il Modulo di Database e Internet Marketing, tenuto dalla Prof.ssa Ziliani, farà parte di una sperimentazione: le lezioni saranno tenute in lingua inglese, così come la metodologia di lavoro sarà ricca di letture (assignments) da sviluppare a casa/in gruppo e poi presentate e discusse in aula, sempre in inglese, dagli allievi. Un modo per avvicinare gli studenti alla realtà del lavoro/studio in contesti internazionali e interculturali.

Ovviamente, per gli studenti che non conoscono l'inglese, o non si sentono in grado di sostenere in inglese l'esame, sarà possibile prepararsi su materiale in italiano e sostenere l'esame in italiano, anche se si invita a cogliere l'occasione del corso per mettere alla prova le proprie capacità e migliorare. Durante la prima lezione del corso, il 19 settembre ore 9-11, saranno illustrate dettagliatamente le modalità d'esame. Gli studenti parteciperanno anche all'organizzazione del Convegno "Il Futuro del Micromarketing" cui assisteranno, come parte integrante del corso, venerdì 26 ottobre.

Programma

L'evoluzione del marketing: paradigmi di marketing management, relazionale e social mobile marketing

L'information revolution, le ICT e il ruolo dei dati nella creazione di valore.

La fedeltà della clientela, i programmi fedeltà per la raccolta di dati sui clienti.

La costruzione di database clienti e l'analisi della clientela.

La creazione di attività di marketing mirato: piano di sviluppo e analisi dei risultati.

Aspetti controversi del digital marketing: privacy e identità in rete.

Libri di testo

Per gli studenti frequentanti il programma è costituito dagli appunti presi durante tutte le attività svolte in aula (lezioni frontali, testimonianze, relazioni del convegno del 26 ottobre, lavori e discussioni di gruppo) PIU' le letture contenute nella dispensa denominata "Materiali didattici" disponibile presso l'Ufficio Fotocopie.

Come supporto, i frequentanti hanno a disposizione anche i lucidi utilizzati dal docente, contenuti in un'apposita dispensa denominata "Lucidi" disponibile presso l'Ufficio Fotocopie.

Tutto il materiale del corso, come illustrato nel programma, è in inglese. All'esame, i frequentanti possono rispondere alle domande della prova (che è scritta) in inglese o in italiano, a propria scelta.

Gli studenti non frequentanti possono sostenere l'esame (che è scritto) in inglese o in italiano. Per prepararlo, però, i materiali sono diversi.



DIPARTIMENTO DI ECONOMIA

Programmi degli insegnamenti attivati
Anno Accademico 2012-2013

Il programma in inglese per non frequentanti consiste nelle letture contenute nella dispensa denominata "Materiali didattici" disponibile presso l'Ufficio Fotocopie. NON devono essere utilizzati i lucidi.

Il programma in italiano per non frequentanti è il seguente:

C. Ziliani, E-marketing, McGraw-Hill, 2001, Capitoli 1,2,3,4,5,6,7,9 PIU':

C. Ziliani, Loyalty marketing, EGEA, 2008, Capitoli 2 e 3.

Si fa notare che i capitoli sono cambiati rispetto al programma dello scorso anno.



MARKETING SOCIALE – MODULO LE LEVE DEL MARKETING PER IL CONTROLLO DELLE DIPENDENZE
SOCIAL MARKETING – MODULE MARKETING LEVERS FOR CHECKING DEPENDENCE

Docente: Dott.ssa Tania VERGURA

SSD: SECS-P/08; CFU: 4

Corsi di studio: Libero Trade Marketing e Strategie Commerciali

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso illustra i contesti concettuali, l'etica e la pratica relativi al marketing sociale. Viene esaminato il modo in cui le tecniche di marketing possono essere applicate in modo efficace alle iniziative di interesse sociale svolte dai soggetti pubblici o dalle organizzazioni non-profit, con un focus sulle campagne di comunicazione sociale per il controllo delle dipendenze.

Gli studenti avranno una visione dei principi fondamentali del marketing sociale, nonchè dello sviluppo delle campagne di comunicazione volte a promuovere stili di vita salutari.

Programma

Definizione di marketing sociale

Obiettivi del marketing sociale

Gli attori

Il prodotto sociale

La manovra delle leve del marketing mix

La comunicazione sociale

Modalità e strumenti della comunicazione sociale

Il marketing sociale a sostegno del controllo delle dipendenze

Casi di studio: presentazione e discussione di esperienze di marketing sociale.

Libri di testo

Il materiale di studio sarà indicato agli studenti all'inizio del corso



MARKETING SOCIALE – MODULO NEUROSCIENZE E COMPORTAMENTO DI CONSUMO
SOCIAL MARKETING – MODULE NEUROSCIENCES AND CONSUMER BEHAVIOUR

Docente: Dott. Fabrizio FASANO

SSD: SECS-P/08; CFU: 4

Corsi di studio: Libero Trade Marketing e Strategie Commerciali

Introduzione

Le Neuroscienze

Le sorprese delle Neuroscienze, La percezione, Cenni di fisiologia del sistema nervoso
I meccanismi impliciti, L'Emozione

Il Neuromarketing

Neuroeconomia, ragioni e critiche, Valore strategico, Diffusione del neuromarketing

Le Tecniche

Lettura strategica, fMRI, Lettura Espressioni facciali, Eye Traker, EEG, PET, Biofeedbacks

Il Desing

Correlati neurali di Estetica e Sistema Motorio, Affettività ed esperienza d'uso, Case reports e tecniche (domotica, fMRI)

La Comunicazione

Testimonianza: Matteo Rizzato (Io sono il tuo specchio), Correlati neurali e tecniche ISC, Marketing sociale, Case reports e tecniche (pubblicità, EEG)

AgroFood

Testimonianza: Paul Smeets (Gut-Brain Interaction), Correlati neurali dell'interazione visceri-cervello, Interessi sociali, la piattaforma AgroFood, la comunità europea, Case reports e tecniche (Wageningen Restaurant of the Future)

Laboratorio (fMRI)

Estratti da testi:

Eric R Kandel: Principi di Neuroscienze.

Tutti i paragrafi del CAPITOLO 1, tranne il paragrafo "Le funzioni cerebrali cognitive sono localizzate a livello della corteccia cerebrale" che è solo da leggere. L'introduzione del capitolo 17, compresa Figura 17.1



MARKETING STRATEGICO
STRATEGIC MARKETING

Docente: Prof.ssa Maria Grazia CARDINALI

SSD: SECS-P/08; CFU: 9

Corsi di studio: L18

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il Corso si propone di illustrare l'evoluzione del ruolo della funzione di marketing nei processi di formulazione delle strategie aziendali alla luce dei profondi cambiamenti intercorsi nell'ambiente competitivo. In questo quadro, si intende offrire agli studenti una visione integrata dell'intero processo di marketing management, dallo studio dei principali modelli di analisi del mercato alla formulazione e implementazione di un coerente piano di marketing strategico.

Il Corso è idealmente strutturato in tre parti. Nella prima parte verranno illustrate le complesse relazioni in essere tra l'impresa e l'ambiente esterno; in particolare, si intende analizzare l'impatto dei principali cambiamenti dell'ambiente (macro e micro) sull'approccio di marketing delle imprese. Nella seconda parte, si descrivono i concetti e i modelli di analisi del marketing strategico predisposti al fine della scelta di un efficace posizionamento competitivo. Infine, la terza parte del corso è dedicata all'illustrazione del ruolo strategico rivestito dai processi di innovazione e di sviluppo dei nuovi prodotti ai fini della creazione e del mantenimento di un vantaggio competitivo stabile e duraturo.

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.

Libri di testo

Studenti frequentanti

- J. J. Lambin, Marketing Strategico e Operativo. Market-driven management, Mc Graw-Hill, Milano, sesta edizione – 2012 (cap.3-4-5-6-7-9-10-19).
- Dispense a cura del docente (Marketing strategico e Strategia di sviluppo dei nuovi prodotti), disponibili presso l'ufficio fotocopie.

Studenti non frequentanti

- J. J. Lambin, Marketing Strategico e Operativo. Market-driven management, Mc Graw-Hill, Milano, sesta edizione – 2012 (cap.1-2-3-4-5-6-7-8-9-10-11-12-13-14-19).
- K.T.Ulrich, S.D. Eppinger, R.Filippini, Progettazione e sviluppo prodotto, Mc Graw Hill, Milano, seconda edizione – 2007 (cap.1-2-3-4-5-6-7-8-9-10-11-12-13-14)

Marketing strategico CFU:5

Studenti frequentanti

- Dispense a cura del docente (Marketing strategico e Strategia di sviluppo dei nuovi prodotti), disponibili presso l'ufficio fotocopie.



Studenti non frequentanti

- J. J. Lambin, Marketing Strategico e Operativo. Market-driven management, Mc Graw-Hill, Milano, sesta edizione - 2012 (cap.1-2-3-4-5-6-7-8-9-10-11-12-13-14-19).



MATEMATICA FINANZIARIA CLEA-CLAM
FINANCIAL MATHEMATICS

Docente Prof. Gino FAVERO

SSD: SECS-S/06; CFU: 6

Corsi di studio: CLEA-CLAM

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Scopo principale del corso è la presentazione di modelli e metodi quantitativi elementari per la valutazione di:

- strumenti finanziari e creditizi;
- flussi futuri (originati da titoli finanziari, investimenti produttivi, operazioni delle imprese, ecc.);
- struttura dei rendimenti e prezzi correnti dei titoli a reddito fisso;
- gestione degli investimenti in presenza di rischio finanziario.

Per il superamento dell'esame lo studente dev'essere in grado di eseguire le elementari valutazioni quantitative degli strumenti finanziari e creditizi, confrontare i prezzi di mercato dei titoli obbligazionari, delineare un problema di valutazione o scelta finanziaria, identificare e valutare i rischi finanziari più elementari.

Contenuti del corso

- Capitalizzazione (montante), attualizzazione (valore attuale). Valutazione di rendite.
- Prezzo e rendimento dei titoli obbligazionari. Struttura per scadenze dei tassi d'interesse (tassi *spot* e tassi *forward*). Il principio di non arbitraggio. *Duration*.
- Contratti di prestito (ammortamento).
- Valutazioni finanziarie. Valore Attuale Netto, Tasso Interno di Rendimento. Valore Attuale Netto e *Economic Value Added*.
- Rischio finanziario. Immunizzazione. Schema binomiale (quest'ultimo argomento sarà incluso in programma dall'a.a. 2011/2012).

Nella sezione Materiali didattici è disponibile il programma dettagliato del corso dell'A.A. 2010/2011. Il programma dettagliato dell'A.A. 2011/2012 sarà pubblicato nella stessa sezione al termine delle lezioni.

Informazioni utili sul corso sono disponibili nella sezione Materiali didattici.

Libri di testo

Dall'a.a. 2012/13, il libro di testo adottato è

M. D'Amico, E. Luciano, L. Peccati, Calcolo finanziario. Temi di base e temi moderni, Egea, Milano, 2011.



Fino all'a.a. 2011/12 (cioè, per l'appello d'esame di settembre 2012 e l'appello straordinario di ottobre 2012):

G. Castellani, M. De Felice, F. Moriconi, *Manuale di finanza. Vol. 1 - Tassi d'interesse. Mutui e obbligazioni*, il Mulino, Bologna, 2005

Oppure

E. Castagnoli, L. Peccati, *Matematica in azienda. Vol. 1 - Calcolo finanziario con applicazioni*, Egea, Milano, 2010 (4a edizione).

I due testi sono in alternativa uno all'altro. Lo studente può liberamente scegliere quale dei due consultare.

Chi possedesse già uno di questi due libri, ma dovesse ancora sostenere l'esame, può comunque usarli, curando di essere particolarmente scrupoloso nella preparazione.

I lucidi dell'a.a. 2011/12 sono disponibili nella sezione Materiali didattici e presso l'Ufficio Fotocopie del Dipartimento.

La traccia dei lucidi dell'a.a. 2012/13 sarà disponibile a breve tra i Materiali didattici e presso l'Ufficio Fotocopie.

NB: altre copisterie o librerie non sono state autorizzate alla distribuzione di materiale didattico aggiuntivo rispetto al libro di testo. Non mi assumo la responsabilità di quanto contenuto nelle dispense o altre fotocopie distribuite da centri diversi dall'Ufficio Fotocopie del Dipartimento di Economia.



MATEMATICA FINANZIARIA CLEF-CLEM
FINANCIAL MATHEMATICS

Docente: Prof.ssa Annamaria OLIVIERI

SSD: SECS-S/06; CFU: 6

Corsi di studio: CLEM-CLEF

Obiettivi formativi

Scopo principale del corso è la presentazione di modelli e metodi quantitativi elementari per la valutazione di:

- strumenti finanziari e creditizi;
- flussi futuri (originati da titoli finanziari, investimenti produttivi, operazioni delle imprese, ecc.);
- struttura dei rendimenti e prezzi correnti dei titoli a reddito fisso;
- gestione degli investimenti in presenza di rischio finanziario.

Per il superamento dell'esame lo studente deve essere in grado di eseguire le elementari valutazioni quantitative degli strumenti finanziari e creditizi, confrontare i prezzi di mercato dei titoli obbligazionari, delineare un problema di valutazione o scelta finanziaria, identificare e valutare i rischi finanziari più elementari.

Contenuti

- Capitalizzazione (montante), attualizzazione (valore attuale). Valutazione di rendite.
- Prezzo e rendimento dei titoli obbligazionari. Struttura per scadenza dei tassi d'interesse (tassi spot e tassi forward). Il principio di non arbitraggio. Duration.
- Contratti di prestito (ammortamento).
- Valutazioni finanziarie. Valore Attuale Netto, Tasso Interno di Rendimento. Valore Attuale Netto e Economic Value Added.
- Rischio finanziario. Immunizzazione. Rischi: rappresentazione e gestione.

Nella sezione Materiali didattici è disponibile il programma dettagliato del corso dell'a.a. 2011/2012. Il programma dettagliato dell'a.a. 2012/2013 sarà pubblicato nella stessa sezione al termine delle lezioni.

Informazioni utili sul corso sono disponibili nella sezione Materiali didattici.

Libri di testo

M. D'Amico, E. Luciano, L. Peccati, *Calcolo finanziario. Temi di base e temi moderni*, Egea, Milano, 2011.

La traccia delle slide dell'a.a. 2012/2013 sarà disponibile a breve tra i Materiali didattici e presso l'Ufficio Fotocopie del Dipartimento di Economia.

NB: altre copisterie o librerie non sono state da me autorizzate alla distribuzione di materiale didattico aggiuntivo rispetto al libro di testo. Non mi assumo la responsabilità di quanto contenuto nelle dispense o altre fotocopie distribuite da centri diversi dall'Ufficio Fotocopie del Dipartimento di Economia.



MATEMATICA GENERALE A-D
CALCULUS A-D

Docente: Prof.ssa Simona SANFELICI

SSD: SECS-S/06; CFU: 9

Corsi di studio: L18

Obiettivi

Il corso intende fornire le conoscenze matematiche di base che consentono di formulare in termini quantitativi i problemi economico-aziendali e di utilizzare adeguatamente gli strumenti di calcolo elementari più opportuni per la loro analisi.

Al termine del corso lo studente avrà acquisito gli strumenti quantitativi necessari per delineare la struttura di un problema economico-aziendale e sarà in grado di leggere ed interpretare, con linguaggio appropriato, un grafico, una tabella o altre informazioni di natura quantitativa. Sarà inoltre in grado di costruire un modello matematico (almeno nei casi più semplici) utile per la risoluzione di problemi micro e macro-economici.

Contenuti

- Funzioni e modelli lineari.
- Sistemi di equazioni lineari e matrici. Algebra matriciale e applicazioni.
- Modelli non lineari.
- La derivata. Tecniche di differenziazione. Applicazioni della derivata.
- L'integrale. Tecniche di calcolo e applicazioni.
- Funzioni in più variabili.

Il programma dettagliato del corso sarà disponibile nel materiale didattico on line.

Modalità d'esame:

Prova scritta.

Libri di testo

S. Waner, S.R. Costenoble, Strumenti quantitativi per la gestione aziendale, Apogeo, Milano, 2006.



MATEMATICA GENERALE E-N
CALCULUS E-N

Docente: Prof.ssa Marzia DE DONNO

SSD: SECS-S/06; CFU: 9

Corsi di studio: L18

Obiettivi

Il corso intende fornire le conoscenze matematiche di base che consentono di formulare in termini quantitativi i problemi economico-aziendali e di utilizzare adeguatamente gli strumenti di calcolo elementari più opportuni per la loro analisi.

Al termine del corso lo studente avrà acquisito gli strumenti quantitativi necessari per delineare la struttura di un problema economico-aziendale e sarà in grado di leggere ed interpretare, con linguaggio appropriato, un grafico, una tabella o altre informazioni di natura quantitativa. Sarà inoltre in grado di costruire un modello matematico (almeno nei casi più semplici) utile per la risoluzione di problemi micro e macro-economici.

Contenuti

- Funzioni e modelli lineari.
- Sistemi di equazioni lineari e matrici. Algebra matriciale e applicazioni.
- Modelli non lineari.
- La derivata. Tecniche di differenziazione. Applicazioni della derivata.
- L'integrale. Tecniche di calcolo e applicazioni.
- Funzioni in più variabili.

Il programma dettagliato del corso è disponibile nel materiale didattico online.

Modalità d'esame:

Prova scritta.

I temi d'esame degli anni passati sono disponibili sulle pagine web delle prof.sse Paola Modesti e Simona Sanfelici

Libri di testo

S. Waner, S.R. Costenoble, Strumenti quantitativi per la gestione aziendale, Apogeo, Milano, 2006.



MATEMATICA GENERALE O-Z
CALCULUS O-Z

Docente: Prof.ssa Paola MODESTI

SSD: SECS-S06; CFU: 9

Corsi di studio: L18

Obiettivi

Il corso intende fornire le conoscenze matematiche di base che consentono di formulare in termini quantitativi i problemi economico-aziendali e di utilizzare adeguatamente gli strumenti di calcolo elementari più opportuni per la loro analisi.

Al termine del corso lo studente avrà acquisito gli strumenti quantitativi necessari per delineare la struttura di un problema economico-aziendale e sarà in grado di leggere ed interpretare, con linguaggio appropriato, un grafico, una tabella o altre informazioni di natura quantitativa. Sarà inoltre in grado di costruire un modello matematico (almeno nei casi più semplici) utile per la risoluzione di problemi micro e macro-economici.

Contenuti

- Funzioni e modelli lineari.
- Sistemi di equazioni lineari e matrici. Algebra matriciale e applicazioni.
- Modelli non lineari.
- La derivata. Tecniche di differenziazione. Applicazioni della derivata.
- L'integrale. Tecniche di calcolo e applicazioni.
- Funzioni in più variabili.

Il programma dettagliato del corso è disponibile nel materiale didattico online.

Modalità d'esame:

Prova scritta.

Libri di testo

S. Waner, S.R. Costenoble, Strumenti quantitativi per la gestione aziendale, Apogeo, Milano, 2006.



MERCATI FINANZIARI DELLE COMMODITY AGRICOLE
AGRICULTURAL COMMODITIES DERIVATIVES MARKETS

Docente: Prof. Marco ZUPPIROLI

SSD: AGR/01 - CFU: 8

Corsi di studio: Libero Finanza e Risk Management

Obiettivi

I contratti futures consentono di interpretare al meglio i meccanismi che regolano la formazione dei prezzi dei prodotti agricoli e delle materie prime in generale. Infatti nei sistemi agro-alimentari dei paesi sviluppati i derivati finanziari, che hanno come sottostante prodotti agricoli, hanno molto accresciuto la loro importanza sui prezzi alimentari; inoltre la loro influenza è diventata rilevante anche in termini di sicurezza alimentare su scala globale.

L'attenzione del corso è concentrata sulla dimensione e sulle caratteristiche dei Commodity Exchange con particolare riferimento ai meccanismi contrattuali ed al loro funzionamento.

I mercati futures svolgono diverse funzioni: forniscono gli strumenti contrattuali per trasferire il rischio di prezzo, attraverso un mercato liquido e trasparente facilitano la individuazione del prezzo, rappresentano un asset per categorie di investitori che, tradizionalmente, non avevano mai manifestato interesse per il mercato delle materie prime.

Il corso è articolato intorno a cinque tematiche fondamentali:

- 1 – Analisi fondamentale dei mercati delle commodity agricole
- 2 – Origine del mercato dei futures e delle opzioni
- 3 - Meccanismi di regolazione dei Commodity Exchange
- 4 – Speculatori e analisi tecnica
- 5 – Rischio di prezzo e rischio della basis
- 6 – Valenza e tecnica dell'hedging

Modalità di esame

L'accertamento della preparazione degli studenti avviene con una prova scritta articolata in domande aperte.

Libri di testo

- Materiale didattico per il corso di Mercati Finanziari delle Commodity Agricole, Università degli Studi di Parma, Parma, 2012.
- C.A. Carter : Futures and Options Markets. An Introduction, Waveland Press Inc., Long Grove, Illinois, 2007.
- S. Serra, M. Zuppiroli : Il mercato dei cereali, Edagricole – Edizioni agricole del Sole 24 ore, Milano, 2009.



METODI PROBABILISTICI PER IL MANAGEMENT
PROBABILISTIC METHODS FOR MANAGEMENT

Docente: Dott. Gianluca Morelli

SSD:SECS-S/06; CFU: 6

Corsi di studio: TRADE

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso si propone di presentare gli strumenti informatici di base per l'analisi dei dati statistici univariati e bivariati. Il fine principale del corso è quello di fornire allo studente una serie di tecniche di largo utilizzo aziendale che gli consentano di sviluppare, attraverso elaborazioni, autonomia nelle analisi dei dati aziendali e capacità di interpretazione dei risultati.

Per il raggiungimento di tale obiettivo saranno oggetto del corso le metodologie di sintesi di una variabile (distribuzioni di frequenze, medie, indici di variabilità), tecniche di campionamento, lo studio della correlazione tra due variabili quantitative e l'adattamento di una retta di regressione, gestione dei dati.

Ciascuna delle citate metodologie verrà mostrata attraverso la propria implementazione informatica, si mostreranno così le potenzialità di un foglio elettronico di larghissima diffusione aziendale e di un database, quali Microsoft Excel e Microsoft Access.

Testi di riferimento

M.Riani, Office XP e Winzip senza sforzo, Pitagora Bologna (Cap. 3 e da pag. 460 a 482)

M.Riani, F.Laurini, Modelli statistici per l'economia con applicazioni aziendali, Pitagora Bologna (Cap. 1 e 2). Per gli studenti del vecchio corso Metodi Quantitativi per il Marketing sono previsti anche i capitoli 3 (3.1-3.7) e 4 (4.1,4.2), parte che verrà accertata con integrazione orale.

Nella sezione materiali didattici, sono disponibili le slide e gli esercizi relativi alla parte informatica del corso.



METODI QUANTITATIVI PER I MERCATI FINANZIARI – MODULO 1
QUANTITATIVE METHODS FOR FINANCIAL MARKETS – MODULE 1

Docente: Prof. Giorgio GOZZI

SSD: SECS-S/03; CFU: 4

Corsi di studio: CLEF

Obiettivi

L'interazione fra statistica e finanza è un processo continuo: la soluzione dei problemi statistici è la condizione necessaria per valutare gli elementi di incertezza dei mercati. Il corso si propone di fornire gli strumenti di base più idonei per l'analisi di alcuni aspetti fondamentali del mercato monetario e finanziario. Una particolare attenzione verrà rivolta alle serie storiche di fenomeni finanziari: tassi di cambio, tassi di interesse, prezzi e rendimenti azionari, prezzi e rendimenti di strumenti derivati.

Programma

Teoria elementare di processi stocastici per serie stazionarie

1. Richiami di elementi di probabilità per vettori aleatori.
2. Trasformazione di variabili casuali univariate e multivariate.
3. Processi Gaussiani e processi White Noise.
4. Cenni ai processi non stazionari di tipo Random Walk

Evidenze empiriche delle serie storiche osservate

1. Caratteristiche empiriche delle serie storiche di rendimenti finanziari. Formule di aggregazioni di rendimenti multi-periodo.
2. La forma di distribuzione dei rendimenti. Test di simmetria, curtosi e normalità.
3. La dipendenza temporale (lineare e non lineare) dei rendimenti. Funzione di autocorrelazione e test di significatività associati.
4. Processi AutoRegressivi per serie stazionarie di rendimenti e di trasformate ad esse associate.

/

Cenni alle analisi dei trend dei prezzi di borsa e medie mobili

/

Nello svolgimento delle lezioni si farà ricorso all'utilizzo di Microsoft Excel e di Gretl. Gretl è l'acronimo di Gnu Regression, Econometrics and Time-series Library. È un pacchetto software per l'econometria che è facile da usare e sufficientemente potente. Gretl è distribuito come software gratuito che può essere scaricato da <http://gretl.sourceforge.net> e installato sul proprio personal computer

Modalità di accertamento

L'esame è in forma scritta. Non è prevista alcuna forma di esame orale e NON ci saranno eccezioni.

L'esame consiste in uno scritto diviso in due parti (una per il modulo del prof. Gozzi, una per il modulo della prof.ssa De Donno).



Ciascuna delle due parti si compone di due domande, delle quali una è un problema (simile a quelli visti in aula) e l'altra una domanda "aperta" di teoria.

Ciascuna delle due parti dello scritto sarà valutata in trentesimi; il voto finale sarà la media dei due voti (arrotondata per eccesso). Per superare lo scritto occorrerà riportare un voto maggiore o uguale a 10 in ciascuna delle due parti e una media maggiore o uguale a 18.

La durata complessiva della prova sarà di 90 minuti.

Sarà consentito l'uso della calcolatrice tascabile, ma non sarà consentito consultare alcun tipo di materiale. Per sostenere l'esame è necessario presentarsi con un documento d'identità (preferibilmente il libretto universitario).

Libri di testo

Dispensa su tutti gli argomenti del corso (disponibile presso l'ufficio fotocopie del Dipartimento) e materiale didattico integrativo reso disponibile durante il corso.

Libri di approfondimento

DE LUCA G., Metodi statistici per le decisioni finanziarie, A.A. 2011/2012, Università di Napoli Parthenope
(http://www.economia.uniparthenope.it/siti_docenti/SitoDocentiStandard/Visualizza_cartelle.asp)

GALLO G.M. e PACINI B., Metodi quantitativi per i mercati finanziari, Carrocci Editore, Firenze, 2008.

LAURINI F., Elementi di analisi delle serie storiche finanziarie, Dipartimento di Economia, Università di Parma, 2012.

PELAGATTI M.M., Statistica dei Mercati Monetari e Finanziari, Milano, 2009.
(http://www.statistica.unimib.it/utenti/p_matteo/lessons/SMMF/StatFin.pdf)

TSAY, R., Analysis of financial time series, Wiley, New York, 2002



METODI QUANTITATIVI PER I MERCATI FINANZIARI – MODULO 2
QUANTITATIVE METHODS FOR FINANCIAL MARKETS – MODULE 2

Docente: Prof.ssa Marzia DE DONNO

SSD: SECS-S/03; CFU: 5

Corsi di studio: CLEF

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso si propone di fornire le competenze e gli strumenti di base per la valutazione e la gestione di strumenti finanziari. Dopo un'esposizione dei concetti di base della Probabilità, saranno trattati:

lo state preference model, un elementare modello di mercato finanziario, che sarà usato per introdurre i concetti di titoli derivati e di valutazione per arbitraggio;

un'introduzione alla Teoria dell'utilità attesa;

il principio di selezione di portafogli di H. Markowitz.

Al termine del corso lo studente sarà in grado di riconoscere l'efficienza di un dato modello di mercato, di comprendere la rappresentazione della preferenza di un decisore razionale e di calcolare la capital market line e il portafogli ottimo in un mercato di cui siano noti rendimenti e (co)varianze dei titoli quotati.

Modalità di accertamento

L'esame è in forma scritta. Non è prevista alcuna forma di esame orale e NON ci saranno eccezioni.

L'esame consiste in uno scritto diviso in due parti (una per il modulo del prof. Gozzi, una per il modulo della prof.ssa De Donno).

Ciascuna delle due parti si compone di due domande, delle quali una è un problema (simile a quelli visti in aula) e l'altra una domanda "aperta" di teoria.

Ciascuna delle due parti dello scritto sarà valutata in trentesimi; il voto finale sarà la media dei due voti (arrotondata per eccesso). Per superare lo scritto occorrerà riportare un voto maggiore o uguale a 10 in ciascuna delle due parti e una media maggiore o uguale a 18.

La durata complessiva della prova sarà di 90 minuti.

Sarà consentito l'uso della calcolatrice tascabile, ma non sarà consentito consultare alcun tipo di materiale.

Per sostenere l'esame è necessario presentarsi con un documento d'identità (preferibilmente il libretto universitario).

Libri di testo

E. CASTAGNOLI, Brevissimo Abbecedario di Matematica Finanziaria, scaricabile dalla sezione "materiali didattici" o disponibile presso il Centro fotocopie del Dipartimento.

E. CASTAGNOLI, M. CIGOLA, L. PECCATI, Probability. A Brief Introduction, 2° edizione, Egea, 2009



METODOLOGIE E DETERMINAZIONI QUANTITATIVE D'AZIENDA
BUSINESS METHODOLOGIES AND CORPORATE QUANTITATIVE ANALYSIS QUANTITATIVE

Docente: Prof. Fabio SANDRINI

SSD: SECS-P/07; CFU: 9

Corsi di studio: CLEA

Obiettivi

Il corso introduce allo studio delle operazioni che modificano radicalmente il modo di essere di una azienda in connessione a nuovi indirizzi strategici assunti e/o a mutamenti negli assetti istituzionali e proprietari delle imprese. Si rendono così necessari interventi volti a modificare l'architettura economico – giuridica delle imprese o del gruppo di imprese.

Gli strumenti mediante i quali si raggiunge un nuovo corretto rapporto impresa-ambiente sono dette operazioni straordinarie.

Il corso approfondisce le molteplici tematiche relative a tali operazioni (fusione, scissione, conferimento, ecc.) con riferimento sia all'economia delle aziende coinvolte che a quella dei diversi soggetti in rapporti con l'impresa. In particolare dopo averne delineato gli aspetti strategici e valutativi, si esaminano, in profondità, gli aspetti contabili e fiscali delle stesse.

Contemporaneamente nell'ambito del calcolo economico sotteso alle decisioni di aderire a processi di riassetto strutturale (economico, giuridico e organizzativo), sono 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 delle business combinations
- Altre operazioni straordinarie
- Gli aspetti valutativi, contabili e fiscali
- Crescita d'impresa e operazioni straordinarie
- Crisi d'impresa e operazioni straordinarie

Modalità d'esame

Prova scritta. Maggiori informazioni saranno fornite durante il corso.

Testi d'esame

- SAVIOLI G., Le operazioni di gestione straordinaria, 3^a edizione Giuffrè Editore, Milano, 2008.
- Dispense sull'affitto d'azienda e altri materiali didattici saranno resi disponibili durante il corso.



Lecture consigliate

- ZANETTI E., Manuale delle operazioni straordinarie – Conferimenti d’azienda – fusioni – scissioni, Eutekne, 2009.
- CONFALONIERI M., Trasformazione, fusione, conferimento, scissione e liquidazione delle società, IISole24Ore, Milano, 2011



MICROECONOMICS A-Z

Docente: Prof. Augusto SCHIANCHI

SSD: SECS-P/01; CFU: 10

Corsi di studio: L18

Contenuti del corso e obiettivi formativi

L'insegnamento di Istituzioni di Economia politica I (insegnamento obbligatorio al primo anno dei corsi di laurea L-18) a decorrere dall'a.a. 2011-12, per gli studenti interessati, verrà impartito anche in lingua inglese e prenderà il nome di Microeconomics. Gli Studenti che sosterranno l'esame di Microeconomics (9 - CFU/ SECS PO1) avranno riconosciuta anche l'idoneità di Lingua inglese (3 CFU) prevista nel piano di studio delle Lauree triennali L - 18.

La parte di esercizi è svolta da Andrea Mantovi (vedi la pagina del docente)

Thinking Like an Economist

Microeconomics entails the study of choice under scarcity. Scarcity is ever present, even when material resources are abundant. There are always important limitations on time, energy, and the other things we need to pursue our goals.

Much of the economist's task is to try to answer questions of the form "Should I do activity x?" The approach to answering them is disarmingly simple. It is to do x if and only if its costs are smaller than its benefits. Not incurring a cost is the same as getting a benefit.

The cost-benefit model sometimes fails to predict how people behave when confronted with everyday choices. The art of cost-benefit analysis lies in being able to specify and measure the relevant costs and benefits, a skill many decision makers lack. Some costs, such as sunk costs, often seem relevant but turn out not to be. Others, such as implicit costs, are sometimes ignored, even though they are important. Benefits too are often difficult to measure. Experience has taught that becoming aware of the most common pitfalls helps most people become better decision makers.

When the question is not whether to perform an activity but rather at what level to perform it, marginal analysis draws our attention to the importance of marginal benefits and marginal costs. We should increase the level of an activity whenever its marginal benefit exceeds its marginal cost.

The principles of rational choice are by no means limited to formal markets for goods and services. Indeed, some form of implicit or explicit cost-benefit calculation lies behind almost every human action, object, and behavior. Knowledge of the underlying principles casts our world in a sharp new light, not always flattering, but ever a source of stimulating insight.

Student are strongly advised to use intensively the site of the Textbook
http://highered.mcgraw-hill.com/sites/0073375942/information_center_view0/supplements.html

Libri di testo

Robert H. Frank Micro-economics and Behavior (Eighth Edition 2010) MCGraw-Hill



MODELLI STATISTICI CON APPLICAZIONI FINANZIARIE
STATISTICAL MODELS WITH FINANCIAL APPLICATIONS

Docente: Prof. Fabrizio LAURINI

SSD: SECS-S/03; CFU: 8

Corsi di studio: Finanza e Risk Management

1) **Contenuti ed obiettivi formativi:** I modelli statistici sono spesso alla base di svariati processi di decisione in ambito finanziario e bancario. La conoscenza della teoria sottostante alla costruzione di un modello, la stima dei suoi parametri e il giudizio finale di adeguatezza del modello diventano elementi cardine per effettuare valutazioni coerenti e precise. In questo corso si daranno le nozioni fondamentali per esaminare le proprietà teoriche di diversi modelli e, contestualmente, si vedranno esempi pratici e realistici in cui i modelli statistici possono essere impiegati. Si vuole dare allo studente la possibilità di assimilare i risultati chiave della teoria matematica, statistica e probabilistica che stanno alla base della costruzione di un modello statistico. Al termine del corso, lo studente avrà acquisito le nozioni chiave per poter accuratamente utilizzare gli strumenti quantitativi, qualora questi diventino necessari nella soluzione di problemi concreti di natura finanziaria.

Durante il corso verranno richiamati ed estesi alcuni risultati avanzati di calcolo della probabilità per distribuzioni congiunte e condizionate.

Programma del corso:

* Il modello statistico e la funzione verosimiglianza

- Modelli parametrici a componenti indipendenti.
- Funzione di log-verosimiglianza e metodi di massimizzazione.
- Stimatori di massima verosimiglianza, score ed informazione di Fisher.
- Risultati asintotici fondamentali.
- Scelta del modello, verosimiglianza relativa e diagnostiche grafiche.

* Regressione logistica per rischio di credito

- Motivazioni ed esempi introduttivi.
- Media condizionata e funzioni logistiche.
- Termini di disturbo non-Gaussiani.
- Funzione link e distribuzione logistica.
- Modello e stima dei parametri con verosimiglianza.
- Interpretazione, bontà d'adattamento e intervalli di confidenza.

* Modelli lineari per serie storiche

- Elementi di catene di Markov.
- Distribuzioni condizionate, indipendenza condizionata e valore atteso condizionato.
- Processi ARMA per serie stazionarie.
- Stima dei parametri, diagnostiche d'adattamento e selezione del modello.



- Equazioni di previsione per processi ARMA.

* Modelli non-lineari

- Caratteristiche empiriche delle serie finanziarie.

- Modelli ARCH(1) e GARCH(1,1): caratteristiche, proprietà e stima dei parametri.

- Scelta del modello, diagnostiche ed estensioni.

1) Volume preparato dal docente e materiale presentato in aula

Altri riferimenti d'approfondimento:

a) Laurini, F. (2012) "Elementi di Analisi delle Serie Storiche Finanziarie". Libreria Medico Scientifica.

b) Azzalini, A. (2001) "Inferenza Statistica: Un'introduzione Basata Sul Concetto Di Verosimiglianza". Unitext / Collana Di Statistica E Probabilità Applicata. Springer, seconda edizione. (Italiano)

c) Harvey, A.C. (1993) "Time series models". Cambridge, MA: MIT Press, seconda edizione. (Inglese)

d) McCullagh, P. e Nelder, J.A. (1989) "Generalized Linear Models". London: Chapman and Hall, seconda edizione. (Inglese)

e) Tsay, R.S. (2010) "Analysis of Financial Time Series". Wiley-Interscience, terza edizione. (Inglese)

f) Coles, S. G. (2001)] "An Introduction to Statistical Modeling of Extreme Values". Springer. (Inglese)



NEUROSHOPPING & MARKETING CHANNEL

Docente: Prof. Gianpiero Lugli

SSD: SECS-P/08; CFU: 9

Corsi di studio: Trade Marketing e Strategie Commerciali

Contenuti del corso e obiettivi formativi

L'insegnamento si propone di insegnare a riconoscere e a sfruttare le componenti a-razionali del comportamento di acquisto, aiutando gli studenti a comprendere le radici psicologiche e neurobiologiche del comportamento di acquisto. Gli studenti impareranno che, se vogliamo migliorare la nostra comprensione del mercato, non possiamo adottare un solo punto di vista. Occorre invece porsi da più prospettive, unire i saperi, le metodologie, fondere ciò che ognuna di esse riesce a cogliere, in modo necessariamente parziale ma altrettanto necessariamente complementare. In particolare, verrà approfondito il tema della scelta nei diversi contesti. La comprensione del comportamento di acquisto nelle sue diverse componenti è propedeutico alla seconda parte dell'insegnamento, che verte sul rapporto di canale nella distribuzione specializzata. Nei settori dei beni problematici, saper integrare le componenti cognitive, emotive e relazionali, del comportamento di acquisto è fondamentale per chi vuole assumere un ruolo manageriale nell'industria e nella distribuzione dal momento che il canale opera come un sistema integrato di marketing.

Testi di riferimento

- G. Lugli, Neuroshopping, Apogeo 2011
- G. Lugli, Troppa Scelta, Apogeo 212
- G. Lugli, Marketing Channel, UTET 2011

Libri di testo

- G. Lugli, Neuroshopping, Apogeo 2011
- G. Lugli, Troppa Scelta, Apogeo 2012
- G. Lugli, Marketing Channel, UTET 2011
- Bruno de Mesquita, The predictioneer's game, cap. 1, DISPENSA

Modalità di verifica della preparazione degli studenti

L'accertamento della preparazione sarà fatto in forma orale



PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO
PLANNING AND CONTROL

Docente: Prof. Andrea CILLONI

SSD: SECS-P/07; CFU: 9

Corsi di studio: CLEA

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso di "programmazione e controllo" studia i sistemi di rilevazione e determinazione delle informazioni utili a delineare e supportare i processi decisionali degli operatori aziendali.

Il corso esamina gli aspetti istituzionali della programmazione, della pianificazione e del controllo in contesti di azienda e di ambiente caratterizzati da rischio, asimmetria informativa tra i decision takers e incertezza, approfondendo gli aspetti organizzativi, human factors, e l'ICT, Enterprise Resource Planning.

Dopo aver introdotto la contabilità direzionale e la sua evoluzione, analizza la classificazione dei costi e il loro comportamento, la progettazione dei sistemi di calcolo dei costi, il budgeting, il reporting e il capital budgeting. Testimonianze aziendali e case studies saranno funzionali a illustrare lo stato dell'arte dei planning & control systems in varie classi di aziende.

Obiettivo del corso è quello di introdurre lo studente ai metodi e alle tecniche di analisi dei costi, di programmazione e pianificazione aziendale per sviluppare le proprie capacità di business decision making.

The course of management accounting emphasizes the internal business-building role of accounting and finance professionals who design, implement, and manage internal systems that support effective decisions, and support, plan, and control the organization's value-creating operations.

This course covers basic topics of management accounting and introduces a business management approach to the development and use of accounting information.

Major topics include cost classification, cost behavior, cost-volume-profit analysis, budget and variance analysis, and decision-making.

The course goals are to develop an understanding of cost analysis, budgeting and to develop business decision making skills using management accounting information.

Programma

- Contabilità direzionale e contesto aziendale.
- Contabilità direzionale e processo decisionale.
- Costi: terminologia, concetti e classificazione.
- Sistemi di calcolo dei costi: i costi per commessa.
- Sistemi di calcolo dei costi: i costi per processo.
- Relazioni costo-volume-profitto.
- Sistemi a costi variabili.
- Activity-based costing.
- Programma, budget.
- Programmi flessibili, flexible budget e analisi della performance.



- Programmazione e controllo, Business Ethics.
- Costi standard e analisi delle varianze.
- Analisi differenziale.
- Decisioni di pianificazione degli investimenti.
- Sistemi Informativi Integrati e Business Intelligence.

Contents

- Managerial Accounting: An Overview.
- Managerial Accounting and Business Decision Making.
- Managerial Accounting and Cost Concepts.
- Job-Order Costing.
- Process Costing.
- Cost-Volume-Profit Relationships.
- Variable Costing and Segment Reporting.
- Activity-Based Costing.
- Master Budget.
- Flexible Budgets and Performance Analysis.

Libri di testo

- Ray H. Garrison, Eric W. Noreen, Peter C. Brewer, Marco Agliati, Lino Cinquini, Programmazione e controllo, managerial accounting per le decisioni aziendali, Milano, McGraw-Hill, 2012, terza edizione riveduta, ISBN: 978 88 386 6730-5.
- Dispense del docente (sul sito).

Testi di approfondimento facoltativi:

- Rosella Ferraris Franceschi (a cura di), Marco Allegrini, Valerio Antonelli, Elena Bandettini, Fabrizio Cerbioni, Andrea Cilloni, Paolo di Toma, Mascia Ferrari, Nicola Lattanzi, Ennio Lugli, Antonio Parbonetti, Cinzia Parolini, Alberto Quagli, Mauro Zavani, Pianificazione e controllo, Sistemi di management e logiche di funzionamento, Volume I, Torino, Giappichelli, 2007, ISBN 978-88-348-7592-6.
- Luciano Marchi, Marasca Stefano, Riccaboni Angelo, Controllo di gestione. Metodologie e strumenti, Arezzo, EGEA, 2009, ISBN: 978-88-95786-03-2
- Luigi Selleri, Il budget d'esercizio. Strumento di programmazione, controllo e motivazione, Knowità, ETAS, 1999, ISBN 88-453-0841-3.
- Luigi Selleri, Contabilità dei costi e contabilità analitica. Determinazioni quantitative e controllo di gestione (Contabilità e controllo), Milano, ETAS, 1999, ISBN 978-88-453-0963-2.



PROGRAMMAZIONE, CONTROLLO E BILANCIO NELLE AZIENDE PUBBLICHE
PLANNING, BUDGET AND CONTROL IN PUBLIC ADMINISTRATIONS

Docente: Prof. Marco FERRETTI

SSD: SECS-P/07; CFU:9

Corsi di studio: Amministrazione e Direzione Aziendale

Contenuti del corso e obiettivi formativi

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.

Altro elemento caratterizzante del processo decisionale sono le modalità di rilevazione dei fenomeni economici nelle amministrazioni pubbliche. Il sistema delle rilevazioni è direttamente collegato all'allocazione delle risorse ed al controllo di gestione, all'efficienza dei processi di produzione e di consumo. Gli obiettivi del corso sono di comprendere le caratteristiche del controllo di gestione dell'ente pubblico, di approfondire le metodologie proprie di bilancio degli enti pubblici e di analizzare i collegamenti tra il sistema delle rilevazioni e il sistema di programmazione e di controllo.

Libri di testo

Ferretti M., Zangrandi A., 2009, Le misurazioni economiche negli enti pubblici, Milano, EGEA.

Anthony R.N. Young D.W. 2002, Non profit, il controllo di gestione, Milano, McGraw-Hill (Capp. 9; 10; 13; 16)

Ferretti M., Esercizi di Contabilità e Bilancio negli Enti Pubblici, Parma, Santa Croce.

Altre letture consigliate dal docente.



RAGIONERIA INTERNAZIONALE
INTERNATIONAL ACCOUNTING

Docente: Prof. Stefano AZZALI

SSD: SECS-P/07; CFU: 9

Corsi di studio: Amministrazione e Direzione Aziendale

Corso mutuato da Bilancio e comunicazione finanziaria



RESPONSABILITA' SOCIALE DELLE IMPRESE

CORPORATE SOCIAL RESPONSABILITY

Docente: Prof.ssa Katia FURLOTTI

SSD: SECS-P/07; CFU: 9

Corsi di studio: CLEA

Contenuti del corso e obiettivi formativi

La responsabilità sociale d'impresa (RSI)

Volontarietà della RSI

Motivazioni e temi della RSI

Gli studi in tema di RSI

RSI e corporate governance

RSI come governance allargata

RSI e impresa sociale: la cooperativa sociale

Il fenomeno delle cooperative

RSI e informativa aziendale

RSI e rendicontazione sociale: accountability - strumenti di accountability indiretta e strumenti di accountability diretta

La rendicontazione delle cooperative – bilancio di esercizio e bilancio di missione

Standard di RSI nazionali e internazionali

Libri di testo

Per la preparazione dell'esame è necessario lo studio del libro di testo e dei materiali disponibili on line, ossia:

- K. Furlotti, Strumenti e processi di comunicazione della responsabilità sociale d'impresa, McGraw-Hill, 2009.
- Materiale di studio disponibile on line.
- Materiali presentati a lezione e disponibili on line.

Il materiale denominato "Materiali di approfondimento" non è oggetto d'esame.

Il materiale denominato "Materiale di studio" è oggetto d'esame.

Le slide presentate a lezione e disponibili on line sono oggetto d'esame.



RETAIL BRANDING AND IMAGE

Docente: Prof. Edoardo FORNARI

SSD: SECS-P/08; CFU: 8

Corsi di studio: Trade Marketing e Strategie Commerciali

Contenuti del corso e obiettivi formativi

L'obiettivo del corso è quello di fornire agli studenti gli strumenti concettuali ed operativi per comprendere ed analizzare i processi di costruzione delle politiche di marca nelle imprese commerciali. Nella prima parte il corso si basa sulla definizione delle determinanti della Brand Equity e più in generale sull'analisi delle leve di Brand Management, con particolare attenzione alle forme di Vertical Branding delle imprese industriali. Nella seconda parte del corso l'attenzione si sposta sulle dimensioni del Branding Distributivo e in particolare sugli obiettivi e sul ciclo di vita delle marche private, sulle modalità e sui trend di gestione delle private labels, sulle situazioni di Interbrand Competition (tra marche industriali e marche commerciali) negli assortimenti e sulla dinamica dei rapporti verticali di filiera nelle relazioni di co-packing. Questi argomenti vengono sviluppati con particolare riferimento al settore della distribuzione grocery, ma con alcuni approfondimenti relativi anche ad altri settori in cui il fenomeno del branding distributivo si trova in uno stadio di sviluppo iniziale (es. elettronica di consumo, profumeria/cosmesi, abbigliamento,etc.).

Libri di testo

FORNARI E. (2007), "Economia della marca commerciale. Le dimensioni del branding distributivo", Milano, Egea (TUTTI I CAPITOLI)

KELLER K.L., BUSACCA B., OSTILLIO M.C. (2005), "La gestione del Brand", Milano, Egea (SOLO CAPITOLI 1, 2, 3)



RISK MANAGEMENT E CREAZIONE DEL VALORE NELLE BANCHE
RISK MANAGEMENT AND VALUE CREATION IN THE BANKING INDUSTRY

Docente: Prof.ssa Paola SCHWIZER

SSD: SECS-P11; CFU: 9

Corsi di studio: Finanza e Risk Management

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso affronta il tema della misurazione e della gestione dei rischi tipici dell'attività di intermediazione creditizia, in un'ottica di governo della combinazione rendimento/rischio e capitale assorbito. Si considerano sia il punto di vista delle Autorità di Vigilanza sia quello del management delle banche e dei gruppi bancari.

Il corso si propone di fornire conoscenze avanzate in merito ai seguenti aspetti:

- il rischio di credito e i principali modelli di misurazione;
- il rischio di liquidità;
- il rischio operativo;
- il rischio di compliance;
- il rischio di reputazione;
- le misure di performance corrette per il rischio.

Il corso presenta un taglio trasversale, che consente allo studente di sviluppare anche competenze in materia di:

- modelli di misurazione dei rischi ai fini del primo e del secondo pilastro della normativa prudenziale;
- principi alla base delle scelte di allocazione del capitale di rischio;
- modelli organizzativi funzionali all'allocazione ottimale delle risorse in chiave di valore;

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

Libri di testo

A. Resti – A. Sironi, *Rischio e Valore nelle Banche*, Seconda edizione, EGEA, Milano, 2008.
(Capitoli: 1, 2, 3, 4, 5, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 18, 19, 21, 22, 23, 24)

G. De Laurentis, *Il credito alle imprese dopo la crisi. Politiche e strumenti di dialogo banca-impresa: rating, analisi e previsione finanziaria*, Bancaria Editrice, Roma 2011

Materiale distribuito dal docente e pubblicato sul sito internet del corso.



SCENARI ECONOMICI PER IL MANAGEMENT
ECONOMIC SCENARIOS FOR MANAGERS

Docente: Prof. Francesco DAVERI

SSD: SECS-P/02; CFU: 9

Corsi di studio: Trade Marketing e Strategie Commerciali

Programma

Il corso presenta le principali tendenze, gli strumenti e gli indicatori del ciclo economico e approfondisce l'analisi della crisi economica e degli effetti delle politiche macroeconomiche sull'attività dei mercati e delle imprese.

Programma nel dettaglio

1. Introduzione: Il trailer del corso

- Ripasso di ciò che serve della Macroeconomia: Il modello di domanda e offerta aggregata

2. I grandi trend dell'economia mondiale prima della crisi

3. La crisi finanziaria 2007-08

- Mutui sub-prime e mercato immobiliare in America

- Cartolarizzazione

- Leveraging e deleveraging

- Derivati, che cosa sono e a cosa servono

4. La Grande Recessione 2008-09

- Recessione

- Come si misura una recessione

- Indicatori della congiuntura economica (Pil, altri indici congiunturali, superindice Ocse, indice PMI di Markit)

- Output gap

- La legge di Okun

5. L'economia italiana prima e durante la crisi

Prima: Tanto paga Pantalone

Durante: dati comparati 2008-12

Aggiustamento fiscale e politiche per la crescita

La crisi dei consumi

6. L'eredità della crisi

- la politica fiscale (aritmetica di deficit e debiti pubblici, il moltiplicatore e la domanda aggregata)

- A che punto siamo: la crisi dei debiti sovrani e l'euro

- La politica monetaria

- Politiche monetarie convenzionali (obiettivi e strumenti, la Taylor rule)

- Politiche monetarie non convenzionali: quantitative easing (QE) della Fed e della Banca d'Inghilterra, Long-Term Refinancing Operations (LTRO) e Outright Monetary Transactions (OMT) della Bce

7. Il mondo globale

- La globalizzazione dei mercati: cosa non si può non sapere, chi vince e chi perde

- Ripasso di Economia: I cambi, fissi e flessibili

- Guerre valutarie, aree valutarie ottimali, la dimensione ottima di una nazione

- L'ascesa degli altri (Il G-8 e il G-20, I Bric, i Next 11)



Modalità didattiche

Il corso si avvale di una pluralità di metodologie didattiche

- 1) lezioni tradizionali
- 2) intervento di ospiti esterni
- 3) (opzionale ma imperdibile) il ciclo di Lunch Talk Euroscenari

Il Lunch Talk Euroscenari si svolge, se non diversamente annunciato, il giovedì tra le 13 e le 14 in aula K6. Nel Lunch Talk i metodi e gli strumenti della macroeconomia sono messi in pratica attraverso la lettura e l'analisi collettiva - "live" e partecipata - delle news tratte da quotidiani e blog economici, in italiano o in inglese.

Chi vuole essere informato sugli argomenti trattati si può iscrivere al gruppo Fb del Lunch Talk: www.facebook.com/GruppoEuroScenari

Testi d'esame e modalità di accertamento

L'esame è scritto. Non è prevista l'integrazione orale.

I principali testi di riferimento per l'esame sono:

- Le slide ppt o pdf usate a lezione dal docente e caricate all'inizio della settimana sul website del corso
- Carlo De Benedetti, Federico Rampini e Francesco Daveri, Centomila punture di spillo, Oscar Mondadori, 2008, capp 1, 2, 4, 5
- Francesco Daveri, "L'economia della Grande recessione", cap.33 in Cowen and Tabarrok, Principi di Economia, 2010
- Debora Rosciani, "Le prime crepe sugli immobili Usa", 04/02/2007, il Sole 24 Ore
- "The subprime primer", video, Youtube.com
- Mario Draghi, "L'euro dal passato al futuro", discorso tenuto all'Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano, 21 marzo 2011
- Francesco Daveri, "Come finirà la saga dei debiti sovrani", su La Voce.info oppure il Fatto Quotidiano, 14 settembre 2011
- Robert Barro, "An exit strategy from the Euro", Wall Street Journal, January 9, 2012

Tutte le letture (tranne il libro di De Benedetti, Rampini e Daveri) sono scaricabili in formato pdf nella sezione "Materiali didattici" al sito web del corso.

Brevi letture aggiuntive - sempre scaricabili al sito web del corso - saranno fornite dal docente durante il corso.



SCIENZA DELLE FINANZE
PUBLIC ECONOMICS AND POLICY

Docente: Prof. Salvatore CURATOLO

SSD: SECS-P/03; CFU: 9

Corsi di studio: CLEF

Obiettivi:

Il corso si propone di fornire ai discenti la modellistica teorica per la comprensione degli obiettivi, degli strumenti e del modus operandi della Finanza pubblica. A tale scopo, dopo una revisione dei principali concetti microeconomici, si esamineranno i principali strumenti analitici dell'Economia del Benessere e si analizzeranno le ragioni, in termini di efficienza e di equità, dell'intervento pubblico in economia.

Successivamente si rivedranno alcuni modelli macroeconomici di base per l'analisi della politica economica nel breve periodo e, dopo una sintetica presentazione del quadro della Finanza pubblica in Italia (Istituzioni, Entrate e Spese), verranno presentati i principali modelli macroeconomici per l'analisi della politica fiscale (deficit e debito) nel breve periodo in Italia e nel contesto dell'UEM.

Il corso si completerà con l'analisi di alcuni campi di intervento del settore pubblico: il problema della disuguaglianza reddituale ed il contrasto assistenziale della povertà; il sistema della previdenza sociale e degli ammortizzatori sociali ed infine la spesa pubblica per l'istruzione.

L'esame finale, in Forma scritta, si comporrà di due domande aperte di teoria da quindici punti ciascuna, cui rispondere in forma verbale, formalizzata e/o con appropriati grafici; la lode viene attribuita a tutti e soli gli studenti che mostrano di aver compreso in modo preciso e dettagliato tutti gli argomenti del corso e inoltre di aver elaborato un'autonoma capacità di sintesi critica della materia presentata.

Per una più proficua comprensione degli argomenti del corso si raccomanda ai discenti di frequentare il corso dopo aver sostenuto gli esami degli insegnamenti di Istituzioni di Economia Politica I e Istituzioni di Economia Politica II. Il corso presuppone anche una conoscenza elementare della lingua inglese scritta.

Programma:

- 1) Le ragioni dell'intervento pubblico (Bosi);
- 2) Un quadro della Finanza pubblica in Italia (Bosi + Bosi2);
- 3) I modelli macroeconomici per la Politica Fiscale in economia chiusa e aperta (Bosi2);
- 4) La Finanza pubblica in Italia e nell' UEM (Bosi + Bosi2 + BCE + DT);
- 5) Disuguaglianza, povertà e politiche pubbliche (Bosi + Baldini e Toso + Curatolo & Wolleb);
- 6) La spesa per il welfare state: assistenza, previdenza e istruzione (Bosi).



Bibliografia

Manuale: Bosi: Bosi, Paolo (a cura di), Corso di scienza delle Finanze, Il Mulino, 2012;

Altre letture e materiali di studio saranno tratti dalle seguenti fonti:

Baldini & Toso: Baldini, Massimo e Stefano Toso, Disuguaglianza, Povertà e Politiche Pubbliche, Il Mulino, 2009;

Bosi2: Bosi, Paolo, Corso di Politica economica. Modelli macroeconomici per la politica fiscale, Il Mulino, 1994;

BCE: Documentazione statistica ed economica della BCE, vari anni;

Curatolo & Wolleb: Curatolo, Salvatore e Guglielmo Wolleb, Income Vulnerability in Europe (in Ranci, Costanzo, Social vulnerability in Europe), Palgrave MacMillan, 2010;

DT: Ministero dell'Economia, Dipartimento del Tesoro, Documento di Economia e Finanza (include il programma di stabilità dell'Italia), 2012.

Libri di testo

Manuale: Bosi: Bosi, Paolo (a cura di), Corso di scienza delle Finanze, Il Mulino, 2010;

Altre letture e materiali di studio saranno tratti dalle seguenti fonti:

Baldini & Toso: Baldini, Massimo e Stefano Toso, Disuguaglianza, Povertà e Politiche Pubbliche, Il Mulino, 2009;

Bosi2: Bosi, Paolo, Corso di Politica economica. Modelli macroeconomici per la politica fiscale, Il Mulino, 1994;

BCE: Documentazione statistica ed economica della BCE, vari anni;

CAPP: Centro per l'analisi delle politiche pubbliche, Università di Modena e Reggio Emilia, working papers;

Curatolo & Wolleb: Curatolo, Salvatore e Guglielmo Wolleb, Income Vulnerability in Europe (in Ranci, Costanzo, Social vulnerability in Europe), Palgrave MacMillan, 2010;

De Grauwe: De Grauwe, Paul, Economia dell'Unione Monetaria, Il Mulino, 2010;

DT: Ministero dell'Economia, Dipartimento del Tesoro, Documento di Economia e Finanza (include il programma di stabilità dell'Italia), 2011;

Eurostat: Documentazione statistica dell'Eurostat;

Letture: altri articoli scientifici e documentazione statistica integrativa proposta dal docente;

RER: Regione Emilia-Romagna, Agenzia Emilia-Romagna Lavoro (a cura di), Economia e Lavoro in Emilia-Romagna, vari anni.



SHOPPER MARKETING – MODULO IN STORE MARKETING

SHOPPER MARKETING – MODULE IN STORE MARKETING

Docente: Prof.ssa Maria Grazia CARDINALI

SSD: SECS-P/08; CFU: 6

Corsi di studio: Trade Marketing e Strategie Commerciali

Contenuti del corso e obiettivi formativi

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 retailing. Nella seconda parte si illustrano le leve dell'In store marketing manovrate dai retailers moderni per conferire una precisa identità alle proprie insegne, dallo store design e visual merchandising ai nuovi servizi 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.

Libri di testo

Studenti frequentanti

Testo d'esame

M.G. Cardinali, Shopper Marketing. Creare valore nei luoghi di acquisto, Egea, Milano, 2009

Studenti non frequentanti

Testo d'esame

M.G. Cardinali, Shopper Marketing. Creare valore nei luoghi di acquisto, Egea, Milano, 2009

Articoli di riviste:

-“Il merchandising: nuova leva strategica per conquistare la fedeltà della clientela”, *Industria & Distribuzione* n. 1, 2001.

-“Le dimensioni degli acquisti programmati e d'impulso”, *Rivista Mercati e Competitività* n.4, 2007.

-“Terziarizzazione dei consumi e convergenze competitive” rivista *Economia dei Servizi* n.2, 2008.

-“La percezione di convenienza delle insegne della distribuzione grocery” pubblicato negli *Atti del X Congresso Internazionale Italia – Francia “Le tendenze del marketing in Europa”*, Parigi, 20-22 gennaio 2011.

Gli articoli sono disponibili presso l'ufficio fotocopie.



SHOPPER MARKETING – MODULO CATEGORY MANAGEMENT
SHOPPER MARKETING – MODULE CATEGORY MANAGEMENT

Docente: Prof. Guido CRISTINI

SSD: SECS-P/08; CFU: 6

Corsi di studio: Trade Marketing e Strategie Commerciali

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso intende fornire una completa informazione della strumentazione di marketing che occorre utilizzare al fine di valorizzare la categoria all'interno del punto di vendita.

In tale prospettiva e al fine di favorire il livello di apprendimento da parte degli studenti il corso prevede in una prima parte l'analisi del modello Ecr di category management ed il lancio di un'esercitazione di categoria, nella seconda parte la stesura e la presentazione dei risultati. Sempre nell'ottica di favorire la parte sperimentativa, all'interno del ciclo di lezioni sono previste delle testimonianze applicative in tema di gestione per categorie presentate da parte di managers di imprese industriali di marca e di catene distributive.

Libri di testo

- G. Lugli – G. Cristini, Category value, Il sole 24 ore, milano, 2007, pagine 1-63, 165-238
Inoltre copia del materiale in pp presentato a lezione (disponibile presso l'home page del docente)

Prova per i frequentanti

1. La realizzazione del category plan assegnato e presentato e discusso durante il corso;
2. La realizzazione di una prova scritta in parte a domande chiuse, in parte a domande aperte

(Sono considerati frequentanti solo coloro che seguono in modo continuativo il corso (compreso le 6 ore integrative di Mario Maiocchi) e che presentano il Category Plan.

Prova per i non frequentanti

1. La realizzazione di una prova scritta in parte a domande chiuse, in parte a domande aperte sul libro di testo e sul materiale in pp presente sul sito del docente.

G. Lugli – G. Cristini, (2007) Category value, Il Sole 24 ore, Milano pp 1-63; 165-238

Fotocopia dei lucidi presentati a lezione (disponibili sul presente sito web relativo al materiale didattico.



SISTEMI DI GOVERNANCE E REVISIONE AZIENDALE – MODULO 1

CORPORATE GOVERNANCE AND AUDITING – MODULE 1

Docente: Prof. Paolo ANDREI

SSD: SECS-P/07; CFU: 12 (primo modulo 6 CFU)

Corsi di studio: Amministrazione e Direzione Aziendale

Avvertenza

Le lezioni di questo insegnamento sono organizzate in due moduli; tuttavia, l'accertamento della preparazione è effettuato con un'unica prova di esame. In questa pagina è riportato solo il contenuto del Modulo 1.

Programma

Il modulo si propone di analizzare i sistemi di governo delle imprese, indagati nelle mutue relazioni che intercorrono tra assetti proprietari, organi di gestione e organi di controllo. In particolare, dopo avere sviluppato approfondimenti in tema di teorie e modelli di corporate governance, e delineato il sistema di governo dell'impresa, il corso tratta funzioni e responsabilità degli organi di controllo; successivamente, analizza la diffusione delle informazioni economico-finanziarie e le modalità di apprezzamento e garanzia della loro affidabilità per la tutela degli interessi istituzionali. Con l'approfondimento dei contenuti del corso gli studenti saranno in grado di interpretare le principali caratteristiche attinenti ai sistemi di governo delle imprese, con particolare riferimento agli organi, alle funzioni e alle modalità con cui si esercita il controllo sulla gestione; inoltre, potranno acquisire competenze utili per la comprensione degli strumenti di comunicazione, obbligatori e volontari, impiegati dalle imprese nei rapporti con i propri stakeholder.

Il PROGRAMMA ANALITICO delle lezioni sarà reso disponibile, unitamente al materiale didattico di supporto, nella sezione "materiali didattici da scaricare" di questo insegnamento.

Modalità di esame

L'esame, che verte sugli argomenti trattati nei due moduli di cui si compone il corso, è costituito da una prova scritta (tre domande aperte) e da una prova orale.

L'accesso alla prova orale è consentito solo agli studenti che abbiano conseguito almeno la sufficienza nella prova scritta.

Per il programma completo d'esame, cfr. anche il contenuto del Modulo 2 (prof. Paolo Zalera).

Libri di testo

FELLEGARA A.M. (a cura di), Governo, controllo e informazione societaria nei gruppi aziendali, McGraw-Hill, Milano, 2008.



SISTEMI DI GOVERNANCE E REVISIONE AZIENDALE – MODULO 2

CORPORATE GOVERNANCE AND AUDITING – MODULE 2

Docente: Prof. Paolo ZALERA

SSD: SECS-P/07; CFU: 12 (secondo modulo 6 CFU)

Corsi di studio: Amministrazione e direzione Aziendale

Avvertenza

Le lezioni di questo insegnamento sono organizzate in due moduli; tuttavia, l'accertamento della preparazione è effettuato con un'unica prova di esame. In questa pagina è riportato solo il contenuto del Modulo 2.

Programma

Il corso affronta le tematiche proprie della revisione contabile nella logica economico-aziendale. In particolare, vengono approfondite le questioni attinenti all'organizzazione e all'implementazione di un sistema di controllo interno, i caratteri costitutivi dei rischi del processo di revisione, nonché il processo di revisione del bilancio d'esercizio. Inoltre, vengono trattati il controllo contabile sulle operazioni straordinarie e in peculiari fasi della gestione e le modalità di garanzia e apprezzamento dell'affidabilità delle informazioni economico-finanziarie. Con l'approfondimento dei contenuti formativi del corso gli studenti acquisiranno 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).

Modalità di esame

L'esame, che verte sugli argomenti trattati nei due moduli di cui si compone il corso, è costituito da una prova scritta (tre domande aperte) e da una prova orale.

L'accesso alla prova orale è consentito solo agli studenti che abbiano conseguito almeno la sufficienza nella prova scritta.

Per il programma completo d'esame, cfr. anche il contenuto del Modulo 1 (prof. Paolo Andrei).

Libri di testo

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



SISTEMI DI PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO DI GESTIONE

PLANNING SYSTEMS AND MANAGEMENT AUDITING

Docente: Prof.ssa Federica BALLUCHI

SSD: SECS-P/07; CFU: 6

Corsi di studio: Amministrazione e Direzione Aziendale

Obiettivi formativi

Il corso intende fornire gli strumenti utili a supportare processi decisionali operativi, con particolare riferimento al passaggio dal Cost accounting al Cost management. In tal senso, lo studente acquisirà conoscenze in merito a:

- gli aspetti critici nella determinazione e allocazione dei costi;
- le problematiche connesse alla determinazione dei costi mediante le tecniche tradizionali e basate su una logica di Activity Based Costing (ABC);
- lo sviluppo dei sistemi contabili «ibridi»;
- la relazione tra i cambiamenti organizzativi e gli strumenti di Cost Management;
- l'implementazione di cruscotti di controllo;
- il calcolo di Key Performance Indicators (KPI).

Programma

Sistema di programmazione e controllo di gestione: contabilità generale e contabilità analitica: relazioni, caratteristiche e finalità.

Concetti base di Cost Accounting: configurazioni di costo e contabilità per centri di costo; Direct Costing e Full Costing; Activity Based Costing.

Approfondimenti di Cost Accounting: aspetti critici nella determinazione e allocazione degli elementi di costo; problematiche della contabilità per centri di costo; elementi per un uso progredito dell'ABC; i sistemi contabili «ibridi».

Percorsi di Cost Management: contesti aziendali innovativi e strumenti di Cost Management; Activity Based Management; Target Costing e altri strumenti.

Cruscotti di controllo: Balanced Scorecard; indicatori di performance.

Ai fini di un miglior apprendimento, durante il corso saranno proposti casi e testimonianze aziendali.

Testi consigliati per l'esame

MIOLO VITALI P. (a cura di), Strumenti per l'analisi dei costi – Approfondimenti di Cost Accounting, Vol. II, Torino, Giappichelli, 2009.

MIOLO VITALI P. (a cura di), Strumenti per l'analisi dei costi – Percorsi di Cost Management, Vol. III, Torino, Giappichelli, 2009.

Materiale didattico a cura del docente.



Testi consigliati per la consultazione

CINQUINI L., Strumenti per l'analisi dei costi – Fondamenti di Cost Accounting, Vol. I Torino, Giappichelli, 2008

GARRISON R.H., NOREEN E.W., BREWER P. C., AGLIATI M., CINQUINI L., Programmazione e controllo. Managerial accounting per le decisioni aziendali, terza edizione, Milano, Mc Graw-Hill, 2012.



SISTEMI INFORMATIVI DI MARKETING
MARKETING INFORMATION SYSTEMS

Docente: Prof.ssa Silvia BELLINI

SSD: SECS-P/08; CFU: 9

Corsi di studio: CLEM

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Oggi le aziende si trovano ad operare in un contesto di mercato sempre più complesso e mutevole, caratterizzato da un'accresciuta competizione, dalla velocità dei processi di innovazione e dall'emergere di nuovi modelli di consumo e di acquisto. Il principale driver di questi cambiamenti risiede nell'avvento delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT), che hanno profondamente modificato le logiche competitive e le modalità con cui le imprese si relazionano con il mercato. In questo quadro, reso ancor più difficile dalla crisi economica che accresce il già elevato livello di incertezza, le informazioni di marketing assumono un'importanza sempre più determinante: il successo oggi non dipende dalla disponibilità di dati, ma dalla capacità di trasformare i dati in informazione utile al fine di creare valore per i clienti e conquistare un vantaggio competitivo sostenibile.

In questo contesto, il Corso si propone di approfondire il ruolo dell'informazione nei processi di marketing e le modalità attraverso le quali le imprese si rapportano con i competitor e con i consumatori nel nuovo contesto information-based.

Idealmente, il Corso è strutturato in tre parti.

La prima parte si propone di entrare nel vivo dell'evoluzione tecnologica, attraverso una chiave di lettura ricca dal punto di vista tecnico, ma valorizzando soprattutto le implicazioni gestionali: saranno quindi chiariti alcuni concetti base (sistemi informativi, sistemi informativi aziendali, database e datawarehouse) e contestualizzati nel più ampio quadro dell'economia dell'informazione.

La seconda parte è dedicata alla comprensione dei principi di fondo su cui si basa una moderna business intelligence e fornisce gli strumenti per la formulazione della strategia competitiva e di mercato, in un contesto di crescente integrazione di informazioni prodotte con fonti tradizionali e sistemi on line.

Infine, la terza parte si concentra sulle logiche del marketing basato sulle informazioni di cliente: attraverso il supporto di casi e video aziendali, si mostrerà nel concreto come il patrimonio di conoscenza reso disponibile dai sistemi informativi può essere utilmente impiegato per migliorare il processo decisionale e le politiche di marketing mix.

I FONDAMENTI

- Definizioni
- Il ruolo dell'informazione nel processo di marketing
- Il contesto: l'economia dell'informazione

L'IMPATTO DELLE ICT SUI SISTEMI DI INTELLIGENCE E SULLA STRATEGIA

- L'analisi competitiva
- L'analisi della domanda
- Le ricerche di mercato
- La strategia di database e internet marketing



IL MARKETING BASATO SULLE INFORMAZIONI DI CLIENTE

- Il micromarketing nella distribuzione dei beni di largo consumo
- Le informazioni di cliente per migliorare le politiche di retail mix
- Competere e creare valore con le informazioni di cliente
- Le nuove frontiere del marketing nell'era della convergenza
- Il social media marketing

Libri di testo

Lugli G. e Ziliani C. (2004), *Micromarketing. Creare valore con le informazioni di cliente*, Utet. Capitoli (solo 1.1), 2, 3, 4, 9 (solo 9.1 e 9.2), 10 e 12

Prandelli E. e Verona G. (2011), *Vantaggio competitivo in rete*, McGraw-Hill, Capitoli 1, 3, 4, 5, 6 e 7.

Dispensa a cura del docente, che sarà disponibile presso l'ufficio fotocopie a partire dal mese di marzo

Gli studenti frequentanti potranno sostituire parte dei testi indicati con il materiale che sarà presentato e discusso in aula. Le modalità saranno definite in modo puntuale nel corso delle lezioni.



SOCIOLOGIA DEI CONSUMI
SOCIOLOGY OF CONSUMPTION

Docente: Prof.ssa Maura FRANCHI

SSD: SPS/07; CFU: 8

Corsi di studio: Libero a scelta TRADE

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Prima parte

Il contributo della sociologia all'analisi dei comportamenti di consumo: identità e pratiche.

La sociologia dei consumi nel contesto internazionale ha consolidato un corpus di ricerche ampiamente utilizzato nelle applicazioni del marketing. Alla base del contributo della sociologia alla spiegazione dei comportamenti di consumo risiede l'idea che il consumo rappresenti un'attività sociale prima che economica: gli oggetti non vengono acquisiti e consumati solo per la loro utilità intrinseca, ma per il significato che assumono all'interno dei rapporti sociali in cui gli individui sono inseriti.

Nella prima parte saranno delineate sinteticamente le tappe di sviluppo della sociologia del consumo e le principali linee di ricerca circa i luoghi, i significati e le forme del consumo nella società post moderna, mettendo in luce come i diversi approcci si siano tradotti in diverse metodologie di ricerca.

Inoltre sarà esplicitato e discusso il nesso tra preferenze sociali e scelte individuali. Per illustrare questo punto di osservazione, sarà esplicitata, in una prospettiva multidisciplinare, un'ipotesi interpretativa circa le dinamiche e le componenti che intervengono nella scelta.

Seconda parte

Tendenze sociali e comportamenti di consumo nel tempo dei social network.

L'influenza dei processi sociali e relazionali nelle scelte viene enfatizzata dall'esplosione delle comunicazioni in rete. Ciò mette ulteriormente in risalto la particolare relazione tra scelte di consumo, processi imitativi e identità individuale. Per questo, una particolare attenzione verrà posta all'analisi del fenomeno dei social network e della particolare influenza nella scelta di consumo.

Attraverso l'analisi di casi, si indicherà come molti aspetti delle scelte di consumo (consumo critico, prosumerismo, co-produzione, costumizzazione, ecc.) possano essere spiegate utilizzando categorie sociologiche.

Terza parte

Strategie di comunicazione relazionale dei brand

Nella terza parte l'attenzione si concentrerà sul ruolo del brand nel contesto del web e delle reti sociali. Attraverso l'analisi di diversi esempi di comunicazione dei brand si analizzerà la trasformazione del rapporto tra brand e consumatori. Una particolare attenzione sarà posta al tema della comunicazione della marca alimentare.

Metodologia

Nel corso verrà dato ampio spazio (soprattutto nella terza parte) all'analisi di casi.

Inoltre saranno proposte esercitazioni e sollecitato un coinvolgimento diretto nella presentazione di casi da parte degli studenti.



Esame

Scritto, con tre risposte aperte

Materiali e testi per esame

Franchi M., Schianchi A. (2009), Scegliere nel tempo di Facebook. Come i social network cambiano le nostre preferenze, Carocci, Roma

Franchi M., (2012), Preferenze sociali e scelte individuali, in Lugli G. (2012), Troppa scelta?! Difficoltà e fatica dell'acquistare, Apogeo, Milano

Dispensa disponibile in copisteria



SOCIOLOGIA ECONOMICA
ECONOMIC SOCIOLOGY

Docente: Prof.ssa Mirella BAGLIONI

SSD: SPS/09; CFU: 9

Corsi di studio: Libero Triennali

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso di sociologia economica si propone di analizzare i fattori sociali dello sviluppo del capitalismo con particolare riferimento alle società europee.

A tal fine il corso si articola nei seguenti contenuti:

I - Introduzione: il contributo delle teorie sociologiche all'interpretazione dello sviluppo economico.

II - La strutturazione delle società europee: frontiere, fenomeni migratori, la divisione del lavoro; i diritti di appartenenza e il welfare state.

III - Lo spazio economico e culturale europeo e le problematiche dell'identità.

D) Le società e l'azione collettiva: vecchi e nuovi paesi membri dell'Unione europea

IV L'Europa e la globalizzazione.

Modalità d'esame:

L'esame è scritto e consiste in domande, di diversa entità e impegno, volte a verificare la comprensione di:

Concetti chiave

La capacità analitica

La capacità di impostazione di un tema a scelta

N.B. Per facilitare lo studio, la docente metterà a disposizione schemi di lettura dei singoli capitoli. Consultare avvisi dai docenti.

The lectures will analyse the role of the social factors in economic development. The focus will be on European societies.

The course is organised in the following contents:

I - Introductory lectures on the contribution provided by sociological theories to the understanding of economic development.

II - Shaping European societies: boundaries, migration, labour division, citizenship and welfare state.

III -The economic and cultural dimension of European societies and the problems of identity.

IV - Societies and collective action: old and new member states of European Union.

E) Europe and globalization

The exam will be written. Different questions will be addressed in order to evaluate the learning of key concepts and the analytical ability of the students

NB. In order to ease the study of the book the teacher will insert guidelines for each chapter of the book. Consult "Avvisi dai docenti"



Testi per la preparazione dell'esame

Göran Therborn (2011), *Le società d'Europa nel nuovo millennio*, Il Mulino.

Parte prima (capitoli I e II)

Parte seconda (capitoli III, IV, V, VI, VII e VIII)

Parte quinta (capitoli XV e XVI)

Parte sesta (capitoli XVII, XVIII e XIX)

Il testo segnalato non è un manuale in senso proprio, ma può considerarsi un testo divulgativo. In quanto tale l'autore fa molteplici riferimenti a fatti storici e politici, a numerosi approcci di studio e utilizza frequenti citazioni.

Lo studente non deve soffermarsi sulle singole citazioni poiché non è nelle condizioni di memorizzare o di verificare le citazioni, ma deve comprendere l'interpretazione fornita dall'autore.

N.B. Per facilitare lo studio, la docente metterà a disposizione schemi di lettura dei singoli capitoli.



STATISTICA A-K
STATISTICS

Docente: Prof. Marco RIANI

SSD: SECS-S/01; CFU: 9

Corsi di studio: L18

Obiettivi formativi

Il corso si divide in due parti. Nella prima ci si propone di presentare gli strumenti di base per l'analisi dei dati statistici relativi ad uno e due fenomeni, e di fornire un'introduzione allo studio delle serie storiche economiche. Lo scopo fondamentale è quello di consentire allo studente di acquisire dimestichezza con l'analisi quantitativa dei dati aziendali ed economici, mettendolo in grado di svolgere elaborazioni autonome e di interpretare correttamente i risultati di tali elaborazioni. Nella seconda parte ci si propone di presentare gli strumenti di base per la comprensione delle procedure di calcolo delle probabilità, campionamento e di inferenza.

Durante il corso l'attenzione sarà focalizzata su un insieme ridotto di tecniche, ma di largo impiego nella pratica. Di ciascuna tecnica saranno illustrati i fondamenti logici e le finalità conoscitive, mentre saranno posti in secondo piano i dettagli tecnici e le derivazioni matematiche.

Contenuti

I parte

Elementi introduttivi

- la rilevazione dei dati e le fonti statistiche
- la matrice dei dati; le rappresentazioni grafiche.

Sintesi di un fenomeno

- le distribuzioni di frequenze e le tabelle a doppia entrata
- le medie (medie analitiche e di posizione)
- gli indici di variabilità assoluti e relativi, la concentrazione
- la forma di distribuzione

Serie storiche

- i numeri indici semplici a base mobile ed a base fissa
- il concatenamento di serie con base differente; il tasso medio annuo di variazione
- i numeri indici composti dei prezzi ed il deflazionamento dei valori a prezzi correnti

Relazioni tra due caratteri

- la covarianza ed il coefficiente di correlazione lineare
- la matrice di covarianza e la matrice di correlazione
- la retta di regressione: il metodo dei minimi quadrati; l'interpretazione dei parametri; la valutazione della bontà di adattamento;
- l'interpolazione lineare di una serie storica



Il parte

Introduzione al calcolo delle probabilità ed al campionamento

- Le concezioni della probabilità
- Variabili aleatorie: aspetti generali ed applicazioni
- Teoremi di calcolo delle probabilità
- Distribuzioni campionarie degli indici statistici

Problemi di stima

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

Problemi di verifica d'ipotesi

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

Il modello di regressione lineare semplice

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

Modalità d'esame

Tre, Quattro, Cinque domande, ciascuna costituita da vari punti:

1. aspetti di calcolo
2. aspetti di commento e di interpretazione dei risultati

I quesiti ricalcano lo schema degli esercizi contenuti nell'eserciziario e nel sito.

Per ottenere la sufficienza (18), la somma dei punteggi assegnati ai vari quesiti deve risultare almeno pari a 18

Di questi 18 punti, 9 devono riguardare la prima parte del corso (statistica descrittiva) e 9 la seconda parte (inferenza).

Chi consegna un compito avendo svolto un insieme di esercizi il cui punteggio totale non arriva al 18, avrà automaticamente una valutazione insufficiente e di questa valutazione se ne terrà conto nelle prove successive.

Tempo di svolgimento: 75 minuti

Sì libri di testo + eserciziari (non fotocopiati)

NO fotocopie / No appunti / No quaderni / No libri vecchi

No lucidi sulla regressione descrittiva o inferenziale, No altri lucidi scaricati da Internet

Sì calcolatrice con funzioni statistiche

Prova orale su argomenti di teoria (più o meno 3 punti): solo a richiesta

Rifiuto del voto (una sola volta) entro 7 giorni dalla pubblicazione dei risultati tramite la procedura di verbalizzazione elettronica.



Testi d'esame

M.A. Milioli, M. Riani, S. Zani, Introduzione all'analisi dei dati statistici, (seconda edizione ampliata Pitagora, Bologna, 2011. Pagina di errata corrige e materiali aggiuntivi da scaricare.

A. Cerioli, M.A. Milioli, Introduzione all'inferenza statistica senza (troppo) sforzo, 2^a edizione, Uni.nova, Parma, 2004. Pagina di errata corrige.

A. Cerioli, M.A. Milioli, M, Riani, "Esercizi di statistica", uni.nova, Parma 2012. Pagina di errata corrige e materiali aggiuntivi da scaricare.



STATISTICA L-Z
STATISTICS

Docente: Prof.ssa Maria Adele MILIOLI

SSD: SECS-S/01; CFU: 9

Corsi di studio: L18

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Obiettivi formativi

Il corso si divide in due parti. Nella prima ci si propone di presentare gli strumenti di base per l'analisi dei dati statistici relativi ad uno e due fenomeni, e di fornire un'introduzione allo studio delle serie storiche economiche. Lo scopo fondamentale è quello di consentire allo studente di acquisire dimestichezza con l'analisi quantitativa dei dati aziendali ed economici, mettendolo in grado di svolgere elaborazioni autonome e di interpretare correttamente i risultati di tali elaborazioni. Nella seconda parte ci si propone di presentare gli strumenti di base per la comprensione delle procedure di campionamento e di inferenza.

Durante il corso l'attenzione sarà focalizzata su un insieme ridotto di tecniche, ma di largo impiego nella pratica. Di ciascuna tecnica saranno illustrati i fondamenti logici e le finalità conoscitive, mentre saranno posti in secondo piano i dettagli tecnici e le derivazioni matematiche.

Contenuti

I parte

Elementi introduttivi

- la rilevazione dei dati e le fonti statistiche
- la matrice dei dati; le rappresentazioni grafiche.

Sintesi di un fenomeno

- le distribuzioni di frequenze e le tabelle a doppia entrata
- le medie (medie analitiche e di posizione)
- gli indici di variabilità assoluti e relativi, la concentrazione
- la forma di distribuzione

Serie storiche

- i numeri indici semplici a base mobile ed a base fissa
- il concatenamento di serie con base differente; il tasso medio annuo di variazione
- i numeri indici composti dei prezzi ed il deflazionamento dei valori a prezzi correnti

Relazioni tra due caratteri

- la covarianza ed il coefficiente di correlazione lineare
- la matrice di covarianza e la matrice di correlazione
- la retta di regressione: il metodo dei minimi quadrati; l'interpretazione dei parametri; la valutazione della bontà di adattamento;
- l'interpolazione lineare di una serie storica



Il parte

Introduzione al calcolo delle probabilità ed al campionamento

- Le concezioni della probabilità
- Variabili aleatorie: aspetti generali ed applicazioni
- Distribuzioni campionarie degli indici statistici

Problemi di stima

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

Problemi di verifica d'ipotesi

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

Il modello di regressione lineare semplice

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

Libri di testo

Teoria

M.A. MILIOLI, M. RIANI, S. ZANI, Introduzione all'analisi dei dati statistici, II edizione ampliata, Pitagora, Bologna, 2011.

A. Cerioli, M. A. Milioli, Introduzione all'inferenza statistica senza (troppo) sforzo, II edizione, Uni.nova, Parma, 2007.

Esercizi

A. Cerioli, M. A. Milioli, M. Riani, Esercizi di statistica, Uninova, Parma, 2012.



STATISTICA AZIENDALE E ANALISI DEI DATI
CORPORATE STATISTICS AND DATA ANALYS

Docente: Prof.ssa Maria Adele MILIOLI

SSD: SECS-S/01; CFU: 6

Corsi di studio: Amministrazione e Direzione Aziendale

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. Altri argomenti trattati riguardano il modello di regressione lineare multipla per le previsioni statistiche e il controllo statistico di qualità e di produttività.

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

- 1) Elementi introduttivi - L'informazione statistica per le imprese
- 2) La formazione di un campione: campioni probabilistici e campioni ragionati
- 3) Procedure di stima delle valutazioni contabili e il trattamento del rischio di errore
- 4) Il modello di regressione lineare multipla per le previsioni statistiche
- 5) Applicazioni statistiche al controllo della qualità e della produttività

Libri di testo

B. Bracalente, M. Cossignani, A. Mulas, *Statistica Aziendale*, McGraw-Hill, 2009. Capitoli 1, 2 (esclusi par. 2.4 e 2.5) e 4 (escluso par. 4.3) per i punti 1), 2) e 4) del programma

S. Biffignandi, D. Toninelli, *Strumenti per la qualità e il controllo statistico in azienda*, Franco Angeli, II edizione riveduta ed ampliata 2011 (capitoli 6, 7, 9 e 10) del programma

Per il punto 3) verranno fornite le slides presentate a lezione.



STATISTICA PER LE DECISIONI DI MARKETING
STATISTICS FOR BUSINESS INTELLIGENCE

Docente: Prof. Andrea CERIOLI

SSD: SECS-S/01; CFU: 9

Corsi di studio: Trade Marketing e Strategie Commerciali

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso si propone di illustrare alcune metodologie utilizzate per la previsione del comportamento di acquisto e di consumo. In particolare, saranno presi in considerazione:

- a) il modello di regressione lineare (semplice e multipla) e alcune delle sue applicazioni a problemi di marketing;
- b) il modello di regressione logistica e i suoi impieghi a fini previsivi;
- c) la metodologia degli alberi di classificazione applicata al problema della segmentazione dei consumatori.

Accanto alla teoria di base, necessaria per comprendere l'utilizzo delle metodologie e per padroneggiarne con consapevolezza i risultati, sarà dato spazio alle applicazioni e agli aspetti di calcolo, con utilizzo dei software Excel e SPSS.

Programma Sintetico

1. Richiami di inferenza statistica
2. Il modello di regressione lineare semplice
3. Il modello di regressione lineare multipla ed alcune sue estensioni
4. Applicazioni del modello di regressione
5. Il modello di regressione logistica
6. Applicazioni del modello di regressione logistica per la previsione del comportamento del consumatore
7. La metodologia degli alberi di classificazione
8. Applicazioni degli alberi di classificazione per la segmentazione dei consumatori

Testi di riferimento

Per la parte a) (punti 1-4 del programma):

M. Riani e F. Laurini: Modelli statistici per l'economia con applicazioni aziendali (seconda edizione), Pitagora Editrice, Bologna (tutto il testo, compresi esercizi e appendici).

Per la parte b) (punti 5-6 del programma): il materiale sarà reso disponibile durante il corso.

In alternativa, gli studenti possono consultare il volume di E. Stanghellini: Introduzione ai metodi statistici per il credit scoring, Springer, 2009.

Per la parte c) (punti 7-8 del programma):

S. Zani e A. Cerioli: Analisi dei dati e data mining per le decisioni aziendali, Giuffrè, Milano, Capitolo XI.



STORIA DEI MERCATI FINANZIARI
HISTORY OF FINANCIAL MARKETS

Docente: Prof. Gian Luca PODESTA'

SSD: SECS-P/12; CFU: 6

Corsi di studio: Finanza e Risk Management

Contenuti del corso e obiettivi formativi.

Contenuti: l'evoluzione del sistema finanziario internazionale a partire dalle sue origini fino ai giorni nostri, comparata allo sviluppo del sistema capitalistico e al progresso dei sistemi politici. Le crisi finanziarie, l'economia di mercato, l'economia corporativa e l'economia comunista. L'economia-mondo; il mito della globalizzazione; l'area euro-atlantica e l'area estremo oriente-pacifico. Globalizzazione e declino degli stati nazionali; imperi ed equilibrio internazionale.

Obiettivi: la capacità di valutare come il progresso dei mercati finanziari rappresenti la forma più elevata del sistema capitalistico; saper interpretare l'evoluzione degli strumenti finanziari alla luce dei cambiamenti culturali, politici e sociali; percepire come le crisi finanziarie rappresentino una costante del sistema capitalistico e saper interpretarne i meccanismi. Interpretare le crisi strutturali e le crisi congiunturali. Storicizzare i rapporti tra politica ed economia.

Testi di riferimento

Larry Allen, Il sistema finanziario globale. Dal 1750 a oggi, Bruno Mondadori, Milano, 2002 (ed.or., The Global Financial System. 1750-2000, Reaktion Books, London, 2001).

Gli studenti frequentanti potranno scegliere un argomento specifico di approfondimento concordato con il docente.

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo:
<http://economia.unipr.it/docenti/podesta>

Testi di riferimento

Larry Allen, Il sistema finanziario globale. Dal 1750 a oggi, Bruno Mondadori, Milano, 2002 (ed.or., The Global Financial System. 1750-2000, Reaktion Books, London, 2001).

Gli studenti frequentanti potranno scegliere un argomento specifico di approfondimento concordato con il docente.

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo:
<http://economia.unipr.it/docenti/podesta>



STORIA DEL PENSIERO ECONOMICO
HISTORY OF ECONOMIC THOUGHT

Docente: Prof. Marco BIANCHINI

SSD: SECS-P/04; CFU: 9

Corsi di studio: Libero Triennali

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso si occupa in termini comparativi del pensiero economico e, più in generale, di mentalità economica, come espressioni della tradizione culturale di una popolazione. Sua finalità è di fornire allo studente strumenti per interpretare i fenomeni economici nel loro contesto storico e istituzionale. Si articola in tre parti: 1) elementi di antropologia (in particolare i temi dello scambio e della cultura); 2) Occidente e Oriente (con accenni alla storia della religione, della filosofia e del diritto dell'Europa, dell'Islam, dell'India e della Cina); 3) tratti evolutivi della scienza economica occidentale, articolata lungo tre filoni, ossia, l'individualismo, l'olismo e l'istituzionalismo.

L'esame per i non frequentanti è orale.

Testi di riferimento

Tutti i materiali del corso sono reperibili presso il servizio di fotocopie e stampa del Dipartimento di Economia.



STORIA DELLE IMPRESE – MODULO 1
BUSINESS HISTORY – PART 1

Docente: Prof. Giovanni Marcello CECCARELLI

SSD: SECS-P/12; CFU: 5

Corsi di studio: Amministrazione e Direzione Aziendale

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Avendo il corso una struttura unitaria, Obiettivi e Programma che seguono si riferiscono a entrambi in moduli in cui l'insegnamento è articolato (ossia tanto quello impartito dal prof. Ceccarelli, che quello impartito dal prof. Grandi).

Obiettivi

Il corso intende ricostruire le linee evolutive dell'impresa nel mondo occidentale dalla rivoluzione industriale ai giorni nostri. Particolare attenzione verrà dedicata al caso italiano dall'unificazione agli anni del "miracolo economico", delineandone i mutamenti strutturali e organizzativi e valutandone il contributo apportato dal settore industriale allo sviluppo economico del Paese. Le linee interpretative proposte suggeriranno altresì come nel caso italiano le piccole imprese abbiano svolto un ruolo centrale in questo processo.

Sono previsti interventi e testimonianze da parte di imprenditori e amministratori di aziende.

Programma

- I caratteri e le fasi del processo di industrializzazione
- I modi di produzione prima dell'industrializzazione: i caratteri strutturali di un'economia pre-industriale e la conformazione del settore secondario. Il ruolo del mercante-imprenditore.
- La grande trasformazione: la rivoluzione industriale inglese, l'avvento del sistema di fabbrica e il sopravvento della tecnologia.
- La figura dell'imprenditore nella teoria economica e la sua evoluzione storica.
- L'evoluzione economica italiana dall'Unità alla prima guerra mondiale
- L'impresa pubblica e il caso italiano
- I nuovi paradigmi teorici nel secondo dopoguerra

Libri di testo

Avendo il corso una struttura unitaria, i testi qui sotto elencati si riferiscono a entrambi in moduli in cui l'insegnamento è articolato (ossia tanto quello impartito dal prof. Ceccarelli, che quello impartito dal prof. Grandi).

Testi d'esame

- P.A. Toninelli, "Storia d'impresa", Il Mulino, 2006;
- R. Petri, "Storia economica d'Italia", Il Mulino, 2002;
- L. Gallino, "La scomparsa dell'Italia industriale", Einaudi, 2003;
- Dispense fornite dai docenti durante il corso.



STORIA DELLE IMPRESE – MODULO 2

BUSINESS HISTORY – PART 2

Docente: Prof. Alberto GRANDI

SSD: SECS-P/12; CFU: 5

Corsi di studio: Amministrazione e Direzione Aziendale

Obiettivi

Il corso intende ricostruire le linee evolutive dell'impresa nel mondo occidentale dalla rivoluzione industriale ai giorni nostri. Particolare attenzione verrà dedicata al caso italiano dall'unificazione agli anni del "miracolo economico", delineandone i mutamenti strutturali e organizzativi e valutandone il contributo apportato dal settore industriale allo sviluppo economico del Paese. Le linee interpretative proposte suggeriranno altresì come nel caso italiano le piccole imprese abbiano svolto un ruolo centrale in questo processo.

Sono previsti interventi e testimonianze da parte di imprenditori e amministratori di aziende.

Programma

- I caratteri e le fasi del processo di industrializzazione
- I modi di produzione prima dell'industrializzazione: i caratteri strutturali di un'economia pre-industriale e la conformazione del settore secondario. Il ruolo del mercante-imprenditore.
- La grande trasformazione: la rivoluzione industriale inglese, l'avvento del sistema di fabbrica e il sopravvento della tecnologia.
- La figura dell'imprenditore nella teoria economica e la sua evoluzione storica.
- L'evoluzione economica italiana dall'Unità alla prima guerra mondiale
- L'impresa pubblica e il caso italiano
- I nuovi paradigmi teorici nel secondo dopoguerra

Testi d'esame

- P.A. Toninelli, "Storia d'impresa", Il Mulino, 2006;
- R. Petri, "Storia economica d'Italia", Il Mulino, 2002;
- L. Gallino, "La scomparsa dell'Italia industriale", Einaudi, 2003;
- Dispense fornite dal docente durante il corso.



STORIA DELL'INTEGRAZIONE EUROPEA
HISTORY OF EUROPEAN INTEGRATION

Docente: Prof. Stefano MAGAGNOLI

SSD: SECS-P/12; CFU: 9

Corsi di studio: CLEM

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso analizza le dinamiche storiche di lungo periodo del processo di integrazione europea, sia dal punto di vista politico e culturale sia da quello economico.

Nella prima parte si analizzerà il lento maturare dell'idea di unità europea, soffermandosi sulle spinte e sulle resistenze incontrate nel corso dei secoli.

Nella seconda parte l'accento sarà invece posto sul processo di costruzione, dopo la Seconda guerra mondiale, delle istituzioni europee e sulle opportunità da esse offerte alle diverse economie continentali di crescere, espandersi e integrarsi.

Le lezioni saranno condotte in modo tradizionale con l'obiettivo di formare negli studenti una conoscenza critica delle dinamiche politiche, culturali ed economiche dell'Europa unita.

Lo svolgimento di approfondimenti in aula rende consigliabile la frequenza.

L'esame si svolgerà in forma scritta (domande aperte) alla fine del corso.

Libri di testo

Heiki Mikkeli, *Europa. Storia di un'idea e di un'identità*, Bologna, il Mulino, 2002.

Bino Olivi e Roberto Santaniello, *Storia dell'integrazione europea*, Bologna, il Mulino, 2010.

Nuno Valério, «Europe in the mirror of Germany: to what extent does German unification (1815-1888) prefigure the unification of Europe (1947-...)?», in *The Journal of European Economic History*, 2, 2012, pp. 117-146.



STORIA ECONOMICA A-D
ECONOMIC HISTORY

Docente: Prof. Gianluca PODESTA'

SSD: SECS-P/12; CFU: 9

Corsi di studio: L18

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso è strutturato in due moduli:

1. Il primo intende porre in risalto e analizzare, in una prospettiva diacronica, alcune grandi tematiche di fondo concernenti l'evoluzione dei sistemi e delle istituzioni economiche, per offrire un'efficace introduzione ai temi e ai problemi affrontati dalle altre discipline studiate.
2. Il secondo delinea l'evoluzione economica dalla rivoluzione industriale inglese ai giorni nostri, enfatizzando le trasformazioni economiche, sociali e culturali indotte dall'industrializzazione e dallo sviluppo economico. La seconda parte del corso sarà dedicata alla crescente integrazione dell'economia internazionale, alle innovazioni tecnologiche e alle modificazioni dei settori economici contemporanei.

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo:
<http://economia.unipr.it/docenti/podesta>

Testi di riferimento

1. Antonio Di Vittorio (a cura di), Dall'espansione allo sviluppo. Una storia economica d'Europa, Torino, Giappichelli, 2011 (3ª edizione)
2. Per lo studio si consiglia di utilizzare come traccia le slide disponibili sul sito docente.



STORIA ECONOMICA E-N
ECONOMIC HISTORY

Docente: Prof. Claudio BARGELLI

SSD: SECS-P/12; CFU: 9

Corsi di studio: L18

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso è strutturato in due moduli:

1. Il primo intende porre in risalto e analizzare, in una prospettiva diacronica, alcune grandi tematiche di fondo concernenti l'evoluzione dei sistemi e delle istituzioni economiche, per offrire un'efficace introduzione ai temi e ai problemi affrontati dalle altre discipline studiate.
2. Il secondo delinea l'evoluzione economica dalla rivoluzione industriale inglese ai giorni nostri, enfatizzando le trasformazioni economiche, sociali e culturali indotte dall'industrializzazione e dallo sviluppo economico. La seconda parte del corso sarà dedicata alla crescente integrazione dell'economia internazionale, alle innovazioni tecnologiche e alle modificazioni dei settori economici contemporanei.

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo:
<http://economia.unipr.it/docenti/bargelli>

Testi di riferimento

1. Antonio Di Vittorio (a cura di), Dall'espansione allo sviluppo. Una storia economica d'Europa, Torino, Giappichelli, 2011 (3ª edizione)
2. Per lo studio si consiglia di utilizzare come traccia le slide disponibili sul sito docente.



STORIA ECONOMICA O-Z
ECONOMIC HISTORY

Docente: Prof. Alberto GRANDI

SSD: SECS-P/12; CFU: 9

Corsi di studio: L18

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso è strutturato in due moduli:

1. Il primo intende porre in risalto e analizzare, in una prospettiva diacronica, alcune grandi tematiche di fondo concernenti l'evoluzione dei sistemi e delle istituzioni economiche, per offrire un'efficace introduzione ai temi e ai problemi affrontati dalle altre discipline studiate.
2. Il secondo delinea l'evoluzione economica dalla rivoluzione industriale inglese ai giorni nostri, enfatizzando le trasformazioni economiche, sociali e culturali indotte dall'industrializzazione e dallo sviluppo economico. La seconda parte del corso sarà dedicata alla crescente integrazione dell'economia internazionale, alle innovazioni tecnologiche e alle modificazioni dei settori economici contemporanei.

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo:
<http://economia.unipr.it/docenti/grandi>

Testi di riferimento

1. Antonio Di Vittorio (a cura di), Dall'espansione allo sviluppo. Una storia economica d'Europa, Torino, Giappichelli, 2011 (3ª edizione)
2. Per lo studio si consiglia di utilizzare come traccia le slide disponibili sul sito docente.



TECNICA DELLE ASSICURAZIONI E DELLE FORME PENSIONISTICHE
INSURANCE AND PENSION FUND TECHNIQUE

Docente: Prof.ssa Annamaria OLIVIERI

SSD SECS-S/06 - CFU 8

Corsi di studio: Finanza e Risk Management

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso si propone di:

- presentare i principi tecnici di base delle gestioni assicurative e pensionistiche;
- esaminare i prodotti che offrono una copertura assicurativa per rischi vita e rischi non vita, le forme assicurative di risparmio previdenziale e le rendite pensionistiche;
- discutere le fasi del processo di risk management per un assicuratore e per un fondo pensioni.

Al termine del corso lo studente avrà acquisito le nozioni attuariali di base per comprendere il calcolo dei premi, la formazione delle riserve, la valutazione dell'utile e l'analisi delle tradizionali azioni di risk management assicurativo.

Le conoscenze acquisite dallo studente interessano vari ruoli nell'ambito del settore assicurativo e previdenziale. All'esterno di tale settore, le conoscenze consentono una migliore comprensione dei servizi assicurativi di risk management (per aziende) o di gestione del risparmio (prodotti pensionistici individuali).

Informazioni varie sul corso (programma dettagliato, modalità d'esame, ecc.) sono pubblicate nella sezione Materiali didattici.

E' al momento disponibile il programma dettagliato dell'a.a. 2010/2011. Il programma dettagliato dell'a.a. 2012/2013 sarà pubblicato nella stessa sezione al termine delle lezioni.

Libri di testo

Olivieri A., Pitacco E. *Introduction to insurance mathematics. Technical and financial features of risk transfers*. Springer, 2011 integrato con slide del corso e esercizi, disponibili sul sito del corso e in Ufficio Fotocopie (l'Ufficio Fotocopie del Dipartimento è l'unico centro autorizzato alla distribuzione del materiale integrativo).



TEMI SPECIALI DI BILANCIO

ADVANCED THEMES REGARDING FINANCIAL STATEMENT

Docente: Prof.ssa Veronica TIBILETTI

SSD: SECS-P/07; CFU: 9

Corsi di studio: Amministrazione e Direzione Aziendale

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Gli schemi e la costruzione del bilancio d'esercizio.

Le singole voci di bilancio e la relativa valutazione secondo i principi contabili nazionali. In particolare:

- immobilizzazioni immateriali, materiali e finanziarie
- operazioni finanziarie
- rimanenze
- calcolo e contabilizzazione delle imposte
- contabilizzazione del consolidato fiscale nazionale
- la continuità aziendale nei bilanci
- l'informativa su operazioni con parti correlate

Il rendiconto finanziario

La relazione sulla gestione al bilancio d'esercizio

Casi pratici di lettura di bilanci d'esercizio

Libri di testo

Organismo Italiano di Contabilità, I principi contabili nazionali



URBAN AND LOCAL POLICIES

Lecturer: Prof.ssa Franca MIANI

M-GGR/02; CFU: 8

Courses of study: elective subject for International Business and Development

Objectives of the course

Today is extremely complicated to predict and plan the future of collective interests and urban life. Deep transformation is underway both in developing countries where rapid urban growth is expected and in areas like Europe where urbanisation is consolidated. Everywhere new theory and technological innovation is attempting to identify successful strategies. The problem is not to determine whether urban growth will occur or not, but to identify the desired type of growth.

The most recent urban developments have complicated the problems involved in governing cities. Public authorities are faced with new requirements for interventions, regarding highly complex themes such as supporting local developments, social developments and integrations, the refurbishment of deteriorated urban districts, and housing policies.

The aim of the course is firstly to provide students with the skills that will enable them to understand and manage the complexity of the social and economic development of the urban and local area. Secondly will provide a theoretical approach, with examples, to models of public intervention aimed at developing urban contemporary cities.

During the course will be discussed case of studies with the involving of students.

Prerequisites: none

Course contents:

From the crisis of cities to their relaunch. Culture and events in the process of urban transformation.

New policy and strategy for urban development.

Sustainable development.

Practical examples and case histories, both national and international.

Teaching methods

Lectures and case studies.

Open Space Technology.

Assessment methods

Attending students: presentation results of Open Space Technology project.

Non attending students: oral final exam.

Recommended readings:

At disposal: Copy Service, Department of Economics (ground floor).