

LA FORMAZIONE POST-LAUREA .....	7
I MASTER UNIVERSITARI “PONTE” .....	11
“AMMINISTRAZIONE E DIREZIONE AZIENDALE” .....	11
1. Obiettivo .....	11
2. Attività formativa e crediti universitari .....	12
3. Ammissione .....	13
4. Per informazioni contattare: .....	13
“ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE AGROALIMENTARI” .....	14
1. Obiettivo .....	14
2. Attività formativa e crediti universitari .....	14
3. Ammissione .....	15
4. Per informazioni contattare: .....	16
“FINANZA E RISK MANAGEMENT” .....	17
1. Obiettivo .....	17
2. Attività formativa e crediti universitari .....	17
3. Ammissione .....	19
4. Per informazioni contattare: .....	19
“MARKETING DELL’INFORMAZIONE” .....	20
1. Obiettivo .....	20
2. Attività formativa e crediti universitari .....	20
3. Ammissione .....	22
4. Per informazioni contattare: .....	22
“TRADE MARKETING E POLITICHE DI VENDITA” .....	23
1. Obiettivo .....	23
2. Attività formativa e crediti universitari .....	24

3.	Ammissione .....	25
4.	Per informazioni contattare: .....	25
MASTER UNIVERSITARI LIBERI .....		27
“AMMINISTRAZIONE AZIENDALE PER LA LIBERA		
PROFESSIONE” .....		
1.	Obiettivo .....	27
2.	Attività formativa e crediti universitari .....	27
3.	Ammissione .....	29
4.	Per informazioni contattare: .....	29
“COMMERCIALIZZAZIONE E LOGISTICA DEI		
PRODOTTI AGROALIMENTARI” .....		
1.	Obiettivo .....	30
2.	Attività formativa e crediti universitari .....	30
3.	Ammissione .....	32
4.	Per informazioni contattare: .....	33
“CORPORATE BANKING” .....		
1.	Obiettivo .....	34
2.	Attività formativa e crediti universitari .....	35
3.	Ammissione .....	37
4.	Per informazioni contattare: .....	37
GESTIONE DEL RISPARMIO “e- Mgiere” .....		
1.	Obiettivi .....	38
2.	Attività formativa e crediti universitari .....	39
3.	Ammissione .....	42
4.	Per informazioni contattare: .....	42
"LAVORO E WELFARE LOCALE" .....		
1.	Obiettivo .....	44

2.	Attività formativa e crediti universitari .....	44
3.	Ammissione .....	45
4.	Per informazioni contattare: .....	46
“PRIVATE BANKING” .....		47
1.	Obiettivo .....	47
2.	Attività formativa e crediti universitari .....	48
3.	Ammissione .....	52
4.	Per informazioni contattare: .....	52
“SVILUPPO LOCALE” .....		54
1.	Obiettivo .....	54
2.	Attività formativa e crediti universitari .....	54
3.	Ammissione .....	56
4.	Per informazioni contattare: .....	56
I CORSI DI PERFEZIONAMENTO .....		58
“MASTER IN MARKETING MANAGEMENT” QUARTA EDIZIONE .....		59
1.	Obiettivo .....	59
2.	Attività formativa .....	59
3.	Comitato Scientifico .....	61
4.	Ammissione .....	62
5.	Imprese Partners .....	62
6.	Per informazioni contattare: .....	63
CORSO DI “CONSULENZA AVANZATA NEL SETTORE ASSICURATIVO” .....		64
1.	Obiettivo .....	64
2.	Attività formativa .....	64
3.	Per informazioni contattare: .....	65

CORSO DI “CONSULENZA GLOBALE ALLA CLIENTELA RETAIL” .....	66
1.    Obiettivo .....	66
2.    Attività formativa .....	66
3.    Per informazioni contattare: .....	67
CORSO DI “CONTROLLO DI GESTIONE” .....	68
1.    Obiettivo .....	68
2.    Attività formativa .....	68
3.    Ammissione .....	69
4.    Per informazioni contattare: .....	70
CORSO PER “ESPERTO IN GESTIONE NEL SETTORE DISTRIBUZIONE BEVERAGE” (QUINTA EDIZIONE HO.RE.CA DISTECH).....	71
1.    Obiettivo .....	71
2.    Attività formativa .....	71
3.    Ammissione .....	72
4.    Per informazioni contattare: .....	72
CORSO DI “FINANZA AZIENDALE” .....	74
1.    Obiettivo .....	74
2.    Attività formativa .....	74
3.    Ammissione .....	75
4.    Per informazioni contattare: .....	76
CORSO DI “PRINCIPI CONTABILI INTERNAZIONALI” .....	77
1.    Obiettivo .....	77
2.    Attività formativa .....	77
3.    Ammissione .....	79
4.    Per informazioni contattare: .....	79

## LA FORMAZIONE POST-LAUREA

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

Successivamente al conseguimento della Laurea, l'offerta formativa delle Università si suddivide in due principali ambiti.

Un primo ambito è costituito da attività di lungo termine come i Master universitari (di primo livello e di secondo livello), le Lauree specialistiche, i Corsi di specializzazione ed i Dottorati di ricerca.

Nel secondo ambito rientrano, invece, i Corsi di perfezionamento, mirati a fornire competenze distintive ai partecipanti secondo un progetto didattico mirato in funzione delle esigenze specifiche dell'audience.

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

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

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

I Dottorati di ricerca consentono di acquisire competenze necessarie per esercitare attività di ricerca di alta qualificazione presso Università, Enti pubblici, Organizzazioni ed imprese private.

Tutti questi prodotti culturali consentono di conseguire, al

termine del percorso didattico, un titolo legalmente riconosciuto, maturando nel caso del Master , anche dei crediti formativi universitari spendibili in successivi percorsi di studio.

**Il portafoglio di prodotti culturali della Facoltà di Economia di Parma.** Relativamente all'offerta in portafoglio, la Facoltà di Economia ha progettato una serie di Lauree specialistiche, che verranno ufficialmente varate il prossimo anno accademico (2004-2005). Proprio in vista dell'avvio di tali Lauree, alcuni dei Master attivati dalla Facoltà di Economia hanno la funzione di consentire ai neolaureati di iscriversi alle Lauree specialistiche con il riconoscimento dei crediti formativi maturati durante la frequenza degli stessi secondo modalità indicate in dettaglio nelle schede di seguito predisposte.

È opportuno sottolineare che la proposta formativa post-laurea è in costante evoluzione ed ampliamento. Di conseguenza si consiglia, a coloro che sono interessati ad approfondire la propria preparazione dopo la Laurea, di informarsi sulle nuove iniziative culturali poste in essere dalla Facoltà.

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

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

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

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

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

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

Come anticipato, preme evidenziare che la Facoltà di Economia sta predisponendo il programma delle Lauree specialistiche, le quali connoteranno in modo distintivo l'offerta formativa successiva alla Laurea triennale a partire dall'anno accademico 2004-2005.

Per consentire agli Studenti di iscriversi a tali corsi senza dover attendere infruttuosamente il prossimo anno, alcuni dei Master di seguito illustrati hanno la funzione di fare da "ponte" rispetto alle future Lauree specialistiche. Essi sono congegnati in modo che il titolo conseguito ed i 60 crediti maturati saranno integralmente riconosciuti sostituendo, nel complesso, un anno della Laurea specialistica collegata.

In sostanza, lo Studente che frequenterà tali Master, disporrà delle seguenti possibilità :

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

oppure

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

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

I Master di questo tipo che la Facoltà attiva già dal presente A.A. sono:

- Amministrazione e Direzione Aziendale, di preparazione alla **Laurea specialistica in “Amministrazione e Direzione Aziendale”**;
- Economia e Gestione delle Imprese Agroalimentari, di preparazione alla **Laurea specialistica in “Economia e Gestione delle Imprese Agroalimentari”**;
- Finanza e Risk Management, di preparazione alla **Laurea specialistica in “Finanza e Risk Management”**;
- Marketing dell'Informazione, di preparazione alla **Laurea specialistica in “Economia e Marketing dell'Informazione”**;
- Trade Marketing e Politiche di Vendita, di preparazione alla **Laurea specialistica in “Trade Marketing e Strategie Commerciali”**.

## **I MASTER UNIVERSITARI “PONTE”**

### **“AMMINISTRAZIONE E DIREZIONE AZIENDALE”**

**Referente: Prof. Stefano Azzali**

#### **1. Obiettivo**

Il Master in Amministrazione e Direzione Aziendale intende formare professionisti nell'amministrazione, direzione e controllo delle aziende private, pubbliche e delle istituzioni non profit in grado di assumere posizioni di responsabilità nella gestione e nell'amministrazione delle aziende nel loro complesso come pure di specifiche funzioni aziendali.

Il Master si propone di sviluppare conoscenze approfondite sul funzionamento dei sistemi aziendali, con particolare riferimento alle seguenti aree:

- programmazione e controllo della gestione;
- sistemi informativi integrati di contabilità generale ed analitica;
- costruzione e analisi dei bilanci di esercizio e consolidati;
- comunicazione economico finanziaria interna ed esterna e rapporto con gli investitori;
- pianificazione fiscale e giuridica delle attività aziendali.

## 2. Attività formativa e crediti universitari

### *Articolazione generale dell'attività formativa*

Il percorso di studi del Master in Amministrazione e Direzione Aziendale si compone di due parti.

La prima parte è svolta in aula secondo le modalità di didattica sia frontale sia interattiva. La seconda parte verte sullo svolgimento di un project work che si propone di sperimentare le conoscenze acquisite verificandole direttamente nelle aziende. I casi aziendali sono orientati a rilevare i molteplici aspetti dell'amministrazione e della direzione delle aziende nei differenti profili economici, finanziari, fiscali e giuridici.

### *Moduli didattici e crediti maturati*

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

<b>MODULI DIDATTICI</b>	<b>CREDITI</b>
Ragioneria internazionale	4
Economia dei gruppi aziendali	4
Programmazione e controllo	4
Analisi dei costi	4
Contabilità delle aziende pubbliche	5
Revisione aziendale	9
Tax planning internazionale	4
Diritto tributario	4
Diritto del governo e del controllo societario	5
Elementi di economia tributaria	5
Prova finale	12
Totale complessivo	60

### *Processo di valutazione*

Al termine del percorso formativo è prevista la realizzazione da parte degli allievi di un project work che verrà presentato in forma di elaborato scritto e sarà oggetto di discussione.

### **3. Ammissione**

Il Master è rivolto ad un numero massimo di 50 partecipanti e verrà attivato al raggiungimento di un numero minimo di 15 iscritti.

Possono accedere al Master in Amministrazione e Direzione Aziendale i titolari di:

- Laurea triennale della classe 17 o 28;
- Laurea quadriennale dell'area Economica e in Scienze politiche

Per l'avvio del corso è necessaria l'iscrizione di almeno 15 partecipanti in possesso di Laurea triennale maturata nelle classi 17 e/o 28.

### **4. Per informazioni contattare:**

- Sito web: <http://economia.unipr.it/master.htm>
- Tutor: Dott. Veronica Tibiletti – Dipartimento di Economia;
- Docente di riferimento: Prof. Stefano Azzali - Dipartimento di Economia; Tel.: 0521-032492; e-mail: [stefano.azzali@unipr.it](mailto:stefano.azzali@unipr.it)

## “ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE AGROALIMENTARI”

**Referente: Prof. Marco Zuppioli**

### **1. Obiettivo**

Il corso di Master in Economia e Gestione delle Imprese Agroalimentari (EGIAGRA) vuole formare una figura professionale destinata a raggiungere posizioni direttive nelle aree aziendali interessate all'acquisizione delle materie prime ed alla valorizzazione e commercializzazione dei prodotti agroalimentari. Queste aree costituiscono quelle soggette ai maggiori cambiamenti per effetto delle innovazioni di processo e/o di prodotto proprie della fase della trasformazione e per le dinamiche che investono la distribuzione agroalimentare in un mercato globalizzato.

La rilevanza della proposta formativa di seguito esposta è particolarmente giustificata dalle caratteristiche del bacino di utenza dell'Università degli Studi di Parma, il cui territorio è caratterizzato da una economia fortemente legata allo sviluppo del sistema agroalimentare

### **2. Attività formativa e crediti universitari**

#### *Articolazione generale dell'attività formativa*

Il corso per Master EGIAGRA è articolato in due periodi. Durante la prima fase le attività formative svolte in aula prevedono 300 ore di lezioni frontali distribuite tra le aree tematiche indicate di seguito.

La formazione in aula e lo studio individuale sono integrati, durante la seconda fase, da un periodo dedicato allo sviluppo, da parte

dello studente, di un project work cui, con la prova finale, vengono riconosciuti crediti formativi specifici.

*Moduli didattici e crediti maturati*

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

<b>MODULI DIDATTICI</b>	<b>CREDITI</b>
Bilancio consolidato	5
Economia internazionale (commercio, tassi, cambi)	5
Economia agroalimentare (corso avanzato)	10
Commercio internazionale e politica agroalimentare	10
Gestione della qualità nell'agroalimentare	5
Marketing dei prodotti agroalimentari (corso avanzato)	5
Diritto della sicurezza alimentare	5
Strumenti di programmazione nel sistema agroalimentare	5
Prova finale	10
Totale complessivo	60

*Processo di valutazione*

Al termine del percorso formativo è prevista la realizzazione da parte degli allievi di un project work che verrà presentato in forma di elaborato scritto e sarà oggetto di discussione.

Al giudizio complessivo concorrono le seguenti componenti:

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

**3. Ammissione**

Il Master è rivolto ad un numero massimo di 50 partecipanti e verrà attivato al raggiungimento di un numero minimo di 25 iscritti.

Possono accedere al Master in Economia e Gestione delle Imprese Agroalimentari titolari di Laurea conseguita preferibilmente nelle Facoltà di Economia, Scienze politiche e Agraria.

Per l'avvio del Corso è necessaria l'iscrizione di almeno 15 partecipanti in possesso di Laurea triennale maturata nelle classi 17 e/o 28.

**4. Per informazioni contattare:**

- Sito web: <http://www.unipr.it/arpa/dipseq/egiagra>
- Segreteria organizzativa : Sezione di Economia Agroalimentare – Dipartimento di Studi Economici e Quantitativi ; Tel.: 0521- 032414; Fax: 0521- 032498; e-mail: [agroalim@unipr.it](mailto:agroalim@unipr.it)
- Docente di riferimento: Prof. Marco Zuppiroli - Dipartimento di Studi Economici e Quantitativi; Tel.: 0521-032468; e-mail: [marco.zuppiroli@unipr.it](mailto:marco.zuppiroli@unipr.it)

## “FINANZA E RISK MANAGEMENT”

**Referente: Prof. Annamaria Olivieri**

### **1. Obiettivo**

Il corso di Master in Finanza e Risk Management intende formare diplomati con solide competenze nella gestione di portafogli finanziari e di prodotti finanziari complessi, nonché nell’analisi e gestione del rischio finanziario e, più in generale, dei rischi economici d’impresa.

Il piano formativo prevede:

- la comprensione delle principali metodologie quantitative ed economico-aziendali, in particolare mediante l’acquisizione dei principali strumenti quantitativi applicati all’economia dei prodotti e dei mercati finanziari, della finanza delle assicurazioni e dei modelli aziendali di analisi del rischio degli operatori finanziari e assicurativi;
- l’applicazione di tali metodologie e strumenti al campo della finanza e delle assicurazioni;
- l’acquisizione di conoscenze giuridiche inerenti alla regolamentazione del sistema finanziario.

### **2. Attività formativa e crediti universitari**

*Articolazione generale dell’attività formativa*

Il percorso di studi del Master in Finanza e Risk Management si compone di due parti.

La prima parte è svolta in aula secondo le modalità di didattica sia frontale sia interattiva. La seconda parte verte sullo svolgimento di un project work finalizzato da parte dei singoli allievi.

L'attività didattica frontale risponde all'obiettivo di fornire conoscenze. L'attività didattica interattiva (che include anche testimonianze da parte di esperti del settore finanziario e assicurativo) nonché lo svolgimento del project work sono invece mirati all'acquisizione di adeguate competenze, mediante implementazione degli strumenti acquisiti in problemi e casi configurati sui reali bisogni delle imprese.

#### *Moduli didattici e crediti maturati*

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

<b>MODULI DIDATTICI</b>	<b>CREDITI</b>
Gestione del rischio	10
Finanza delle assicurazioni e della previdenza	5
Calcolo numerico applicato alla finanza	5
Risk management	5
Analisi fondamentale	5
Analisi tecnica	5
Previsioni finanziarie	5
Istituzioni di diritto dei mercati finanziari	5
Altre attività	5
Prova finale	10
Totale complessivo	60

#### *Processo di valutazione*

La prova finale per il conseguimento del diploma di Master in Finanza e Risk Management consiste nell'analisi e discussione di un

problema avente interesse operativo e attinente al percorso di studio, eventualmente sviluppato nell'ambito di un'esperienza di stage.

### **3. Ammissione**

Il Master è rivolto ad un numero massimo di 50 partecipanti e verrà attivato al raggiungimento di un numero minimo di 15 iscritti.

Possono accedere al Master in Finanza e Risk Management i titolari di:

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

Per l'avvio del corso è necessaria l'iscrizione di almeno 15 partecipanti in possesso di Laurea triennale maturata nelle classi 17 e/o 28.

### **4. Per informazioni contattare:**

- Sito web: <http://economia.unipr.it/master.htm>
- Segreteria organizzativa : Dipartimento di Economia; Tel.: 0521- 032467; Fax: 0521- 032529; e-mail: [economia@unipr.it](mailto:economia@unipr.it)
- Docente di riferimento: Prof. Annamaria Olivieri - Dipartimento di Economia; Tel.: 0521-032387; e-mail: [annamaria.olivieri@unipr.it](mailto:annamaria.olivieri@unipr.it)

## “MARKETING DELL’INFORMAZIONE”

**Referenti: Prof. Andrea Cerioli – Prof. Valentino Gandolfi**

### **1. Obiettivo**

Il Master in Marketing dell’Informazione intende formare dei profili professionali con competenze integrate nel trattamento delle informazioni utili al governo delle diverse istituzioni economiche e in particolare delle imprese, quali realtà in rapido cambiamento.

Il Master è finalizzato a sbocchi professionali in attività web based connesse a internet marketing, project management, supply chain management, customer relationship management, database marketing management, site management, data e web mining.

Il Master prevede, da un lato, lo sviluppo in chiave specialistica delle basi economiche e del marketing e, dall’altro lato, l’apprendimento dell’uso degli strumenti per l’acquisizione, l’elaborazione, la comunicazione e la valorizzazione delle informazioni. Il corso intende pertanto integrare le conoscenze economiche e di marketing con quelle tecnologiche sul fronte di internet e dell’analisi dei dati.

### **2. Attività formativa e crediti universitari**

#### *Articolazione generale dell’attività formativa*

Il percorso di studi del Master in Marketing dell’Informazione si compone di due parti.

La prima parte è svolta in aula secondo modalità didattiche tradizionali e interattive. La seconda consiste nello studio di un caso

aziendale o in uno eventuale stage e, contestualmente richiede lo svolgimento di un project work finalizzato da parte degli allievi.

*Moduli didattici e crediti maturati*

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

<b>MODULI DIDATTICI</b>	<b>CREDITI</b>
Direct, data base e internet marketing	5
Marketing strategico: l'innovazione collaborativa	4
Strategie di e-business	5
Supply chain management	5
Comunicazione integrata e vertical branding	4
Informatica per internet	5
Sistemi informativi per il marketing	4
Analisi dei dati e data mining	5
Modelli statistici per il web mining	4
Costruzione e gestione di siti web	3
Prova finale	16
Totale complessivo	60

*Processo di valutazione*

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

Al giudizio complessivo concorrono le seguenti componenti:

- 10% la discussione del project work;
- 30% il project work svolto con il coordinamento di un docente di un ambito formativo;
- 60% le verifiche svolte al termine dei moduli secondo modalità definite nell'ambito dei moduli medesimi.

### **3. Ammissione**

Il Master è rivolto ad un numero massimo di 50 partecipanti e verrà attivato al raggiungimento di un numero minimo di 15 iscritti.

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

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

Per l'avvio del corso è necessaria l'iscrizione di almeno 15 laureati triennali nelle classi 17 e/o 28.

### **4. Per informazioni contattare:**

- Sito web: <http://lid.unipr.it/masterinfo2>
- Dipartimento di Economia; Tel.: 0521-032006; e-mail: [masterinfo@economia.econ.unipr.it](mailto:masterinfo@economia.econ.unipr.it)
- Segreteria organizzativa : Dipartimento di Economia ; Tel.: 0521- 032467; Fax: 0521- 032529; e-mail: [economia@unipr.it](mailto:economia@unipr.it)
- Docenti di riferimento:
  - Prof. Andrea Cerioli - Dipartimento di Economia; Tel.: 0521-032491; e-mail: [andrea.cerioli@unipr.it](mailto:andrea.cerioli@unipr.it);
  - Prof. Valentino Gandolfi - Dipartimento di Economia; Tel.: 0521-032438; e-mail: [valentino.gandolfi@unipr.it](mailto:valentino.gandolfi@unipr.it)

## “TRADE MARKETING E POLITICHE DI VENDITA”

**Referente: Prof. Daniele Fornari**

### **1. Obiettivo**

Il Master in Trade Marketing e Politiche di Vendita intende formare dei profili professionali di marketing in grado di affrontare e gestire le nuove sfide di mercato delle imprese. In particolare si tratta della formazione di competenze basate sia su una solida formazione economica sia su un'innovativa formazione riguardante le attività di trade marketing intese in senso lato. Fra queste attività quelle più significative riguardano: la valutazione dei modelli di consumo e di acquisto, l'analisi del posizionamento competitivo delle imprese, la pianificazione delle risorse di marketing in un'ottica di prodotto/canale/cliente, la selezione dei canali di vendita, la creazione e la gestione di sistemi informativi di mercato sui canali di vendita, lo sviluppo di tecniche di negoziazione nei rapporti di fornitura, l'applicazione delle leve di micromarketing nei punti di vendita, lo sviluppo di piani di category management, l'implementazione delle iniziative di comunicazione e di store promotion, l'organizzazione di reti di vendita industriali, la progettazione dei sistemi logistici.

In generale il Master si propone di favorire l'ingresso dei partecipanti nel mercato del lavoro con riguardo alle funzioni di: marketing manager, store manager, key account manager, buyer/responsabile acquisti, category manager, merchandising manager, capi area/ capi zona, product manager, responsabile della logistica, sales manager, trade marketing manager, channel manager, research manager, responsabile pianificazione media, ecc.

## 2. Attività formativa e crediti universitari

### *Articolazione generale dell'attività formativa*

Il percorso di studi del Master in Trade Marketing e Politiche di Vendita si compone di due parti.

La prima parte è svolta in aula secondo le modalità di didattica sia frontale sia interattiva. La seconda parte verte sullo svolgimento di un project work finalizzato da parte dei singoli allievi.

### *Moduli didattici e crediti maturati*

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

<b>MODULI DIDATTICI</b>	<b>CREDITI</b>
Politiche di vendita industriale	25
Analisi dei modelli di consumo	
Economia del micromarketing	
Politiche di prezzo	
Economia del category management	
Analisi della complessità	10
Economia dell'informazione e della pubblicità	
Sistemi di pianificazione e controllo delle vendite	5
Metodi per la logistica commerciale	5
Storia dell'innovazione commerciale ed industriale	5
Diritto della negoziazione	3
Prova finale	7
Totale complessivo	60

### *Processo di valutazione*

Al termine del percorso formativo è prevista la realizzazione da parte degli allievi di un project work che verrà presentato in forma di elaborato scritto e sarà oggetto di discussione.

Al giudizio complessivo concorrono le seguenti componenti:

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

### **3. Ammissione**

Il Master è rivolto ad un numero massimo di 70 partecipanti e verrà attivato al raggiungimento di un numero minimo di 15 iscritti.

Possono accedere al Master in Trade Marketing e Politiche di Vendita i titolari di:

- Laurea triennale della classe 17 o 28;
- Laurea quadriennale dell'area Economica e in Scienze politiche

L'iscrizione al Master è consentita anche ai laureandi triennali e quadriennali "sotto condizione" di aver conseguito il titolo di laurea entro la data di avvio del corso.

Per l'avvio del corso è necessaria l'iscrizione di almeno 15 partecipanti in possesso di Laurea triennale maturata nelle classi 17 e/o 28.

### **4. Per informazioni contattare:**

- Sito web: <http://lid.unipr.it/mastertrade/>

- Tutor: Dott. Sebastiano Grandi – Dipartimento di Economia; Tel.: 0521-032524; e-mail: [sebastiano\\_grandi@yahoo.it](mailto:sebastiano_grandi@yahoo.it)
- Segreteria organizzativa : Ufficio dottorandi (Via Kennedy, 12 – Area Marketing – 2° piano) ; Tel.: 0521-032524; Fax: 0521- 032393
- Docente di riferimento: Prof. Daniele Fornari - Dipartimento di Economia; Tel.: 0521-032394; e-mail: [daniele.fornari@unipr.it](mailto:daniele.fornari@unipr.it)

## **MASTER UNIVERSITARI LIBERI**

### **“AMMINISTRAZIONE AZIENDALE PER LA LIBERA PROFESSIONE”**

**Referente: Prof. Paolo Andrei**

#### **1. Obiettivo**

Il Master in Amministrazione Aziendale per la Libera Professione intende formare i partecipanti alle attività libero professionali attinenti alla consulenza aziendale svolta nell'ambito della libera professione di Dottore e Ragioniere Commercialista.

Il percorso formativo del Master risulta particolarmente adeguato per tutti coloro che svolgono il triennio di praticantato propedeutico al sostenimento dell'Esame di Stato per l'abilitazione all'esercizio della libera professione.

#### **2. Attività formativa e crediti universitari**

##### *Articolazione generale dell'attività formativa*

Il corso per Master - onde favorire coloro che svolgono attività di praticantato presso studi professionali – prevede che le lezioni si svolgano dal lunedì al venerdì, su tre pomeriggi settimanali.

Al termine del percorso formativo attinente ai diversi insegnamenti impartiti nel corso del Master, è prevista la realizzazione da parte degli allievi di un “project work”, che consiste nella elaborazione di un caso di studio su argomenti sviluppati nel corso

della pratica professionale svolta in concomitanza con la frequenza del Master.

*Moduli didattici e crediti maturati*

Il Master universitario in Amministrazione Aziendale per la Libera Professione consentirà ai partecipanti il conseguimento di complessivi 60 crediti formativi universitari, ripartiti nei Settori Scientifico-Disciplinari indicati nel piano degli studi di cui alla tabella sotto riportata.

<b>MODULI DIDATTICI</b>	<b>CREDITI</b>
Diritto Tributario	4
Tax planning internazionale	5
Diritto delle procedure concorsuali	5
Revisione Aziendale	5
Analisi e contabilità dei costi	4
Temi speciali di bilancio	5
Bilancio consolidato	5
Contabilità delle aziende pubbliche	5
Operazioni di gestione straordinaria	4
Ragioneria internazionale	4
Tirocinio formativo	4
Prova finale	10
Totale complessivo	60

*Processo di valutazione*

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

Al termine del percorso formativo attinente ai diversi

insegnamenti è prevista la realizzazione di un project work, consistente nella elaborazione e discussione di un caso di studio su argomenti sviluppati nel corso della pratica professionale svolta in concomitanza con la frequenza del Master.

### **3. Ammissione**

Il numero massimo di allievi che potranno frequentare il Master è fissato in 60, mentre non sarà attivato se il numero di allievi sarà inferiore a 20.

Possono accedere al Master universitario in Amministrazione Aziendale per la Libera Professione i laureati quadriennali dell'area Economica e in Scienze politiche ed i laureati triennali delle classi 17 e 28.

Tutti gli allievi del Master dovranno, in concomitanza con la frequenza delle lezioni, essere impegnati in attività di praticantato presso studi professionali.

### **4. Per informazioni contattare:**

- Sito web: <http://economia.unipr.it/master.htm>
- Tutor: Dott. Veronica Tibiletti – Dipartimento di Economia;
- Docente di riferimento: Prof. Paolo Andrei - Dipartimento di Economia; Tel.: 0521-032381; e-mail: [paolo.andrei@unipr.it](mailto:paolo.andrei@unipr.it)

## “COMMERCIALIZZAZIONE E LOGISTICA DEI PRODOTTI AGROALIMENTARI”

**Referenti: Prof. Filippo Arfini - Prof. Corrado Giacomini**

### **1. Obiettivo**

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

### **2. Attività formativa e crediti universitari**

#### *Articolazione generale dell'attività formativa*

Il corso per Master in CLAA è articolato su due periodi per complessive 1500 ore. Il primo periodo, dedicato ad attività formative svolte in aula, prevede 480 ore distribuite tra 4 aree tematiche:

- sistema agroalimentare e commercio internazionale;
- qualità e sicurezza alimentare: strumenti e politiche;
- rapporti clienti/fornitori ed organizzazione di filiera;
- logistica e razionalizzazione dei flussi agroalimentari.

Il secondo periodo, invece, è dedicato ad uno stage aziendale per complessive 500 ore di presenza in un'impresa operante nei settori economici pertinenti ai contenuti formativi previsti per il corso di Master. La selezione delle aziende e degli stage viene effettuata dal

Consiglio di Corso del Master.

*Moduli didattici e crediti maturati*

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

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

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

*Processo di valutazione*

Come indicato il progetto formativo è articolato in 4 unità tematiche seguite dal periodo di stage in azienda. Al termine di ogni unità tematica è prevista una prova intermedia. Dopo il tirocinio, per una valutazione del periodo di permanenza in azienda, ogni partecipante redige una relazione sul caso aziendale che potrà

dimostrare le conoscenze apprese nella parte teorica.

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

Al giudizio complessivo concorrono le seguenti componenti:

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

### **3. Ammissione**

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

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

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

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

#### **4. Per informazioni contattare:**

- Sito web:  
[www.unipr.it/arpa/dipseq/Master/MasterCLAA.htm](http://www.unipr.it/arpa/dipseq/Master/MasterCLAA.htm)
- Tutor: Dott. Simona Barbieri – Dipartimento di Studi Economici e Quantitativi; Tel.: 0521-032519; e-mail: [barbieri@nemo.unipr.it](mailto:barbieri@nemo.unipr.it)
- Segreteria organizzativa : Sezione di Economia Agroalimentare – Dipartimento di Studi Economici e Quantitativi; Tel.: 0521-032414; Fax: 0521-032498; e-mail: [agroalim@unipr.it](mailto:agroalim@unipr.it)
- Docente di riferimento: Prof. Corrado Giacomini, Direttore del Master CLAA - Dipartimento di Studi Economici e Quantitativi, Tel.: 0521-032415; e-mail: [corrado.giacomini@unipr.it](mailto:corrado.giacomini@unipr.it)

## “CORPORATE BANKING”

**Referente: Prof. Stefano Monferrà**

### **1. Obiettivo**

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

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

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

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

formativo svolto.

## **2. Attività formativa e crediti universitari**

### *Articolazione generale dell'attività formativa*

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

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

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

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

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

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

Il secondo periodo è dedicato ad uno stage aziendale presso banche o imprese volto ad approfondire uno specifico tema scelto dal

partecipante e organizzato come lavoro di ricerca.

*Moduli didattici e crediti maturati*

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

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

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

Organizzazione e gestione delle relazioni e dei gruppi	2
Le problematiche fiscali delle imprese	2
Altre attività	7,5
Stage aziendale	8
Prova finale	2
<b>Totale complessivo</b>	<b>60</b>

*Processo di valutazione*

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

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

### **3. Ammissione**

Il Master in Corporate Banking prevede un numero massimo di 30 partecipanti ed un numero minimo di 15 iscritti.

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

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

### **4. Per informazioni contattare:**

- Sito web: [www.mastercorporatebanking.it](http://www.mastercorporatebanking.it)

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

## GESTIONE DEL RISPARMIO “E- MGIERRE”

**Referente: Prof. Stefano Monferrà**

### 1. Obiettivi

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

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

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

disposizione dei partecipanti uno o più tutor.

Le Università partecipanti sono:

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

## **2. Attività formativa e crediti universitari**

### *Articolazione generale dell'attività formativa*

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

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

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

La formazione a distanza consiste nella frequenza di un'attività didattica on line (attraverso ad esempio esercitazioni e discussioni guidate) e nello studio on line (attraverso ad esempio navigazioni guidate di siti Web, mappe concettuali, esercitazioni individuali e test

di autovalutazione); è previsto poi l'utilizzo di diversi strumenti di comunicazione e consultazione (bacheca, calendario, chat, conference, FAQ, formulario, glossario e posta elettronica).

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

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

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

*Le aree tematiche:*

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

Il corso è articolato su più periodi.

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

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

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

#### *Moduli didattici e crediti maturati*

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

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

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

#### *Processo di valutazione*

La valutazione dell'attività svolta dai partecipanti avviene prima

di tutto attraverso il continuo monitoraggio delle modalità e dei tempi di navigazione del sito e la rilevazione della frequenza delle presenze alle attività tradizionali.

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

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

### **3. Ammissione**

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

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

### **4. Per informazioni contattare:**

- Sito web: [www.masternetwork.org](http://www.masternetwork.org)
- Tutor: Dott.ssa Beatrice Ronchini – Dipartimento di Economia; Tel.: 0521-902489; e-mail: [bea.ronchini@libero.it](mailto:bea.ronchini@libero.it)

- Segreteria organizzativa : Segreteria emmegierre ; Tel.: 06-72595930; Fax: 06-2040219; e-mail: [emmegierre.segreteria@sefemeq.uniroma2.it](mailto:emmegierre.segreteria@sefemeq.uniroma2.it)
- Docente di riferimento: Prof. Stefano Monferrà - Dipartimento di Economia; Tel.: 0521-902396; e-mail: [stefano.monferra@unipr.it](mailto:stefano.monferra@unipr.it)

## "LAVORO E WELFARE LOCALE"

**Referente: Prof. Gianni Geroldi**

### **1. Obiettivo**

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

### **2. Attività formativa e crediti universitari**

#### *Articolazione generale dell'attività formativa*

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

#### *Moduli didattici e crediti maturati*

Il conseguimento del Master in Lavoro e Welfare Locale consentirà ai partecipanti il conseguimento di complessivi 60 crediti

formativi universitari, ripartiti nei Settori Scientifico-Disciplinari indicati nel piano degli studi di cui alla tabella sotto riportata.

<b>MODULI DIDATTICI</b>	<b>CREDITI</b>
Il mercato del lavoro	5
Il diritto del lavoro	5
Le politiche di welfare	5
Politiche del lavoro e servizi per l'impiego	5
L'organizzazione e le risorse umane	5
L'impresa	5
Progettazione degli interventi formativi	5
Metodologie e tecniche di ricerca e analisi dei dati	5
Stage aziendale	15
Prova finale	5
Totale complessivo	60

#### *Processo di valutazione*

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

### **3. Ammissione**

Il numero massimo di allievi che potranno frequentare il Master è fissato in 30, mentre non sarà attivato se il numero di allievi sarà inferiore a 20.

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

**4. Per informazioni contattare:**

- Sito web: [www.laboratoriolsp.it](http://www.laboratoriolsp.it)
- Tutor: Dott. Simona Maiocchi – Dipartimento di Economia – Sezione di Scienze Economiche; Tel.: 0521-032523; e-mail: [lablsp@unipr.it](mailto:lablsp@unipr.it)
- Segreteria organizzativa : Sezione di Scienze Economiche; Tel.: 0521- 032523; Fax: 0521- 032402; e-mail: [lablsp@unipr.it](mailto:lablsp@unipr.it)
- Docente di riferimento: Prof. Gianni Geroldi - Dipartimento di Economia; Tel.: 0521-032523; e-mail: [giovanni.geroldi@unipr.it](mailto:giovanni.geroldi@unipr.it)

## “PRIVATE BANKING”

**Referente: Prof. Stefano Monferrà**

### **1. Obiettivo**

Il Master in Private Banking intende formare esperti private nel settore della consulenza finanziaria alle famiglie. L'attenzione è, in particolare, rivolta a neolaureati in discipline economiche interessati ad acquisire un'elevata specializzazione nel settore della gestione del risparmio.

A tal fine, il Master presenta una articolazione dell'attività didattica che consente di sviluppare pienamente l'insieme delle problematiche che caratterizzano questa particolare area tematica. La continua evoluzione dei sistemi finanziari, la globalizzazione dei processi di investimento e l'introduzione di nuovi e più sofisticati strumenti finanziari nonché l'evidente modificazione dei bisogni e delle problematiche connesse alle scelte di investimento delle famiglie, stanno rendendo la consulenza finanziaria un'attività per la quale si richiedono forti competenze specifiche.

Unitamente alle capacità relazionali, la gestione del rapporto con la clientela necessita, infatti, di una solida base di conoscenze tecniche e di una costante attività di aggiornamento. Il percorso formativo del Master è articolato in modo tale da fornire non solo l'acquisizione delle specifiche competenze, ma anche di sviluppare, nei partecipanti, una autonoma capacità di *problem solving*.

## **2. Attività formativa e crediti universitari**

### *Articolazione generale dell'attività formativa*

Il Master presenta una impostazione didattica orientata principalmente alla formazione di tipo tradizionale (diretta) alla quale, però, si affianca anche una parte di formazione a distanza (*e-learning*). La formazione a distanza, che consiste nello studio on line attraverso navigazioni guidate di siti, esercitazioni individuali, simulazioni, test di autovalutazione, ecc. rappresenta un profilo innovativo dell'attività didattica in grado di rafforzare il processo di apprendimento del partecipante. L'attività di formazione a distanza viene svolta attraverso la navigazione del sito del Master; essa non richiede dunque competenze o strumenti particolari se non quelli necessari per l'accesso ad Internet e per la navigazione dei siti.

La partecipazione al Master, che ha una durata complessiva di 12 mesi, si configura per i partecipanti come un impegno a tempo pieno per otto ore al giorno, cinque giorni su sette.

Il percorso formativo del Master in Private Banking si articola su due periodi per circa 1500 ore complessive di attività. Di queste circa 2/3 sono dedicati alla didattica in aula e on line mentre le rimanenti ore sono impiegate nell'attività sul campo.

Sinteticamente, la prima parte del corso prevede:

- lezioni di tipo frontale
- svolgimento e discussione di casi,
- attività in piccoli gruppi,
- simulazioni, esercitazioni e analisi su PC e *business game*,

- interventi di testimoni aziendali e di professionisti operanti nel settore.

Le attività suddette potranno essere svolte in maniera tradizionale piuttosto che utilizzando una piattaforma multimediale di E-learnig.

La seconda parte è, invece, dedicata ad attività sul campo. Si tratta di un periodo di stage aziendale presso primarie istituzioni finanziarie, o presso altre istituzioni finanziarie, volto ad approfondire uno specifico tema scelto dal partecipante e organizzato come lavoro/progetto di ricerca.

#### *Moduli didattici e crediti maturati*

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

L'attività formativa di base è organizzata su 5 Moduli fondamentali articolati su diversi percorsi tematici ed è completata dalla presenza di alcuni seminari specialistici.

- **Analisi di scenario e regolamentazione dell'attività di gestione del risparmio**
- **Il mercato e gli strumenti della gestione del risparmio**
- **Asset allocation e valutazione delle performance**
- **Assetti istituzionali, organizzazione degli operatori e canali distributivi**
- **Gestione delle relazioni con la clientela**

Nel **Primo Modulo** si approfondiscono in primo luogo i temi legati all'analisi dello scenario macroeconomico e delle previsioni finanziarie, in quanto indispensabile premessa a qualsiasi processo di investimento. Contemporaneamente si fornisce una visione complessiva dei vincoli e delle norme (di vigilanza) che regolano

l'attività dei oggetti che operano nel settore della gestione del risparmio. Si intende in questo modo fornire un quadro di riferimento di natura economica e giuridica nel quale il consulente finanziario si trova a dover operare.

Il **Secondo Modulo** concentra la sua attenzione sull'analisi delle caratteristiche della domanda e dell'offerta di investimenti finanziari nonché sui diversi mercati finanziari nei quali queste si incrociano. L'evoluzione degli strumenti finanziari e la crescente differenziazione dei fabbisogni di investimento hanno determinato una crescente articolazione e personalizzazione dei servizi offerti alla famiglie decretandone l'accesso a mercati molto differenziati per caratteristiche e posizionamento geografico. Il secondo modulo affronta anche il tema degli strumenti di investimento a disposizione del private banker sia in termini descrittivi che di valutazione rischio-rendimento. Una completa disamina degli strumenti a disposizione sui mercati finanziari: dalle classiche azioni ed obbligazioni, agli strumenti derivati e strutturati per arrivare a considerare quelli di natura immobiliare e assicurativa rappresenta, infatti, la necessaria premessa per svolgere una adeguata attività di allocazione.

Nel **Terzo Modulo** si introducono le politiche di investimento a livello di portafoglio e lo studio del processo e delle tecniche di asset allocation. Le strategie di allocazione del risparmio, utili per la costruzioni di portafogli differenziati in termini di rischio e rendimento attesi, vengono completate da una analisi degli strumenti a disposizione del consulente private per valutare i risultati delle scelte effettuate direttamente o dal gestore (valutazione delle performance).

Il **Quarto Modulo** è dedicato all'analisi delle strutture organizzative e delle strategie competitive degli operatori del settore nonché alle loro scelte in termini di canali distribuiti.

Il **Quinto Modulo**, infine, sviluppa le problematiche connesse alla gestione della relazione di clientela. In questo ambito vengono affrontati temi cruciali per gestire con successo il rapporto con il cliente a cominciare dall'analisi dei suoi bisogni, nell'ambito dei quali si inserisce un preciso riferimento all'ottimizzazione della variabile

fiscale, per poi passare all'analisi delle politiche di marketing e, da ultimo, alla gestione del processo di comunicazione e negoziazione con il cliente.

<b>MODULI DIDATTICI</b>	<b>CREDITI</b>
<b>PRIMO MODULO: Analisi di scenario e regolamentazione dell'attività di gestione del risparmio</b>	
Analisi dello scenario macroeconomico	1
Previsioni economiche e finanziarie	1
Regolamentazione dei mercati finanziari e dei servizi di investimento	2
<b>SECONDO MODULO: Il mercato e gli strumenti della gestione del risparmio</b>	
L'offerta di prodotti e servizi per la gestione del risparmio	1
I Mercati: tipologie e logiche di funzionamento	1
La domanda di prodotti e servizi delle famiglie	1
La valutazione dei titoli obbligazionari	1
La valutazione dei titoli azionari	1
Gli strumenti derivati e le tecniche di copertura del rischio	2
I titoli strutturati e gli Hedge Fund	2
Gli investimenti immobiliari	1
Gli investimenti previdenziali ed assicurativi	1
<b>TERZO MODULO: Asset allocation e valutazione delle performance</b>	
La valutazione dei titoli e portafogli azionari e obbligazionari	1
La valutazione dei portafogli mobiliari: una visione di insieme	2
Asset allocation	2
Stili di gestione e valutazione performance	2
Il funding per l'investimento finanziario	2
<b>QUARTO MODULO: Assetti istituzionali, organizzazione degli operatori e canali distributivi</b>	
Strategie, modelli istituzionali ed assetti organizzativi	1
Distribuzione: canali tradizionali ed innovativi	1
<b>QUINTO MODULO: La gestione delle relazioni con la clientela</b>	
Politiche di marketing	1

Analisi dei bisogni della clientela	2
L'ottimizzazione della variabile fiscale	1
Il Private banking per la famiglia imprenditrice	2
Comunicazione e negoziazione	2
Analisi e simulazione di casi sviluppati con Credem	2
Altre attività	13
Stage aziendale	8
Prova finale	3
<b>TOTALE</b>	<b>60</b>

### *Processo di valutazione*

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

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

### **3. Ammissione**

Il Master in Private Banking prevede un numero massimo di 30 partecipanti ed un numero minimo di 15 iscritti.

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

### **4. Per informazioni contattare:**

Tutor: Dott. Matteo Cotugno, Dott.ssa Beatrice Ronchini –

Dipartimento di Economia; Tel.: 0521-032462/ 902489; e-mail: [matteo.cotugno@mastercb.it](mailto:matteo.cotugno@mastercb.it), [bea.ronchini@libero.it](mailto:bea.ronchini@libero.it).

Segreteria organizzativa: Servizio Specializzazioni, via Voltorno, 39; Tel.: 0521-903704 - 903705;

Docente di riferimento: Prof. Stefano Monferrà - Dipartimento di Economia; Tel.: 0521-902396; e-mail: [stefano.monferra@unipr.it](mailto:stefano.monferra@unipr.it)

## “SVILUPPO LOCALE”

**Referente: Prof. Guglielmo Wolleb**

### **1. Obiettivo**

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

### **2. Attività formativa e crediti universitari**

#### *Articolazione generale dell'attività formativa*

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

La prima fase è dedicata ad attività formative svolte in aula per un totale di circa 480 ore. Diversi i moduli che vengono coperti per trasmettere la capacità di “leggere” il contesto socio-economico, di programmare, gestire e valutare progetti imprenditoriali, di favorire processi di cooperazione tra imprese ed istituzioni e di formulare politiche pubbliche per lo sviluppo locale.

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

### *Moduli didattici e crediti maturati*

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

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

<b>MODULI DIDATTICI</b>	<b>CREDITI</b>
Risorse, mercato e istituzioni dello sviluppo locale	3
Storia dello sviluppo locale	3
Politiche nazionali ed europee per lo sviluppo locale. Gli attori istituzionali: competenze, ruoli e forme cooperative	5
Teoria e pratica dell'azione collettiva	3
Strumenti delle politiche di sviluppo locale e delle politiche urbane	4
Statistica e metodi applicativi per l'analisi territoriale	3
Analisi operativa dei sistemi locali	3
Programmazione e ciclo dei progetti. Finanza di progetto. Monitoraggio e valutazione delle politiche pubbliche	6
Marketing territoriale	3
Politiche per le risorse umane	3
Economia e marketing dell'ambiente	2
Marketing dei beni culturali	2
Economia e marketing del turismo	2
Socializzazione dei partecipanti e sviluppo delle capacità relazionali e di leadership	1
Scrittura e comunicazione	1
Stage aziendale	16
Totale complessivo	60

### *Processo di valutazione*

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

- valutazione della fase d'aula che comprende prove intermedie, frequenza e livello di partecipazione in aula (35% della valutazione complessiva);
- valutazione della fase di stage (30% della valutazione complessiva);
- prova finale attraverso esami scritti ed orali (35% della valutazione complessiva).

### **3. Ammissione**

Il numero massimo di studenti ammessi al Master è 30; il numero minimo di iscritti per attivarlo è invece di 20 unità.

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

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

### **4. Per informazioni contattare:**

- Sito web: <http://economia.unipr.it/master.htm>
- Segreteria organizzativa : Albino Accame Tel.: 0522-576911; Fax: 0522-577508; e-mail:

staff.cremeria@nettuno.it

- Docente di riferimento: Prof. Guglielmo Wolleb-  
Dipartimento di Economia, Tel.: 3383139082; Fax 0521-  
032402; e-mail: [guglielmo.wolleb@unipr.it](mailto:guglielmo.wolleb@unipr.it)

## **I CORSI DI PERFEZIONAMENTO**

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

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

## “MASTER IN MARKETING MANAGEMENT” QUARTA EDIZIONE

**Referente: Prof. Gianpiero Lugli**

### **1. Obiettivo**

Il Master in Marketing Management nasce dalla collaborazione sottoscritta nel 1999 dall'Università degli Studi di Parma e dalla Business School de “Il Sole 24 ORE”.

Il corso è diretto a consentire ai partecipanti di:

- completare il livello di preparazione universitaria tramite l'assunzione di competenze specialistiche nell'ambito delle problematiche commerciali;
- acquisire competenze distintive sui temi relativi alle strategie e alle politiche di marketing;
- valorizzare le capacità individuali in modo da favorire l'inserimento in azienda in posizioni connotate da elevate responsabilità;
- assicurare una costante relazione con la business community.

### **2. Attività formativa**

#### *Articolazione generale dell'attività formativa*

Il corso prevede un percorso formativo di complessive 2000 ore, delle quali 750 di aula e 650 di stage in azienda per la realizzazione del Field Project. A queste ore di didattica e di stage

devono essere aggiunte 600 ore di studio individuale per la preparazione alle verifiche e la realizzazione dei progetti di lavoro.

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

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

#### *Moduli didattici*

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

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

- **Foundations:** Comportamento Organizzativo e Team Building, Strumenti Economici di base e Contesto Competitivo, Personal Computing e Data Mining, Analisi e Valutazioni Economico-Finanziarie;
- **Environment Competencies:** Marketing Strategico, Consumer Analysis, Trade Overview, Marketing Agro-Alimentare e Politiche di Filiera, Marketing Intelligence, Logistica e Supply Chain, Web Marketing, Marketing Organisation;
- **Marketing Core Competencies:** Trade Marketing, Innovazione e Product Management, Pricing Policy, Comunicazione, Pianificazione Media, Database Marketing e Customer Relationship Marketing, Retail Marketing, Rapporti di canale e Vertical Strategy, In Store Marketing, Budgeting e

Sistemi di Controllo per il Marketing;

- **Marketing Plan e Public Speaking:** Presentazione di un Piano di Marketing: analisi e valutazione dell'efficacia espositiva scritta e orale.

*Processo di valutazione e attestato finale*

Durante il corso sono previsti due momenti di verifica volti a fornire a Docenti e Partecipanti un puntuale ritorno circa l'efficacia del processo di apprendimento svolto in aula. La prima valutazione si svolge all'inizio del mese di gennaio e riguarda le tematiche in precedenza affrontate. La seconda si svolge in marzo ed attiene al secondo blocco del programma. Alla fine dello stesso mese sarà altresì valutato il Marketing Plan realizzato a livello di singolo gruppo.

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

Al termine del corso, ai partecipanti che hanno superato le prove di esame previste ed elaborato il progetto in azienda, viene consegnato un diploma nel quale si attesta la valutazione complessiva ottenuta nel corso dell'intero processo formativo. A coloro che hanno concluso il Master potranno essere riconosciuti sino a 70 crediti formativi universitari da utilizzarsi per l'iscrizione alla Laurea specialistica in Economia e Marketing dell'Informazione di prossima istituzione da parte della Facoltà di Economia.

### **3. Comitato Scientifico**

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

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

Fanno parte di tale Comitato i seguenti Accademici:

Prof. Riccardo Varaldo - Scuola Superiore di Studi S. Anna di Pisa -  
Presidente;  
Prof. Umberto Collesei - Università "Ca' Foscari" di Venezia;  
Prof. Gianni Cozzi - Università degli Studi di Genova;  
Prof. Gennaro Cuomo - Università "La Sapienza" di Roma;  
Prof. Giancarlo Ferrero - Università degli Studi di Urbino;  
Prof. Riccardo Lanzara - Università degli Studi di Pisa;  
Prof. Gianpiero Lugli - Università degli Studi di Parma;  
Prof. Alberto Marcati - Università "L.U.I.S.S." di Roma.

#### **4. Ammissione**

La partecipazione al Master è riservata ad un massimo di 40 giovani laureati e/o laureandi in qualsiasi disciplina. La selezione dei candidati viene realizzata attraverso i seguenti criteri: titolo di studio e votazione conseguita, conoscenza delle lingue straniere, test psico-attitudinale, eventuale esperienza di lavoro, colloquio individuale.

#### **5. Imprese Partners**

Barilla, Parmalat, Fondazione Cassa Di Risparmio Di Parma, Partesa, Hi-Know, Il Sole 24 Ore, Pick Up, Università degli Studi di Parma, Gruppo Pam, Gruppo Giovani dell'industria di Parma, Alfawassermann, Amps S.P.A., Auchan, Bolton Group, Bonduelle, Buongiorno.It, Carrefour, Catalina Marketing Italia, Chiesi Farmaceutici, Colgate/Palmolive, Conad, Coop Italia, Dalter, Danone, Davines, Fater, Ferrero, GFK – IHA, GPF & Associati, Granarolo, Granmilano, Gruppo Coin, Henkel, Indicod, Infomobility, Information Resources, Interdis, L'oreal, Metro, Montorsi, Nestle', Pac 2000, P&G, Richemont, Selex, Sixty, Sperlari, Tim, Trade Lab, Unigrana, Unilever, Wind Telecomunicazioni, Ysl Beaute.

**6. Per informazioni contattare:**

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

## CORSO DI “CONSULENZA AVANZATA NEL SETTORE ASSICURATIVO”

**Referente: Prof. Claudio Cacciamani**

### **1. Obiettivo**

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

### **2. Attività formativa**

#### *Articolazione generale dell'attività formativa*

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

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

#### *Moduli didattici*

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

- introduzione - fondamenti di bilancio di società ed enti pubblici, tecniche di marketing per aziende ed enti pubblici, fondamenti di diritto societario - (5 sessioni);

- rischi property (12 sessioni);
- rischi da interruzione di attività (3 sessioni);
- rischi da responsabilità civile (7 sessioni);
- prodotti assicurativi per dipendenti, dirigenti e amministratori (5 sessioni);
- assicurazione dei rischi e creazione di valore per gli azionisti (1 sessione);
- tecniche di comunicazione in relazione all'attività di marketing (3 sessioni).

*Processo di valutazione e attestato finale*

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

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

**3. Per informazioni contattare:**

- Sito web: [www.uniparmassicurazioni.it](http://www.uniparmassicurazioni.it)
- Tutor: Dott. Federica Ielasi – Dipartimento di Economia; Tel.: 0521-032462; Fax: 0521-902397; e-mail: [ielasi@nemo.unipr.it](mailto:ielasi@nemo.unipr.it), [federica.ielasi@uniparmassicurazioni.it](mailto:federica.ielasi@uniparmassicurazioni.it)
- Docente di riferimento: Prof. Claudio Cacciamani - Dipartimento di Economia; Tel.: 0521-032506; e-mail: [claudio.cacciamani@unipr.it](mailto:claudio.cacciamani@unipr.it)

## CORSO DI “CONSULENZA GLOBALE ALLA CLIENTELA RETAIL”

**Referente: Prof. Claudio Cacciamani**

### **1. Obiettivo**

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

### **2. Attività formativa**

#### *Articolazione generale dell'attività formativa*

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

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

#### *Moduli didattici*

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

- analisi del mercato;
- conoscenze tecnico professionali;
- profili di marketing: le nuove tecnologie nel mercato retail;

- tecniche di comunicazione in relazione all'attività retail.

*Processo di valutazione e attestato finale*

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

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

**3. Per informazioni contattare:**

- Sito web: [www.uniparmassicurazioni.it](http://www.uniparmassicurazioni.it)
- Tutor: Dott. Federica Ielasi – Dipartimento di Economia;  
Tel.: 0521-032462; Fax: 0521-032397; e-mail:  
[ielasi@nemo.unipr.it](mailto:ielasi@nemo.unipr.it),  
[federica.ielasi@uniparmassicurazioni.it](mailto:federica.ielasi@uniparmassicurazioni.it)
- Docente di riferimento: Prof. Claudio Cacciamani -  
Dipartimento di Economia; Tel.: 0521-032506; e-mail:  
[claudio.cacciamani@unipr.it](mailto:claudio.cacciamani@unipr.it)

## CORSO DI “CONTROLLO DI GESTIONE”

**Referente: Prof. Marco Elefanti**

### **1. Obiettivo**

Il corso si propone di affrontare, con un taglio prevalentemente applicativo, le tematiche attinenti alle tecniche di programmazione e controllo di gestione mediante la preventiva analisi di calcolo del costo e dei sistemi di budgeting. Trattandosi di un corso base, è dedicato ampio spazio alla discussione guidata di casi concreti con l'intento di favorire l'apprendimento delle tecniche relative all'implementazione di un processo di budget.

### **2. Attività formativa**

#### *Articolazione generale dell'attività formativa*

Il corso è organizzato dalla Facoltà di Economia in collaborazione con l'Associazione dei Laureati in Economia presso l'Università di Parma (ALECUP). Il corso, tenuto da docenti della Facoltà e da qualificati consulenti aziendali, si articola in dieci sessioni che si terranno presso le aule della Facoltà di Economia al sabato mattina, a partire dal 20 settembre, fino al 29 novembre 2003. Gli incontri avranno un taglio prettamente operativo, affiancando all'enunciazione dei problemi, l'analisi di casi aziendali tratti dall'esperienza professionale dei docenti.

#### *Moduli didattici*

Il programma comprende i seguenti moduli didattici:

- Il ruolo della funzione di programmazione e controllo di

gestione

- Le configurazioni di costo
- Metodologie di calcolo dei costi
- Metodologie innovative di calcolo del costo di prodotto: l'activity based costing
- Il controllo di gestione nelle aziende di servizi
- Implementare un sistema di controllo di gestione nelle aziende di servizi
- I costi standard
- I rendimenti e la produttività
- I sistemi di budget: concetti teorici di base
- Analisi delle problematiche relative all'implementazione di un processo di budget: risoluzione di un caso concreto
- La definizione di un sistema di controllo di gestione in una società di servizi pubblici: il caso amps spa
- La metodologia di calcolo dei costi di produzione in una impresa che produce su commessa. Esame di un caso concreto
- Il sistema informatico a supporto del controllo di gestione
- Analisi degli scostamenti e sistema di reporting
- Il balanced scorecard.

#### *Attestato finale*

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

### **3. Ammissione**

Il corso è rivolto a non più di 30 iscritti, non necessariamente “specialisti”, ed in particolare ai giovani laureati in economia che intendono approfondire materie che vanno assumendo crescente

importanza nelle imprese di piccole e medie dimensioni.

**4. Per informazioni contattare:**

- Coordinatore: Dott.ssa Isabella Mozzoni; e-mail: [i.mozzoni@studiomozzoni.it](mailto:i.mozzoni@studiomozzoni.it)
- Segreteria organizzativa ed iscrizioni: Junior Enterprise; Tel.: 0521- 902401; Fax: 0521- 902400; e-mail: [info@jeparma.it](mailto:info@jeparma.it)
- Docente di riferimento: Prof. Marco Elefanti - Dipartimento di Economia; e-mail: [marco.elefanti@unipr.it](mailto:marco.elefanti@unipr.it)

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

**Referente : Prof. Davide Pellegrini**

### **1. Obiettivo**

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

### **2. Attività formativa**

#### *Articolazione generale dell'attività formativa*

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

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

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

testimonianze aziendali dei soci della AFDB.

#### *Moduli didattici*

Il programma comprende i seguenti moduli didattici:

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

#### *Processo di valutazione e attestato finale*

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

### **3. Ammissione**

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

### **4. Per informazioni contattare:**

- Tutor: Dott. Roberta Giorgetti – Dott. Chiara D’Onofrio – Dipartimento di Economia; Tel.: 0521-032006; e-mail: rgiorgettida@libero.it
- Segreteria organizzativa : Dott. Roberta Giorgetti – Dott. Chiara D’Onofrio; Tel.: 0521-032006; Fax: 0521-032393; e-mail: rgiorgettida@libero.it
- Docente di riferimento: Prof. Davide Pellegrini - Dipartimento di Economia; Tel.: 0521-032011; e-mail:

[davide.pellegrini@unipr.it](mailto:davide.pellegrini@unipr.it)

## CORSO DI “FINANZA AZIENDALE”

### (PIANIFICAZIONE E CONTROLLO DELLA GESTIONE REDDITUALE E FINANZIARIA)

**Referente : Prof. Eugenio Pavarani**

#### **1. Obiettivo**

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

#### **2. Attività formativa**

##### *Articolazione generale dell'attività formativa*

Il corso è organizzato dalla Facoltà di Economia in collaborazione con l'Associazione dei Laureati in Economia presso l'Università di Parma (ALECUP). Il corso, tenuto da docenti della Facoltà, si articola in dieci sessioni che si terranno presso le aule della Facoltà di Economia al sabato mattina, a partire dal 20 settembre, fino al 29 novembre 2003. Gli incontri avranno un taglio prettamente operativo, affiancando all'enunciazione dei problemi, l'analisi di casi

aziendali tratti dall'esperienza professionale dei docenti.

#### *Moduli didattici*

Il programma comprende i seguenti moduli didattici:

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

#### *Attestato finale*

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

### **3. Ammissione**

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

**4. Per informazioni contattare:**

- Sito web:  
[www.unipr.it/arpa/facecon/Pavarani/pavarani.htm](http://www.unipr.it/arpa/facecon/Pavarani/pavarani.htm)
- Tutor: Dott. Andrea Vitali ; e-mail: [andrevit@tin.it](mailto:andrevit@tin.it)
- Segreteria organizzativa ed iscrizioni: Junior Enterprise;  
Tel.: 0521- 902401; Fax: 0521- 902400; e-mail:  
[info@jeparma.it](mailto:info@jeparma.it)
- Docente di riferimento: Prof. Eugenio Pavarani -  
Dipartimento di Economia; Tel.: 0521-032483; e-mail:  
[eugenio.pavarani@unipr.it](mailto:eugenio.pavarani@unipr.it)

## CORSO DI “PRINCIPI CONTABILI INTERNAZIONALI”

**Referente: Prof. Stefano Azzali**

### **1. Obiettivo**

Il corso si propone di affrontare, con un taglio prevalentemente applicativo, le tematiche attinenti le tecniche di redazione dei bilanci d'esercizio e consolidati nel quadro di riferimento dei principi contabili internazionali di prossima introduzione nell'ordinamento italiano. Trattandosi di un corso base, ampio spazio viene dedicato alla discussione guidata di casi pratici e esemplificazioni, fondandosi sulle rimarchevoli differenze rispetto alle tecniche ed ai principi attualmente in vigore nella prassi e nella normativa italiana.

Sono inoltre considerati, con particolare rilievo, gli aspetti critici inerenti le tematiche più innovative e di recente pubblicazione quali la valutazione degli strumenti finanziari e delle operazioni di copertura, il fair value, l'asset impairment e gli effetti pratici delle sostanziali differenze in materia di redazione dei bilanci consolidati.

### **2. Attività formativa**

#### *Articolazione generale dell'attività formativa*

Il corso è organizzato dalla Facoltà di Economia in collaborazione con l'Associazione dei Laureati in Economia presso l'Università di Parma (ALECUP). Il corso, tenuto da docenti della Facoltà e da qualificati managers di una primaria società di revisione,

si articola in cinque sessioni che si terranno presso le aule della Facoltà di Economia al venerdì pomeriggio, a partire dal 19 settembre, fino al 17 ottobre 2003. Gli incontri avranno un taglio prettamente operativo, affiancando all'enunciazione dei problemi, l'analisi di casi aziendali tratti dall'esperienza professionale dei docenti.

#### *Moduli didattici*

Il programma comprende i seguenti moduli didattici:

- L'International Accounting Standards Board
- Il processo di convergenza dell'UE verso i principi dello IASB
- La gestione del passaggio agli IAS
- Il Framework for preparation and presentation of financial statements
- Le SIC Interpretations
- Introduzione al confronto e alla rilevazione delle differenze rispetto alle fonti italiane per la redazione dei bilanci
- Imposte – IAS 12
- Le immobilizzazioni materiali – IAS 16 e 17
- Le immobilizzazioni immateriali – IAS 38
- La perdita permanente di valore – IAS 36
- IAS 19 e Fondo TFR
- IAS 32 – Esposizione in bilancio degli strumenti finanziari
- IAS 39 – Rilevazione e valutazione degli strumenti finanziari
- Tipologie di hedge accounting
- IAS 24 – Entità correlate
- IAS 22 – Business Combinations

#### *Attestato finale*

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

### **3. Ammissione**

Il corso è rivolto a non più di 30 iscritti, non necessariamente “specialisti”, ed in particolare ai giovani laureati in economia che intendono approfondire materie che vanno assumendo crescente importanza nelle imprese di piccole e medie dimensioni.

### **4. Per informazioni contattare:**

- Coordinatore: Dott. Edoardo Orlandoni; e-mail: [edoardo.orlandoni@it.pwc.com](mailto:edoardo.orlandoni@it.pwc.com)
- Segreteria organizzativa ed iscrizioni: Junior Enterprise; Tel.: 0521- 902401; Fax: 0521- 902400; e-mail: [info@jeparma.it](mailto:info@jeparma.it)
- Docente di riferimento: Prof. Stefano Azzali - Dipartimento di Economia; e-mail: [stefano.azzali@unipr.it](mailto:stefano.azzali@unipr.it)

Caro Collega,

per aggiornare la Guida ai Master per il prossimo anno accademico è necessario che verifichi l'esattezza delle informazioni che ti allego. Queste informazioni corrispondono al contenuto dell'ultima edizione della Guida.

Ti prego di provvedere ad inviarmi il materiale entro il 31 maggio; i tempi di preparazione della guida devono essere anticipati rispetto all'anno passato per tenere conto della scadenza delle iscrizioni al prossimo anno accademico.

Caro Collega,

per aggiornare la Guida ai Master per il prossimo anno accademico è necessario che mi invii le informazioni sui prodotti post lauream (master di nuova attivazione e corsi di formazione e/o perfezionamento) di cui sarai il referente per la nostra Facoltà.

Ti prego di provvedere ad inviarmi il materiale entro il 31 maggio; i tempi di preparazione della guida devono essere anticipati rispetto all'anno passato per tenere conto della scadenza delle iscrizioni al prossimo anno accademico.



