



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

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PARMA

FACOLTÀ DI ECONOMIA



**GUIDA AI
MASTER E
AI CORSI
POST-LAUREAM**

Facoltà di Economia

Anno accademico 2005/2006

LA FORMAZIONE POST-LAUREA E L'OFFERTA FORMATIVA DELLA FACOLTA' DI ECONOMIA	7
L'OFFERTA FORMATIVA DELLA FACOLTA' DI ECONOMIA	10
I MASTER UNIVERSITARI.....	11

“COMMERCIALIZZAZIONE E LOGISTICA DEI PRODOTTI AGROALIMENTARI”	11
1. Obiettivi	11
2. Attività formativa e crediti universitari	11
3. Ammissione	14
4. Per informazioni contattare:	14
“CORPORATE BANKING“	15
1. Obiettivi	15
1. Attività formativa e crediti universitari	16
2. Ammissione	18
3. Per informazioni contattare:	18
“FINANZA PER LO SVILUPPO”	19
1. Obiettivi	19
2. Attività formativa e crediti universitari	19
3. Ammissione	22
4. Per informazioni contattare:	22
“INTERNATIONAL BUSINESS”	25
1. Obiettivi	25
2. Attività formativa e crediti universitari	25
3. Ammissione	27
4. Per informazioni contattare:	27

“LAVORO, WELFARE E RISORSE UMANE” ..	29
1. Obiettivi	29
2. Attività formativa e crediti universitari	29
3. Ammissione	30
4. Per informazioni contattare:	31
“SVILUPPO LOCALE”	33
1. Obiettivi	33
2. Attività formativa e crediti universitari	33
3. Ammissione	35
4. Per informazioni contattare:	35
I CORSI DI PERFEZIONAMENTO	37
“MASTER IN MARKETING MANAGEMENT” SESTA EDIZIONE.....	37
1. Obiettivi	37
2. Attività formativa	38
3. Comitato Scientifico	40
4. Comitato dei Garanti e Comitato tecnico-scientifico	40
5. Ammissione	42
6. Imprese Partners	42
7. Per informazioni contattare:	42
CORSO DI “CONSULENZA AVANZATA NEL COMPARTO ASSICURATIVO”	45
1. Obiettivi	45
2. Attività formativa	45
3. Per informazioni contattare:	46
CORSO PER “ESPERTO IN GESTIONE NEL SETTORE DISTRIBUZIONE BEVERAGE” - SESTA EDIZIONE HO.RE.CA DISTECH	47
1. Obiettivi	47

2. Attività formativa	47
3. Ammissione	48
4. Per informazioni contattare:	48
I DOTTORATI DI RICERCA.....	49
“DETERMINAZIONE E COMUNICAZIONE DEL VALORE NELLE AZIENDE”	49
“ECONOMIA DELLE AZIENDE E DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE”	51
“ECONOMIA POLITICA E FINANZA PUBBLICA”	53
“GEOPOLITICA GEOSTRATEGIA E GEOECONOMIA”	55
“MERCATI E INTERMEDIARI FINANZIARI”	55

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

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

Oggi vi sono due livelli di laurea:

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

In alternativa all'iscrizione ad una laurea specialistica, al termine della laurea triennale, lo studente può accedere ad un master universitario di primo livello, che consiste in un corso di formazione permanente della durata di circa un anno e fornisce un minimo di 60 Crediti Formativi Universitari (CFU).

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

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

Per l'anno accademico 2005/06 la Facoltà di Economia dell'Università di Parma ha predisposto un ampio portafoglio di prodotti formativi delle tipologie descritte nella parte precedente.

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

Per l'anno accademico 2005/06 la Facoltà di Economia dell'Università di Parma ha istituito sei corsi di master universitario. Tali corsi sono attivati per rispondere ad esigenze di formazione di coloro che intendono entrare nel mondo del lavoro con competenze e strumentazioni avanzate.

In generale, i master sono aperti a tutti coloro che sono in possesso del titolo di laurea quadriennale, di laurea triennale o di altro titolo di studio conseguito all'estero e riconosciuto idoneo secondo la legislazione vigente. Nello specifico, ai fini dell'ammissione al corso, i singoli master possono eventualmente richiedere il possesso di particolari tipi di laurea.

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

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

Nell'offerta formativa della Facoltà di Economia dell'Università di Parma sono compresi anche diversi corsi di perfezionamento. Si tratta di prodotti connotati da un elevato livello qualitativo e volti a soddisfare le esigenze formative degli studenti che si apprestano ad entrare nel mercato del lavoro e necessitano di una formazione specifica.

Il contenuto, la durata e le modalità di svolgimento sono variabili da corso a corso, potendo prescindere dai vincoli normativi dell'offerta universitaria tradizionale.

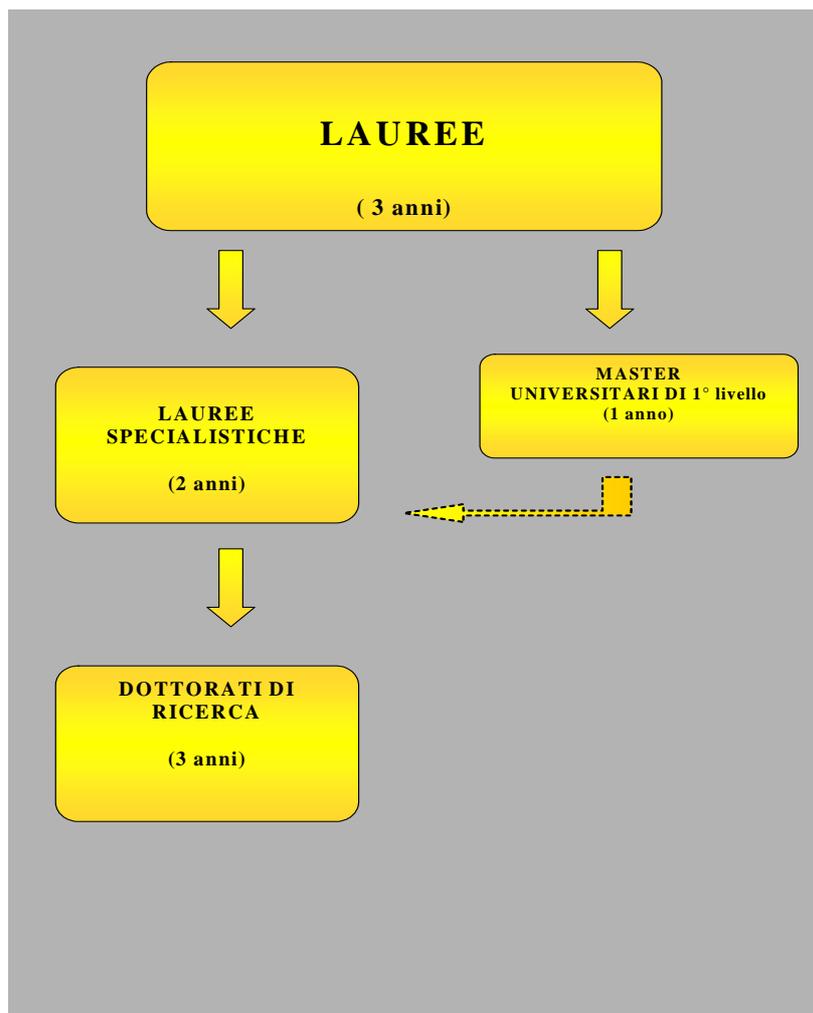
I corsi di perfezionamento si rivolgono sia ai laureati di Economia sia

ai laureati di altre facoltà, che intendono integrare le loro competenze per accedere più facilmente al mercato del lavoro e prevedono requisiti di ammissione specifici, differenti da corso a corso.

Il Dipartimento di Economia dell'Università di Parma è, infine, sede amministrativa o consorziata di alcuni dottorati di ricerca.

Il dottorato di ricerca ha una durata triennale. L'accesso è riservato agli studenti che abbiano conseguito una laurea specialistica ed avviene tramite concorso pubblico.

L'OFFERTA FORMATIVA DELLA FACOLTA' DI ECONOMIA



I MASTER UNIVERSITARI

“COMMERCIALIZZAZIONE E LOGISTICA DEI PRODOTTI AGROALIMENTARI” QUINTA EDIZIONE

Referenti:

Prof. Filippo Arfini - Prof. Corrado Giacomini

1. Obiettivi

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

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

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

2. Attività formativa e crediti universitari

Articolazione generale dell'attività formativa

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

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

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

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

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

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

Moduli didattici e crediti maturati

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

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

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

Processo di valutazione

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

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

Al giudizio complessivo concorrono le seguenti componenti:

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

project work;

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

3. Ammissione

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

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

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

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

4. Per informazioni contattare:

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

“CORPORATE BANKING“ QUARTA EDIZIONE

Referente: Prof. Stefano Monferrà

1. Obiettivi

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

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

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

Le metodologie didattiche utilizzate e il contatto diretto e costante con i docenti intendono offrire allo studente un percorso formativo che avvicinandosi all’esperienza 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.

1. Attività formativa e crediti universitari

Articolazione generale dell'attività formativa

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

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

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

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

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

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

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

Moduli didattici e crediti maturati

I crediti complessivamente attribuiti al completamento del Master sono 60.

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

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

Processo di valutazione

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

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

2. Ammissione

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

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

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

3. Per informazioni contattare:

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

“FINANZA PER LO SVILUPPO”

PRIMA EDIZIONE

Referenti:

Prof. Giulio Tagliavini - Prof. Alessandro Arrighetti

1. Obiettivi

← Formattati: Elenchi puntati e numerati

Il Master in Finanza per lo Sviluppo ha l'obiettivo di formare esperti in gestione di servizi finanziari orientati allo sviluppo. Il Master è promosso in collaborazione con Etimos, consorzio finanziario che raccoglie risparmio in Italia a sostegno di esperienze microimprenditoriali e programmi di microfinanza in Paesi in via di sviluppo e nelle aree di crisi economica.

Il settore della microfinanza sta sperimentando un processo di crescita e di innovazione che richiede la formazione specifica di personale qualificato. Tale processo evolutivo fa leva sull'utilizzo dell'attività finanziaria come strumento di sviluppo economico.

Il Master intende fornire una formazione teorica e pratica volta a dotare i partecipanti delle capacità analitiche necessarie per affrontare le problematiche della finanza per lo sviluppo (sostenibilità, accesso al credito, equa distribuzione delle risorse, gestione finanziaria e contabile), con un'attenzione particolare, anche se non esclusiva, verso i paesi di economia emergente.

Per agevolare la più estesa partecipazione, le ore di didattica in aula verranno svolte nelle sole giornate di venerdì e sabato.

2. Attività formativa e crediti universitari

← Formattati: Elenchi puntati e numerati

Articolazione generale dell'attività formativa

Il Master in Finanza per lo Sviluppo si svolge in un intero anno

accademico, per complessive 1500 ore di impegno per il partecipante. Il corso è articolato in due periodi.

Il primo periodo si compone di circa 480 ore di didattica in aula, da svolgersi il venerdì e il sabato, che si completano con circa 570 ore di studio individuale. L'attività didattica è suddivisa in 5 moduli, attraverso un approccio che si muove da un inquadramento generale dei problemi relativi alle aree in via di sviluppo verso un'analisi sempre più dettagliata, che passa attraverso il settore finanziario per arrivare ai progetti di microfinanza. Il primo modulo "Percorsi di analisi dello sviluppo" fornisce un inquadramento generale delle problematiche che caratterizzano le aree in via di sviluppo. Il secondo modulo "Governance delle istituzioni e dei mercati" si addentra nei meccanismi di funzionamento dei mercati e degli intermediari finanziari. Il terzo modulo "Strumenti operativi di base" fornisce gli strumenti operativi statistici e matematici necessari per valutare le caratteristiche del territorio di riferimento delle organizzazioni di microfinanza e per comprendere il funzionamento degli strumenti finanziari. Il quarto modulo "Analisi e prodotti per la microfinanza" è dedicato ai prodotti e ai progetti di finanza per lo sviluppo. Il quinto modulo "Tecniche manageriali e relazionali" fornisce alcuni strumenti utili per l'organizzazione e la gestione delle risorse umane nelle organizzazioni.

Il secondo periodo consiste in uno stage di circa 450 ore presso organizzazioni finanziarie nazionali ed internazionali, impegnate in progetti di finanza per lo sviluppo.

Il progetto si avvale dell'apporto di docenti sia di estrazione accademica sia di esperienza operativa particolarmente qualificata.

Moduli didattici e crediti maturati

I crediti complessivamente attribuiti al completamento del Master sono 60.

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

formative.

MODULI DIDATTICI	CREDITI
PRIMO MODULO: percorsi di analisi dello sviluppo	
Strumenti e politiche di sviluppo locale	4
Economia dello sviluppo	3
Antropologia dello sviluppo e di genere	2,5
SECONDO MODULO: governance delle istituzioni e dei mercati	
Economia degli intermediari finanziari	3,3
Gestione degli intermediari finanziari	3,3
Economia delle organizzazioni internazionali	3,3
Gestione e amministrazione delle istituzioni di microfinanza	2
TERZO MODULO: strumenti operativi di base	
Statistica applicata	2
Matematica finanziaria	2
QUARTO MODULO: analisi e prodotti per la microfinanza	
Analisi finanziaria e stima del fabbisogno	2,7
Project design dei programmi di microfinanza legati al contesto locale	3,3
Project management e project development dei programmi di microfinanza	3,3
Analisi e design di prodotti finanziari per le organizzazioni	2,7
Sviluppo di prodotti finanziari rivolti a utenti a basso reddito	2
Tecniche di fund raising	1,3

QUINTO MODULO: tecniche manageriali e relazionali	
Gestione delle relazioni e dei gruppi	1,3
Stage aziendale	15
Prova finale	3
Totale complessivo	60

Processo di valutazione

Al termine di ogni modulo è prevista una prova intermedia.

Al termine del Master è prevista una prova finale, che consiste nella valutazione dell'elaborato redatto a conclusione dello stage aziendale.

3. Ammissione

Il Master in Finanza per lo Sviluppo è rivolto a un numero massimo di 25 partecipanti. Il numero minimo per l'attivazione è di 15 iscritti.

Alla selezione possono partecipare i titolari di lauree triennali e quadriennali in Economia, Giurisprudenza, Ingegneria gestionale, Scienze politiche e in altri corsi di laurea che il Consiglio del Corso giudichi idonei all'atto della selezione.

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

← Formattati: Elenchi puntati e numerati

4. Per informazioni contattare:

- Sito web:
<http://www.unipr.it/arpa/facecon/tagliavini/mastermicrocr edito/>

← Formattati: Elenchi puntati e numerati

- Tutor: Dott.ssa Lucia Poletti; Dipartimento di Economia; Tel.: 0521-032014; Fax.: 0521-032397; e-mail: lucia.poletti@unipr.it
- Tutor: Dott.ssa Ilaria Urbinati; Etimos; Tel.: 049-8755116; Fax 049-8755714; e-mail etimos@etimos.it
- Docente di riferimento: Prof. Giulio Tagliavini; Dipartimento di Economia; Tel.: 0521-032437; e-mail: giulio.tagliavini@unipr.it
- Segreteria organizzativa: Dipartimento di Economia; Tel.: 0521-032270; Fax: 0521-032423; e-mail: raffaella.rebecchi@unipr.it
- Coordinatore in Etimos: Laura Foschi; foschi@etimos.it

“INTERNATIONAL BUSINESS”
TERZA EDIZIONE

Referente: Prof. Francesco Daveri

1. Obiettivi

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

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

2. Attività formativa e crediti universitari

Articolazione generale dell'attività formativa

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

nonché un progetto conclusivo sul campo da sviluppare su propria iniziativa sotto la supervisione di uno dei docenti del Master.

Moduli didattici e crediti maturati

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

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

Processo di valutazione

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

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

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

3. Ammissione

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

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

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

4. Per informazioni contattare:

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

“LAVORO, WELFARE E RISORSE UMANE” QUINTA EDIZIONE

Referente: Prof. Gianni Geroldi

1. Obiettivi

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

2. Attività formativa e crediti universitari

Articolazione generale dell'attività formativa

Il Master in Lavoro, welfare e risorse umane 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 sette aree tematiche. Il secondo periodo viene dedicato ad uno stage di 400 ore presso un'azienda per un'esperienza di inserimento lavorativo su

aspetti attinenti le discipline impartite nel corso.

Moduli didattici e crediti maturati

Il conseguimento del Master in Lavoro, welfare e risorse umane, consentirà ai partecipanti di ottenere 60 CFU (crediti formativi universitari), ripartiti nei Settori Scientifico-Disciplinari, come indicato nella tabella sotto riportata.

MODULI DIDATTICI	CREDITI
Economia del lavoro	6
Diritto del lavoro e legislazione sociale	6
Politiche per la protezione sociale nazionali e locali	8
Politiche del lavoro e servizi per l'impiego	8
Gestione delle risorse umane e rappresentanza	8
Organizzazione e management	5
Metodologia della ricerca e tecniche di analisi dei dati	8
Stage aziendale	8
Prova finale	3
Totale complessivo	60

Processo di valutazione

Sono previste prove di verifica (orale - scritta) per ogni unità formativa, 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 25; il numero minimo di iscritti è fissato in 18 unità.

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.org (alla voce Master); e-mail: lablsp@unipr.it
- Segreteria organizzativa: dott.ssa Clara Levrieri; Tel.: 0521- 032010; Fax: 0521- 032402; e-mail levrieri@nemo.unipr.it,
- Direttore del corso: Prof. Gianni Geroldi - Dipartimento di Economia; e-mail: geroldi@unipr.it

“SVILUPPO LOCALE” QUINTA EDIZIONE

Referente: Prof. Fabio Sforzi

1. Obiettivi

Il Master in Sviluppo Locale, promosso in partenariato con l'ente di formazione Centro Studio e Lavoro “La Cremeria” con sede a Cavriago (RE), è finalizzato a formare una figura professionale – l'agente di 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 che si completano con circa 520 ore di studio individuale. I diversi moduli che compongono il Master hanno l'obiettivo di sviluppare la capacità di effettuare analisi economiche e statistiche del territorio, di elaborare strategie di sviluppo locale, di programmare, gestire e valutare progetti imprenditoriali, di favorire processi di cooperazione tra imprese ed istituzioni e di formulare politiche pubbliche.

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

Moduli didattici e crediti maturati

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

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

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

Processo di valutazione

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

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

3. Ammissione

Il numero massimo di studenti ammessi al Master è 20; il numero minimo di iscritti per attivarlo è invece di 15 unità.

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

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

4. Per informazioni contattare:

- Siti web: <http://economia.unipr.it/master.htm>;
www.sviluppocale.unipr.it (master)
- Segreteria organizzativa: Dott.ssa Federica Catellani
Centro Studio e Lavoro "La Cremeria" di Cavriago (RE)
Tel. 0522 576911; Fax: 0522 577508
e-mail: sviluppocale@csl-cremeria.it
- Docente di riferimento: Prof. Fabio Sforzi
Dipartimento di Economia, Tel. 0521 032354 (dir.);
0521 032433; Fax 0521 032402
e-mail: fabio.sforzi@unipr.it

I CORSI DI PERFEZIONAMENTO

“MASTER IN MARKETING MANAGEMENT” SESTA EDIZIONE

Referente: Prof. Guido Cristini

1. Obiettivi

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

L’iniziativa è patrocinata da INDICOD-ECR, associazione di categoria che raggruppa oltre 28 mila imprese industriali e commerciali operanti nel settore dei beni di largo consumo.

Il corso è diretto a consentire ai partecipanti di:

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

2. Attività formativa

Articolazione generale dell'attività formativa

La Sesta Edizione del Master prende avvio il 26 settembre 2005 per concludersi il 8 settembre del 2006.

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

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

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

Moduli didattici

Il programma relativo alla fase di aula del corso si articola in 25 moduli didattici della durata di circa una settimana ciascuno.

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

- **Foundations:**

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

- **Environment Competence:**

Marketing Organization, Marketing Strategico, Analisi dei dati, Consumer Analysis, Trade Overview, Marketing Agro-Alimentare e Politiche di Filiera, Logistica e Supply Chain, Presentazione del Piano di Marketing;

- **Marketing Core Competence:**

Trade Marketing, Innovazione e Product Management, Retail Marketing, Rapporti di canale, Marketing Intelligence, Database Marketing e customer relationship marketing, Comunicazione, Pianificazione Media, Budgeting e Sistemi di Controllo per il Marketing, In Store Marketing;

- **Marketing Plan e Public Speaking:**

Presentazione di uno o due Piani di Marketing: analisi e valutazione dell'efficacia espositiva scritta e orale.

- **Business English:**

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

Processo di valutazione e attestato finale

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

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

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

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

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

Al termine del corso, ai partecipanti che hanno superato le prove

di esame previste ed elaborato il progetto in azienda, viene consegnato un diploma nel quale si attesta la valutazione complessiva ottenuta nel corso dell'intero processo formativo.

3. Comitato Scientifico

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

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

Fanno parte di tale Comitato i seguenti Accademici:

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

4. Comitato dei Garanti e Comitato tecnico-scientifico

Il Master Marketing Management si avvale di un Comitato dei Garanti composto da alcuni top manager di imprese industriali e commerciali leader.

Compito di tale comitato è quello di assicurare un costante interscambio di esperienze tra compagine aziendale e compagine accademica al fine di facilitare l'inserimento dei giovani in stage da parte delle imprese partner del Master.

COMITATO DEI GARANTI

- Dott. Nicola Ghelfi - Barilla
- Dott. Dario Rinero - Coca Cola Bevande Italia
- Dott. Gino Lugli - Ferrero
- Dott. Valerio Di Natale - Kraft Foods
- Dott. Giacomo Archi - Henkel
- Dott. Enrico Zanoni - Nestlè

Dal 2003 è stato altresì costituito un Comitato Tecnico-scientifico al quale partecipano i managers delle imprese che supportano il Master attraverso il riconoscimento di borse di studio e di stages aziendali.

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

Il Comitato è presieduto dal Direttore del Master Prof. Guido Cristini ed è composto dai Responsabili delle Risorse Umane e della Direzione Marketing delle seguenti Imprese:

- Barilla
- Carrefour
- Coca Cola Bevande Italia
- Ferrero
- Henkel
- L'Oreal
- Nestlè
- Partesa
- Procter & Gamble
- SMA Supermercati
- Unilever

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

6. Imprese Partners

Alfawassermann, Amps, Auchan, Barilla, Bologna Fiere, Bolton Group, Bonduelle, Buongiorno Vitaminic, Carrefour, Castorama, Catalina Marketing, Chiesi Farmaceutici, Chr Hansen, Coca Cola Bevande Italia, Coccinelle, Colgate Palmolive, Conad, Consodata, Coop, Dalter, Gruppo Danone, Davines, Eridania Sadam, Eurisko, Fater, Ferrero, Fondazione Cassa di Risparmio di Parma, Galbani, GFK – IHA, GPF & Associati, Granarolo, Granmilano, Greci Industria Alimentare, Gruppo Coin, Gruppo Pam, Henkel, Il Sole 24 Ore, Indicod, Infomobility, Interdis, Information Resources, Kraft, Leaf Italia, L'Oreal, Lince, Masterfoods, McCann Erickson, Metro, Microsoft, Mindshare, Montorsi, Nerosubianco, Nestle', Panem, Paramount, Parmacotto, Parmalat, Partesa, Procter & Gamble, Rosenthal, Selex, SMA Supermercati, TIM Telecomunicazioni, Trade Lab, Unigrana, Unilever, Wind Telecomunicazioni, Ysl Beaute.

7. Per informazioni contattare

- Sito web:
www.mastermarketingmanagement.it
oppure www.unipr.it
www.24oreformazione.com

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

CORSO DI “CONSULENZA AVANZATA NEL COMPARTO ASSICURATIVO”

Referente: Prof. Claudio Cacciamani

1. Obiettivi

Il corso fornisce le competenze e le tecniche per un'efficace consulenza ed offerta di soluzioni e coperture assicurative alla clientela 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 nella giornata di venerdì (mattina e pomeriggio).

Moduli didattici

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

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

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

Processo di valutazione e attestato finale

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

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

3. Per informazioni contattare:

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

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

Referente : Prof. Davide Pellegrini

1. Obiettivi

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

2. Attività formativa

Articolazione generale dell'attività formativa

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

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

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

Moduli didattici

Il programma comprende i seguenti moduli didattici:

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

Processo di valutazione e attestato finale

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

3. Ammissione

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

4. Per informazioni contattare:

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

I DOTTORATI DI RICERCA

“DETERMINAZIONE E COMUNICAZIONE DEL VALORE NELLE AZIENDE”

Coordinatore: Prof. Paolo Andrei

1. Obiettivi

Il Dottorato intende sviluppare un adeguato livello di conoscenze teoriche e di esperienze applicative sulle tematiche attinenti alle determinazioni quantitative aziendali, mediante un approccio che consenta di affrontare, in via integrata, le multiformi condizioni in cui si sviluppa il processo di determinazione e comunicazione del valore nelle aziende; sono quindi considerate sia le logiche operative proprie della comunicazione economica interna, sia quelle correlabili all’informativa che le aziende rivolgono all’ambiente economico esterno, tenendo conto anche delle problematiche suscitate dal contesto internazionale.

Dichiarato obiettivo del Dottorato consiste nel fornire ai frequentanti non solo una approfondita comprensione dei diversi modelli esistenti nelle dottrine economico-aziendali, ma anche di consentire loro di applicare concretamente le conoscenze apprese tramite un’attività di elevata interazione con qualificate aziende ed operatori del settore (essenzialmente tramite periodi di stage finalizzati allo sviluppo di progetti originali).

Grazie a questa impostazione, il Dottorato si prefigge di formare persone in grado di partecipare sia alla carriera accademica, sia in grado di occupare posizioni aziendali di rilievo nei settori dell’Amministrazione, della Finanza e delle Investor Relations.

2. Sede amministrativa e sedi consorziate

Sede amministrativa:

Università degli Studi di Parma

Sedi consorziate:

Università degli Studi di Brescia

Università degli Studi di Genova

Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia

Università degli Studi di Verona

3. Per informazioni contattare

Prof. Paolo Andrei

Università degli Studi di Parma

Dipartimento di Economia

Via Kennedy, 6 – 43100 PARMA

e-mail: paolo.andrei@unipr.it

“ECONOMIA DELLE AZIENDE E DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE”

Coordinatore: Prof. A. Zangrandi

1. Obiettivi

L'obiettivo del Dottorato di Ricerca in Economia delle Aziende e delle Amministrazioni Pubbliche è dare una solida formazione sulla metodologia della ricerca in generale e sulle diverse teorie e approcci di carattere aziendale, con specifico riferimento al contesto giuridico-politico e sociale in cui operano le amministrazioni pubbliche. Vengono considerate le relazioni delle aziende e degli enti pubblici con le imprese e con il contesto internazionale (ad es. integrazione europea) e la partecipazione ad organismi internazionali.

I principali percorsi formativi previsti riguardano i cambiamenti che investono il settore pubblico e l'autonomia delle aziende pubbliche. La contabilità nelle aziende pubbliche: caratteristiche dei sistemi di contabilità pubblica, il finanziamento del sistema delle aziende pubbliche; sistemi di contabilità pubblica analizzati con specifico riferimento alle aziende sanitarie, ospedaliere, alle regioni, enti locali, università, scuole superiori, ipab, ecc.. I processi di programmazione e controllo nelle aziende pubbliche: sistemi di programmazione e controllo, analizzati con specifico riferimento alle aziende sanitarie e ospedaliere; caratteristiche dei processi decisionali nelle aziende pubbliche. L'organizzazione aziendale: principi di organizzazione aziendale e la realtà delle aziende pubbliche. Le variabili innovative nelle amministrazioni pubbliche: la gestione del personale nelle aziende pubbliche, gestione della qualità: sistemi di qualità, standard e indicatori.

Sono previsti, inoltre, specifici assignment da parte del coordinatore e dei docenti del dottorato.

2. Sede amministrativa e sedi consorziate

Sede Amministrativa:

Università di Parma

Sedi consorziate:

Università Bocconi di Milano

Università Cattolica Sacro Cuore di Piacenza

Università di Trento

Università di Modena e Reggio Emilia

3. Per informazioni contattare

Prof. Antonello Zangrandi

Università degli Studi di Parma

Dipartimento di Economia

Via Kennedy, 6 – 43100 PARMA

Tel. 0521.032442

e-mail:antonello.zangrandi@unipr.it

“ECONOMIA POLITICA E FINANZA PUBBLICA”

Coordinatore: Prof. Carluccio Bianchi

Referente: Prof. Mario Menegatti

1. Obiettivi

Il Dottorato mira a fornire agli studenti partecipanti le conoscenze teoriche e le competenze analitiche e quantitative necessarie ad esercitare una autonoma attività di ricerca in economia politica presso Università, enti ed istituzioni pubbliche, organismi privati. L’acquisizione di tali conoscenze e competenze viene promossa attraverso l’elaborazione di un programma didattico e formativo articolato su un triennio e comprendente, in sequenza, attività didattica di base strutturata su corsi post universitari avanzati, periodi di perfezionamento in Università straniere, attività seminariale, avviamento alla ricerca scientifica, presentazione e discussione di lavori scientifici, nonché della dissertazione finale.

A partire dal XXI Ciclo il Dottorato verrà diviso in due curricula: Economia Politica e Finanza Pubblica. Il curriculum andrà scelto al momento di iniziare l'attività didattica del primo anno.

2. Sede amministrativa e sedi consorziate

Sede amministrativa:

Università di Pavia

Sedi consorziate:

Università di Parma

Università di Genova

Università di Bergamo

Università del Piemonte orientale

3. Per informazioni contattare

Prof. Mario Menegatti
Università degli Studi di Parma
Dipartimento di Economia
Via Kennedy, 6 – 43100 PARMA
Tel.: 0521-032403
e-mail: mario.menegatti@unipr.it

“GEOPOLITICA GEOSTRATEGIA E GEOECONOMIA”

Coordinatore: Prof.ssa Maria Paola Pagnini

Referente: Prof.ssa Franca Miani

1. Obiettivi

Gli obiettivi mirano a formare i dottorandi nella capacità di analisi dei sistemi complessi, quali sono i sistemi territoriali a scale diverse, con tagli che sono scientifici nell'analisi e operativi nello studio dei processi gestionali; macroterritoriali nelle problematiche della pianificazione e delle grandi reti infrastrutturali, o microterritoriali, per le scelte localizzative di tipo imprenditoriale.

Le finalità formative delineate sono funzionali alla formazione di quadri aziendali o della pianificazione territoriale, particolarmente a livello regionale, o per la formazione di operatori dello sviluppo, ad esempio personale specializzando per le organizzazioni non governative attive in programmi di cooperazione.

2. Sede amministrativa :

Sede amministrativa:

Università di Trieste

Sedi consorziate:

Istituto degli Studi Internazionali-Universita ""Babes-Bolyai""-Cluj-Napoca (Romania)

Accademia Romena-Istituto per le Scienze politiche e Relazioni

Internazionali-Bucarest- Romania

Universita del Piemonte Orientale

Universita del Sannio

Universita di Bologna

Universita di Koper/Capodistria (Slovenia)

Universita di Messina
Universita di Napoli
Universita di Parma
Universita di Pecs (Ungheria)
Universita di Sassari
Universita di Trento
Universita di Udine
Universite de Paris-Sorbonne (Paris IV) U.F.R. de Geographie

3. Per informazioni contattare

Prof.ssa Franca Miani
Università degli Studi di Parma
Dipartimento di Economia
Via Kennedy, 6 – 43100 PARMA
Tel.: 0521-032477
e-mail: franca.miani@unipr.it

“MERCATI E INTERMEDIARI FINANZIARI”

Coordinatore: Prof. Luciano Munari

1. Obiettivi

Il dottorato si considera un periodo di lavoro che sviluppi nel dottorando le capacità di ricerca individuale e di gruppo. Tale obiettivo, che trova nella tesi finale la sua principale modalità di verifica, si traduce in specifiche modalità didattiche che si concentrano nel ruolo fondamentale dei tutor. Ad ogni dottorando viene assegnato un tutor che lo seguirà in tutta la sua attività formativa e nella stesura della tesi finale.

Le aree di studio, che riguardano sia gli strumenti e le metodologie per affrontare l'attività di ricerca sia approfondimenti sui contenuti della finanza e della gestione degli intermediari finanziari, vengono affrontate individuando tutor di materia il cui compito è quello di verificare il grado di conoscenza della materia da parte di ogni singolo dottorando, di assegnare compiti di approfondimento a livello individuale e di organizzare incontri di discussione collegiali.

2. Sede amministrativa e consorziate

Sede amministrativa:

- Università degli Studi di Bologna - Dipartimento di Discipline Economico Aziendali.

Sedi consorziate:

- Università di Firenze - Istituto di Economia Aziendale
- Università di Genova - Dipartimento di Tecnica ed Economia Aziendale
- Università dell'Aquila – Dipartimento di Sistemi ed Istituzioni per l'Economia
- Università di Parma - Dipartimento di Economia
- Università di Siena - Dipartimento di Studi Aziendali e Sociali

- Università di Milano.- Dipartimento di Economia Politica e Aziendale

4. Per informazioni contattare

Prof. Luciano Munari
Università degli Studi di Parma
Dipartimento di Economia
Via Kennedy, 6 – 43100 PARMA
Tel.: 0521-032435
e-mail: luciano.munari@unipr.it

