

offerta formativa

[docenti](#)

[insegnamenti](#)

[propedeuticità](#)

[esami a libera scelta](#)

[come passare al nuovo ordinamento](#)

[archivio guide della Facoltà](#)

CORSI DI LAUREA

a che anno di corso ti iscriverai nell'a.a. 2001/2002 (anche in seguito a passaggio o trasferimento)?

[1° anno >>>](#)

[2° anno >>>](#)

[3° anno, 4° anno, fuori corso >>>](#)

FORMAZIONE INTEGRATIVA DEI CORSI DI LAUREA

[Studi Avanzati "L.A.Muratori" >>>](#)

[Corso "Studiare all'Università" >>>](#)

[Corso "Scrivere all'Università" >>>](#)

DIPLOMI UNIVERSITARI

[Commercio estero >>>](#)

[Economia e amministrazione delle imprese >>>](#)

MASTER DI PRIMO LIVELLO

[Gestione dei servizi >>>](#)

CORSO DI PERFEZIONAMENTO

[Corporate banking \(Credito e impresa\) >>>](#)

LAUREE SPECIALISTICHE

della durata di due anni, a partire dall'a.a. 2003/2004

[Consulenza amministrativa, giuridica, fiscale d'impresa >>>](#)

[Economia >>>](#)

[Relazioni di lavoro >>>](#)

[Strategia, finanza e controllo >>>](#)

[Valutazione delle politiche pubbliche e del territorio >>>](#)

SCUOLA DI SPECIALIZZAZIONE PER L'INSEGNAMENTO SECONDARIO

[Indirizzo economico - giuridico >>>](#)

DOTTORATI DI RICERCA



propedeuticità

docenti	insegnamenti	istruzioni per la stampa
offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno
offerta formativa dopo la laurea		

[Propedeuticità del nuovo ordinamento triennale](#)

[Propedeuticità del vecchio ordinamento](#)

Propedeuticità del nuovo ordinamento triennale

CORSO DI LAUREA IN ECONOMIA AZIENDALE

[Curriculum Amministrazione e finanza >>>](#)

[Curriculum Libera professione >>>](#)

[Curriculum Marketing e distribuzione >>>](#)

[Curriculum Servizi pubblici >>>](#)

CORSO DI LAUREA IN ECONOMIA E MARKETING INTERNAZIONALE

[Curriculum >>>](#)

CORSO DI LAUREA IN SCIENZE ECONOMICHE E SOCIALI

[Curriculum Economia e società >>>](#)

[Curriculum Finanza e moneta >>>](#)

CORSO DI LAUREA IN ECONOMIA E GESTIONE DEI SERVIZI - SEDE DI REGGIO EMILIA

[Curriculum Servizi commerciali e finanziari >>>](#)

[Curriculum Servizi pubblici e dei sistemi economici locali >>>](#)



Propedeuticità del vecchio ordinamento

CORSO DI LAUREA IN ECONOMIA AZIENDALE

[Propedeuticità >>>](#)

CORSO DI LAUREA IN ECONOMIA E COMMERCIO

[Propedeuticità >>>](#)

CORSO DI LAUREA IN ECONOMIA POLITICA

[Propedeuticità >>>](#)

CORSO DI LAUREA IN ECONOMIA E GESTIONE DEI SERVIZI - SEDE DI REGGIO EMILIA

[Propedeuticità >>>](#)

DIPLOMA UNIVERSITARIO IN COMMERCIO ESTERO

[Propedeuticità >>>](#)



esami a libera scelta		
docenti	insegnamenti	istruzioni per la stampa
offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno
offerta formativa dopo la laurea		

[Informazioni generali](#)[Corsi di laurea](#)

Informazioni generali

Gli studenti iscritti al 1° e 2° anno debbono sostenere esami a libera scelta per un totale di 10 crediti formativi per il corso di laurea in Economia e marketing internazionale e di 12 crediti formativi per i corsi di laurea in Economia aziendale, Economia e gestione dei servizi, Scienze economiche e sociali, Economia e commercio-percorso Economia, reti, informazione, Economia e commercio-percorso Scienze economiche.

Gli esami a libera scelta possono essere sostenuti a partire dall'anno di corso in cui sono previsti nel proprio corso di laurea.

Nell'a.a. 2001/02, per gli esami a libera scelta, in generale gli studenti possono scegliere fra gli insegnamenti impartiti al 1° e 2° anno di corso presso la Facoltà di Economia, non previsti nel proprio curriculum. La scelta di una lingua straniera come insegnamento a libera scelta implica necessariamente che si tratti di una terza lingua, in quanto la seconda lingua è già compresa nel curriculum dei corsi di laurea della Facoltà.

E' possibile anche sostenere esami in altre Facoltà dell'Ateneo, come libera scelta.

Tuttavia, a queste possibilità sono state poste delle limitazioni, in quanto all'interno della Facoltà di Economia, nei diversi corsi di laurea, sono presenti esami che hanno programmi fra loro simili, almeno parzialmente, e presso le altre Facoltà possono essere attivati esami di aree disciplinari tipiche della Facoltà di Economia: utilizzarli come esami a libera scelta costituirebbe una ripetizione nella preparazione degli studenti, pertanto inutile ai fini della loro formazione.

Le regole relative agli esami a libera scelta vengono riportate di seguito per ogni corso di laurea.



Corsi di laurea

CORSO DI LAUREA IN ECONOMIA AZIENDALE

[Esami a libera scelta >>>](#)

CORSO DI LAUREA IN ECONOMIA E MARKETING INTERNAZIONALE

[Esami a libera scelta >>>](#)

CORSO DI LAUREA IN SCIENZE ECONOMICHE E SOCIALI

[Esami a libera scelta >>>](#)

CORSO DI LAUREA IN ECONOMIA E GESTIONE DEI SERVIZI - SEDE DI REGGIO EMILIA

[Esami a libera scelta >>>](#)

CORSO DI LAUREA IN ECONOMIA E COMMERCIO, PERCORSO ECONOMIA, RETI,
INFORMAZIONE

[Esami a libera scelta >>>](#)

CORSO DI LAUREA IN ECONOMIA E COMMERCIO, PERCORSO SCIENZE ECONOMICHE

[Esami a libera scelta >>>](#)



come passare al nuovo ordinamento

docenti	insegnamenti	propedeuticità
offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno
offerta formativa dopo la laurea		

[Passaggio degli studenti alle lauree triennali >>>](#)

[Tabelle di conversione >>>](#)

[Programma per la conversione dal vecchio al nuovo ordinamento >>>](#)

offerta formativa
per gli studenti del 1° anno

docenti	insegnamenti	propedeuticità
esami a libera scelta	offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno
offerta formativa dopo la laurea		

CORSI DI LAUREA, della durata di tre anni

[Economia aziendale >>>](#)

[Economia e marketing internazionale >>>](#)

[Scienze economiche e sociali >>>](#)

FORMAZIONE INTEGRATIVA DEI CORSI DI LAUREA

[Corso "Studiare all'Università" >>>](#)

offerta formativa
per gli studenti del 2° anno

docenti	insegnamenti	propedeuticità
esami a libera scelta	offerta formativa 1° anno	offerta formativa 3° e 4° anno
offerta formativa dopo la laurea	come passare al nuovo ordinamento	archivio guide della Facoltà

CORSI DI LAUREA ([Nota introduttiva](#))

[Economia aziendale >>>](#)

[Scienze economiche e sociali >>>](#)

[Economia e commercio, percorso in Economia, reti, informazione >>>](#)

[Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia >>>](#)

FORMAZIONE INTEGRATIVA DEI CORSI DI LAUREA

[Studi avanzati "L.A.Muratori" >>>](#)

[Corso "Studiare all'Università" >>>](#)

Nota introduttiva

Gli studenti che nell'anno accademico 2000/01 erano iscritti al 1° anno della Facoltà di Economia, nell'a.a. 2001/02 possono passare al nuovo ordinamento triennale o rimanere nel vecchio ordinamento quadriennale.

Nell'a.a. 2001/02 la Facoltà di Economia offre, oltre al 1° anno del corso di laurea triennale in Economia e Marketing Internazionale, il 1° e 2° anno dei corsi di laurea triennali in Economia Aziendale e in Scienze Economiche e Sociali e il 2° anno del corso di laurea triennale in Economia e Gestione dei Servizi (sede di Reggio Emilia).

Per questi ultimi tre corsi di laurea il 2° anno prosegue il 1° anno 2000/01 rispettivamente del corso di laurea in Economia Aziendale, del percorso in Scienze Economiche del corso di laurea in Economia e Commercio, e del corso di laurea in Economia e Gestione dei Servizi.

Lo studente iscritto nell'a.a. 2000/01 al 1° anno del corso di laurea in Economia Aziendale, del percorso in Scienze Economiche del corso di laurea in Economia e Commercio o del corso di laurea in Economia e Gestione dei Servizi, che passa al nuovo ordinamento del corso di laurea in Economia Aziendale, del corso di laurea in Scienze Economiche e Sociali, o del corso di laurea in Economia e Gestione dei Servizi, non ha debiti formativi.

Lo studente iscritto nell'a.a. 2000/01 al 1° anno del corso di laurea in Economia Aziendale, del percorso in Scienze Economiche del corso di laurea in Economia e Commercio o del corso di laurea in Economia e Gestione dei Servizi può proseguire nel vecchio ordinamento, dove seguirà un secondo anno in tutto uguale al 2° anno del nuovo ordinamento.

Lo studente potrà passare al nuovo ordinamento triennale negli anni successivi senza debiti formativi, o potrà concludere il ciclo di studi quadriennale del vecchio ordinamento.

Per quanto riguarda il percorso in Economia, Reti, Informazione del corso di laurea in Economia e Commercio va premesso che il Senato Accademico dell'Università di Modena e Reggio Emilia ha deliberato l'istituzione di una nuova Facoltà presso la sede di Reggio Emilia, che prende avvio dall'a.a. 2001/02, denominata Scienze della Comunicazione (Comunicazione, Economia e Informazione): il corso di laurea triennale in Economia, Reti, Informazione verrà attivato presso questa Facoltà.

Pertanto gli studenti iscritti nel 2000/01 al 1° anno del percorso in Economia, Reti, Informazione del corso di laurea in Economia e Commercio (Facoltà di Economia) possono:

- rimanere nel vecchio ordinamento quadriennale del corso di laurea in Economia e Commercio, laureandosi in Economia e Commercio presso la Facoltà di Economia, sede di Modena. I primi tre anni sono del tutto

- analoghi al corso di laurea triennale in Economia, Reti, Informazione, pertanto potranno anche
- passare al corso di laurea triennale in Economia, Reti, Informazione presso la Facoltà di Scienze della Comunicazione (Comunicazione, Economia e Informazione) alla conclusione del loro 3° anno di corso.

Per gli studenti iscritti, nell'a.a. 2000/2001, al 1° anno dei corsi di laurea in Economia Aziendale e in Economia e Commercio, il passaggio ad altro corso di laurea comporta l'inserimento nel nuovo ordinamento.

Gli studenti iscritti al 1° anno del corso di laurea in Economia e Gestione dei Servizi che passano ad un corso di laurea della Facoltà di Economia, sede di Modena, rimangono nel vecchio ordinamento, a meno che non richiedano di essere inseriti nel nuovo ordinamento triennale.

La scelta del passaggio al nuovo ordinamento è irreversibile e potrà essere esercitata in qualunque momento dell'anno, anche nei prossimi anni.



offerta formativa
per gli studenti del 3° anno, 4° anno e fuori corso

docenti	insegnamenti	propedeuticità
offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno	offerta formativa dopo la laurea
come passare al nuovo ordinamento	archivio guide della Facoltà	equipollenza laurea quadriennale in Economia e gestione dei servizi

CORSI DI LAUREA, della durata di quattro anni per gli studenti che non passano al nuovo ordinamento. Si tratta di corsi di laurea ad esaurimento, per i quali sono attivati solo il 3° e 4° anno di corso

[Economia aziendale >>>](#)

[Economia e commercio >>>](#)

[Economia politica >>>](#)

[Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia >>>](#)

FORMAZIONE INTEGRATIVA DEI CORSI DI LAUREA

[Corso "Scrivere all'Università" >>>](#)

DIPLOMI UNIVERSITARI

[Commercio estero >>>](#)

[Economia e amministrazione delle imprese >>>](#)

Formazione integrativa
Corso "Studiare all'Università"

docenti	insegnamenti	propedeuticità
offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno
offerta formativa dopo la laurea	come passare al nuovo ordinamento	archivio guide della Facoltà

[Studiare all'Università](#)

[Obiettivi](#)

[Articolazione del corso](#)

[Contenuti](#)

[Docenti](#)

[Calendario](#)

[Modalità di iscrizione](#)

Studiare all'Università

Procedure e tecniche per rendere più efficace lo studio

Una questione di metodo

Avere successo negli studi? E' essenzialmente una questione di metodo. E' difficile infatti conseguire risultati soddisfacenti all'università senza possedere un buon metodo di studio. Per questo si è deciso di ampliare l'offerta formativa della Facoltà, fornendo agli studenti un nuovo corso che insegni esplicitamente procedure, metodi e tecniche per rendere più efficace e produttivo lo studio. Il corso è destinato agli iscritti al *primo* ed al *secondo anno* e ha carattere facoltativo. E' previsto un numero massimo di **50** studenti a cui è richiesta frequenza obbligatoria.

Obiettivi

Il corso si propone due obiettivi, strettamente intrecciati tra loro: aiutare gli studenti a studiare con efficacia e a rendere più autonomo e consapevole il proprio apprendimento. Per migliorare il proprio metodo di studio, infatti, occorre divenire consapevoli dei propri automatismi, valutarli criticamente, eliminare le cattive abitudini di lettura o di studio ed acquisirne di corrette. Occorre inoltre conoscere il proprio stile cognitivo per scegliere di volta in volta le procedure più congeniali al proprio modo di apprendere e più appropriate a compiti diversi. Imparando a riconoscere *che cosa* richiedono i diversi compiti di studio e *come* devono essere affrontati, lo studente può gestire autonomamente il proprio apprendimento e studiare con efficacia.

Articolazione del corso

Volendo trasmettere un *saper fare* più che un *sapere*, il corso richiede la partecipazione attiva degli studenti ed è perciò articolato in *lezioni* e *laboratorio*. Nelle lezioni verranno illustrate tutte le operazioni che è consigliabile compiere prima, durante e dopo la lettura a scopo di studio per facilitare la comprensione e l'assimilazione del testo letto. Sugli argomenti illustrati, gli studenti si eserciteranno prima *individualmente* a casa, poi *collettivamente* o *in gruppo* nel laboratorio.

Il corso è costituito da **quattro incontri**, di due ore ciascuno, per una durata complessiva di **due settimane**.

Contenuti

Le quattro lezioni e i successivi laboratori affronteranno i seguenti argomenti.

1. Fasi, metodi e tecniche della lettura a scopo di studio
2. Schemi e mappe
3. Appunti e schede

4. Sintesi e rielaborazione di più testi

Docenti

Dott.sse Cesarina MESINI e Gioia OTTOLINI

Calendario

Le lezioni si svolgeranno dal 4 febbraio al 13 febbraio 2002.

Il calendario settimanale è il seguente:

- lunedì dalle ore 10.30 alle ore 12.30 lezione / esercitazione
- mercoledì dalle ore 10.30 alle ore 12.30 lezione / esercitazione

Modalità di iscrizione

L'iscrizione va effettuata di persona **entro il 30 novembre 2001** presso la Segreteria di Presidenza (studio 23 - ala ovest) a Modena dal lunedì al venerdì ore 9-12 e, per gli studenti del corso di laurea in Economia e Gestione dei Servizi, presso la segreteria di Via Kennedy a Reggio Emilia, da lunedì al venerdì ore 9-12.

Le domande verranno accolte in ordine di presentazione.

Si prevede di riservare la metà dei posti a ciascuno degli anni a cui il corso è indirizzato.

Formazione integrativa
Corso "Scrivere all'Università"

docenti	insegnamenti	propedeuticità
offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno
offerta formativa dopo la laurea	come passare al nuovo ordinamento	archivio guide della Facoltà

[Scrivere all'Università](#)

[Obiettivi](#)

[Articolazione del corso](#)

[Contenuti](#)

[Docenti](#)

[Calendario](#)

[Modalità di iscrizione](#)

Scrivere all'Università

Acquisire convenzioni e procedure per vari compiti di scrittura complessa

La fatica e il piacere di scrivere

«Tanta fatica, ma non mi piace quello che ho scritto!» I compiti di scrittura richiesti all'università sono impegnativi: richiedono infatti il controllo di conoscenze disciplinari specifiche, il rispetto di particolari requisiti testuali, e l'uso sicuro di una lingua corretta e chiara. Scrivere può essere quindi molto frustrante. Può però essere affrontato con tranquillità se si conoscono le procedure che facilitano la scrittura e le convenzioni da rispettare. Per questo è necessario esercitarsi ad analizzare testi scritti, a produrne rispettando vincoli e regole, a osservare criticamente e a discutere ciò che si è scritto per individuarne i difetti e per migliorare le proprie prestazioni. Può dunque valer la pena di dedicare tempo ed energia ad abilità che miglioreranno il profitto e consentiranno il piacere di scrivere bene un compito d'esame, una tesina, un curriculum.

A tale scopo la Facoltà ha predisposto un corso, destinato agli iscritti del *terzo* e *quarto anno*, che ha carattere facoltativo.

E' previsto un numero massimo di **50** studenti a cui è richiesta frequenza obbligatoria.

Obiettivi

Il corso si propone di aiutare gli studenti a sviluppare le abilità di scrittura che già possiedono, per essere in grado di affrontare in modo adeguato i più complessi compiti richiesti all'università. Gli obiettivi che gli studenti dovranno raggiungere consistono nel conoscere con precisione le caratteristiche dei testi da produrre, nello sperimentare direttamente in che cosa consista il processo di scrittura adottando procedure e tecniche opportune, nell'acquisire un uso della lingua italiana corretto ed efficace.

Articolazione del corso

Per imparare a scrivere bene occorrono sia *conoscenze teoriche*, sia *esercitazioni* di scrittura. Per tale motivo il corso richiede una partecipazione attiva degli studenti ed è articolato in *lezioni* e *laboratorio*. Nelle lezioni saranno illustrate le operazioni che è opportuno compiere prima, durante, dopo il compito di scrittura; le strategie e le tecniche da adottare di volta in volta; i requisiti del testo scritto che voglia presentare carattere di formalità; le caratteristiche richieste dai compiti di scrittura in cui gli studenti si devono cimentare. Sugli argomenti illustrati gli studenti si eserciteranno prima *individualmente* a casa, poi *collettivamente* o *in gruppo* nel laboratorio. Sono previsti **otto** incontri, di due ore ciascuno, per una durata complessiva di **quattro settimane**.

Contenuti

Le otto lezioni e i successivi laboratori affronteranno i seguenti argomenti.

1. Le convenzioni testuali e linguistiche della scrittura accademica
2. La ricerca bibliografica e la schedatura del materiale
3. L'organizzazione delle idee e la strutturazione del testo
4. I problemi testuali della stesura
5. I problemi linguistici della stesura
6. La revisione e l'editing
7. Compiti di scrittura: l'esame scritto, il curriculum
8. Compiti di scrittura: la tesina, il rapporto.

Docenti

Dott.sse Cesarina MESINI e Gioia OTTOLINI

Calendario

Le lezioni si svolgeranno dall'8 gennaio al 29 gennaio 2002.

Il calendario settimanale di massima è:

- martedì dalle ore 10.30 alle ore 12.30 lezione / esercitazione
- giovedì dalle ore 10.30 alle ore 12.30 lezione / esercitazione

Modalità di iscrizione

L'iscrizione va effettuata di persona **entro il 30 novembre 2001** presso la Segreteria di Presidenza (studio 23 - ala ovest) a Modena dal lunedì al venerdì ore 9-12 e, per gli studenti del corso di laurea in Economia e Gestione dei Servizi, presso la segreteria di Via Kennedy a Reggio Emilia, da lunedì al venerdì ore 9-12.

Le domande verranno accolte in ordine di presentazione.

Si prevede di riservare la metà dei posti a ciascuno degli anni a cui il corso è indirizzato.

Diploma universitario in Commercio estero

docenti	insegnamenti	propedeuticità
offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno
offerta formativa dopo la laurea	come passare al nuovo ordinamento	archivio guide della Facoltà

[Nota introduttiva](#)

[Percorso didattico e insegnamenti >>>](#)

Nota introduttiva

Il Diploma universitario in Commercio estero si propone di fornire una preparazione di tipo economico-aziendale fortemente innestata sulle discipline che meglio consentono di affrontare lo studio dei mercati, della gestione degli scambi, delle transazioni e delle relazioni sui mercati internazionali. Questi insegnamenti saranno accompagnati da un approfondimento dello studio delle lingue straniere. Il corso mira a fornire conoscenze e competenze operative da utilizzare nell'ambito di imprese ed organizzazioni che intrattengono relazioni con il mercato internazionale.



Percorso didattico e insegnamenti

[Percorso >>>](#)



Diploma universitario in Economia e amministrazione delle imprese

[docenti](#)

[insegnamenti](#)

[offerta formativa 1° anno](#)

[offerta formativa 2° anno](#)

[offerta formativa 3° e 4° anno](#)

[offerta formativa dopo la laurea](#)

[come passare al nuovo](#)

[archivio guide della Facoltà](#)

[ordinamento](#)

[Nota introduttiva](#)

[Percorsi didattici e insegnamenti](#)

Nota introduttiva

Il Diploma universitario in Economia e amministrazione delle imprese mira a costruire figure professionali in grado di inserirsi più rapidamente in un mercato del lavoro sempre più improntato alla flessibilità, oltre che alla professionalità. Si propone quindi di fornire allo studente una preparazione rigorosa sui contenuti e fortemente orientata agli aspetti applicativi, in modo da sommare ai benefici dell'insegnamento universitario, necessariamente teorico, quelli derivanti da iter formativi più specificatamente applicativi e professionalizzanti.

I primi due anni di corso, composti da 14 insegnamenti, sono comuni a tutti gli studenti, che hanno l'obbligo della frequenza.

Il terzo anno di corso offre agli studenti la possibilità di scegliere tra tre specializzazioni: Banca e finanza, Facility management, Marketing e gestione commerciale.

Ciascuna specializzazione è composta da quattro insegnamenti (impartiti nel primo semestre) e dallo stage in impresa della durata di 500 ore (da effettuarsi nel secondo semestre).



Percorsi didattici e insegnamenti

Il Diploma universitario si articola in tre percorsi didattici:

[Banca e finanza >>>](#)

Fornisce la conoscenza sui mercati finanziari e sulle tecniche di finanziamento necessarie per l'inserimento nelle banche e nelle società finanziarie.

[Facility management >>>](#)

Fornisce le conoscenze economiche, organizzative e contabili necessarie per gestire i servizi non strategici per le imprese (servizi generali, manutenzione degli immobili, ecc.) in modo più efficiente, tale da indurre le imprese stesse ad esternalizzare i servizi nei confronti del mercato costituito dalle imprese di facility management

[Marketing e gestione commerciale >>>](#)

Fornisce le conoscenze e le tecniche necessarie per occuparsi dei problemi di marketing nelle imprese industriali o della gestione nelle imprese di distribuzione commerciale.





Master in Gestione dei Servizi

3A EDIZIONE

FEBBRAIO 2003 - MARZO 2004

HomeMaster

Corsi

Aziende

I Edizione

II Edizione

Apprendimento

A chi si rivolge

Master

Organizzazione

Info

Master in Gestione dei Servizi

3A EDIZIONE

FEBBRAIO 2003 - MARZO 2004

[SCARICA IL BANDO QUI](#) (seconda edizione) *in formato PDF*

Sede: Viale Berengario, 51 - 41100 MODENA

Tel.+39 059 2056948 Fax +39 059 2056928 E-mail: ferretti.claudia@unimo.it

Ultimo aggiornamento: 20 settembre 2002

Corso di perfezionamento in Corporate banking (Credito e impresa)

docenti	insegnamenti	offerta formativa 1° anno
offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno	offerta formativa dopo la laurea

[Obiettivi formativi](#)

[Contenuti](#)

[Sbocchi professionali](#)

[Organizzazione del corso di perfezionamento](#)

[Bando del corso di perfezionamento-edizione 2001](#)

Obiettivi formativi

Nel corso degli ultimi anni il rapporto banca-impresa ha subito rilevanti modificazioni per effetto di una maggiore incertezza del quadro economico-finanziario e per le importanti trasformazioni intervenute sui prodotti offerti e nelle soluzioni produttive, consulenziali ed organizzative degli operatori. Di tale evoluzione occorre tenere conto anche nel disegno delle attività formative rivolte a chi è destinato a coprire incarichi di responsabilità nel settore bancario, finanziario e nelle imprese.

Il Corso di perfezionamento in Corporate banking (Credito e impresa) nasce da un'iniziativa di collaborazione tra il Dipartimento di Economia aziendale della Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia e IntesaBci Learning che ha avviato un programma di formazione, innovativo, per neo-laureati di tutte le Facoltà.

Il Corso di perfezionamento in Corporate banking (Credito e impresa) intende formare delle figure professionali con elevate competenze tecniche e relazionali nelle principali aree della gestione delle banche e degli intermediari finanziari attivi nel campo dei finanziamenti di impresa (merchant banks, società di leasing e di factoring, imprese finanziarie).

Il Corso di perfezionamento ha l'obiettivo di costruire un ponte tra le conoscenze fornite dalle università e le competenze/abilità che le aziende bancarie richiedono a un giovane da inserire nelle aree crediti, finanza e tesoreria del settore bancario e finanziario.

Contenuti

Il Corso di perfezionamento si sviluppa attraverso tre fasi distinte:

- una fase basic ("general management"), della durata di 2,5 mesi, che fornisce, da un lato, la strumentazione e le conoscenze di base, delineando al contempo lo scenario in cui le banche si trovano ad agire e, dall'altro, le conoscenze relative alle principali aree della gestione aziendale;
- una successiva fase specialistica ("la banca e l'impresa"), della durata di 2 mesi, che sviluppa il tema dei rapporti fra banca ed impresa sotto molteplici punti di vista: la valutazione del merito di credito, la segmentazione della clientela "corporate", le relazioni di clientela, la gestione dei pagamenti e della tesoreria, la finanza mobiliare;
- una terza e ultima fase, rappresentata dallo stage presso una delle banche del Gruppo IntesaBci. Lo stage, della durata di 4 mesi, consentirà ai partecipanti una verifica applicativa di quanto illustrato nel corso; nell'ambito del periodo di stage è prevista la realizzazione di un lavoro di progetto, scelto in accordo con la banca ospitante. Oltre 80 società, in prevalenza del Gruppo IntesaBci, coinvolgeranno gli stagisti in gruppi di progetto di interesse aziendale. La responsabilità del percorso sarà affidata allo stagista, con la collaborazione di un tutor aziendale. Nelle ultime 2 settimane dello stage, lo stagista dovrà produrre una relazione dell'attività svolta e dei risultati raggiunti.



Sbocchi professionali

I profili formativi del Corso di perfezionamento sono definiti in relazione alle aree gestionali più direttamente interessate al rapporto con le imprese e allo sviluppo di servizi di finanziamento. Le principali figure professionali di riferimento sono rappresentate da:

- analista dell'area crediti, con competenze in tema di valutazione di aziende e di analisi del rischio creditizio. A queste si unisce un'approfondita conoscenza degli aspetti giuridici e contrattuali relativi alle principali forme di finanziamento e alla gestione del recupero del credito;
- responsabile clienti di impresa. La figura del relationship manager di impresa richiede un'adeguata combinazione di competenze tecniche (che spaziano dalle forme di finanziamento tradizionali ai servizi finanziari più innovativi) di tipo valutativo (selezione della clientela da affidare) e relazionali/negoziati (rapporti con il cliente, con il direttore di filiale e di area, con gli specialisti dei prodotti);
- specialista dell'area finanza d'impresa, con competenze nella gestione dei pagamenti, della tesoreria e dei servizi di copertura dei rischi di cambio e di interesse;
- specialista nell'area dei servizi di finanza straordinaria, corporate finance e venture capital. Si tratta di una figura che si caratterizza per un'approfondita conoscenza degli aspetti finanziari e contrattuali relativi alle principali forme di finanziamento mobiliare. A questa si unisce la capacità di analizzare e definire il valore economico delle imprese in relazione alle loro prospettive di mercato e reddituali;
- operatori dell'area marketing e della pianificazione commerciale delle banche con una formazione finalizzata all'utilizzo di tecniche di segmentazione della clientela imprese, di analisi della redditività dei rapporti con i clienti, di definizione dei budget e di controllo dei risultati della rete distributiva e commerciale.



Organizzazione del corso di perfezionamento

Direttore

Prof.ssa Elisabetta Gualandri (Uff.13 ovest, tel. 059-2056813 - e-mail: gualandri.elisabetta@unimo.it)

Professore straordinario di Economia degli intermediari finanziari

Direttore del Dipartimento di Economia aziendale

Responsabile della progettazione didattica

Prof.ssa Paola Vezzani (Uff. 17 ovest, tel.: 059-2056817 - e-mail: vezzani.paola@unimo.it)

Professore associato di Economia degli intermediari finanziari della Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Udine

Segreteria

Simona Congedo (Uff.17 ovest, tel.: 059-2056817, fax: 059-2056928 - e-mail: corso.corp.bank@unimo.it)



Bando del corso di perfezionamento

[Bando del corso di perfezionamento - Edizione 2001](#) in formato Adobe Acrobat (.pdf)

(se non hai [Adobe Acrobat Reader](#) scaricalo da qui)



Corso di laurea specialistica in
Consulenza amministrativa, giuridica, fiscale d'impresa
Classe delle lauree specialistiche in
Scienze economico-aziendali

[docenti](#)

[insegnamenti](#)

[offerta formativa 1° anno](#)

[offerta formativa 2° anno](#)

[offerta formativa 3° e 4° anno](#)

[offerta formativa dopo la laurea](#)

[Obiettivi formativi](#)

[Sbocchi professionali](#)

Obiettivi formativi

Gli obiettivi formativi qualificanti del Corso di laurea specialistica sono:

- fornire una preparazione specifica nel campo della gestione amministrativa delle imprese, della consulenza aziendale, fiscale e societaria, nonché in quello della revisione e valutazione aziendale
- formare laureati, con una solida preparazione giuridica e con competenze interdisciplinari, in grado di svolgere un'attività di consulenza all'impresa nelle diverse fasi della sua attività: quali la costituzione, lo sviluppo e le trasformazioni risultanti da processi di fusione, cessione e nell'eventuale fase di liquidazione
- fornire competenze nell'area della gestione economico-finanziaria delle amministrazioni pubbliche e delle aziende loro partecipate.



Sbocchi professionali

La laurea specialistica intende soddisfare le esigenze di alta formazione professionale nel settore dell'amministrazione, controllo d'impres e pubbliche amministrazioni (direttore amministrativo, responsabile economico-finanziario) e si caratterizza come percorso di base per l'accesso alla professione di dottore commercialista.

In sintesi, i principali sbocchi sono rappresentati da:

- libera professione di dottore commercialista
- revisione aziendale
- direzione amministrativa di imprese e pubbliche amministrazioni
- consulenza economico-giuridica.



Corso di laurea specialistica in
Economia
Classe delle lauree specialistiche in
Scienze dell'economia

docenti	insegnamenti	offerta formativa 1° anno
offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno	offerta formativa dopo la laurea

[Obiettivi formativi](#)

[Sbocchi professionali](#)

Obiettivi formativi

Il Corso di laurea specialistica in Economia si propone di:

- fornire ampie competenze teoriche e applicate per l'analisi dei grandi temi di politica economica, monetaria e industriale
- conferire una elevata padronanza degli strumenti matematico-statistici e giuridici utilizzati in campo economico
- sviluppare la capacità di analisi dei dati e delle informazioni economiche utilizzando tecniche quantitative e strumenti informatici
- sviluppare la capacità di produrre, in autonomia o coordinando gruppi di lavoro, studi e ricerche su temi economici, e la capacità di comunicare con efficacia i risultati ottenuti. La laurea specialistica in Economia fornisce un'ottima formazione di base per proseguire gli studi nei corsi di master e dottorato in Economia, in Italia e all'estero.



Sbocchi professionali

I possibili profili professionali dei laureati specialisti in Economia sono:

- economista che opera in uffici studi di istituzioni pubbliche italiane ed europee, di istituti di credito, di associazioni imprenditoriali e sindacali, di enti locali
- amministratore pubblico
- giornalista ed esperto di comunicazione in ambito economico
- docente ed esperto di formazione in ambito economico.



Corso di laurea specialistica in Relazioni di lavoro Classe delle lauree specialistiche in Scienze economico-aziendali

docenti	insegnamenti	offerta formativa 1° anno
offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno	offerta formativa dopo la laurea

[Obiettivi formativi](#)

[Sbocchi professionali](#)

Obiettivi formativi

Nella nuova economia il fattore competitivo risiede nelle competenze, che a loro volta sono detenute dalle persone. Da ciò deriva la rilevanza strategica per l'impresa nel saper reclutare, sviluppare e fidelizzare le persone che possiedono le competenze critiche. Il Corso privilegia la prospettiva gestionale delle risorse umane e delle relazioni di lavoro. Specificatamente, si propone una prospettiva multidisciplinare – sostenuta e integrata da un'ampia valorizzazione della comparazione con realtà di altri paesi (Usa e Giappone, oltre agli stati membri della UE) – che fa riferimento a quattro aree disciplinari: diritto comunitario; diritto del lavoro e diritto delle relazioni industriali italiane e comparate; economia del lavoro; organizzazione aziendale e gestione delle risorse umane.



Sbocchi professionali

Il Corso mira a formare gli studenti alla assunzione di ruoli specifici nelle imprese, nella pubblica amministrazione e negli enti pubblici, nelle organizzazioni internazionali del lavoro (OIL e UE), nelle agenzie private di collocamento, di ricerca e selezione del personale e di fornitura di lavoro temporaneo, nei centri di formazione professionale, nelle organizzazioni e associazioni sindacali, nella consulenza professionale alle imprese, nelle organizzazioni del terzo settore.

Le aree professionali di riferimento rientrano nell'ambito della gestione delle risorse umane, delle relazioni industriali, della formazione professionale, della tutela della salute e sicurezza sul lavoro, della consulenza alle imprese nell'utilizzazione degli incentivi all'occupazione, formazione e innovazione legata alla organizzazione del lavoro e alla gestione delle risorse umane.



Corso di laurea specialistica in
Strategia, finanza e controllo
Classe delle lauree specialistiche in
Scienze economico-aziendali

[docenti](#)

[insegnamenti](#)

[offerta formativa 1° anno](#)

[offerta formativa 2° anno](#)

[offerta formativa 3° e 4° anno](#)

[offerta formativa dopo la laurea](#)

[Obiettivi formativi](#)

[Sbocchi professionali](#)

Obiettivi formativi

Gli obiettivi formativi qualificanti del Corso di laurea sono i seguenti:

- fornire approfondite conoscenze teoriche e metodologiche delle discipline economico-aziendali, matematico-statistiche e giuridiche per la piena comprensione, secondo una visione integrata, dei processi decisionali e delle politiche aziendali
- sviluppare la capacità di esame critico delle problematiche gestionali delle imprese in genere e, in particolare, di quelle di piccola e media dimensione e con più spiccata vocazione alla internazionalizzazione
- fornire le metodologie, le conoscenze e le abilità necessarie ad acquisire competenze distintive e caratterizzanti nell'analisi dell'economia, della finanza e delle strategie d'impresa, nella valutazione dei rischi gestionali e nel controllo strategico e finanziario.



Sbocchi professionali

Le conoscenze e le abilità che caratterizzano il profilo professionale proposto dal percorso formativo consentono, in primo luogo, l'accesso a posizioni di rilievo nell'ambito di direzioni aziendali e, in particolare, in quelle di imprese di piccole e medie dimensioni e con maggiore vocazione alla internazionalizzazione. La comprensione delle problematiche gestionali e l'approfondita conoscenza di metodologie di analisi e di valutazione degli aspetti strategici e finanziari e dei relativi profili di rischio si qualificano inoltre come requisiti idonei per accedere a posizioni di rilievo nell'ambito delle aree operative di corporate banking e di capital market presso istituzioni finanziarie, specie nei ruoli interattivi con imprese clienti. Il percorso formativo è altresì compatibile con le professionalità richieste dallo svolgimento di attività di esperto e di consulente in amministrazione e gestione aziendale.



Corso di laurea specialistica in
 Valutazione delle politiche pubbliche e del territorio
 Classe delle lauree specialistiche in
 Metodi per l'analisi valutativa dei sistemi complessi

docenti	insegnamenti	offerta formativa 1° anno
offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno	offerta formativa dopo la laurea

[Obiettivi formativi](#)

[Sbocchi professionali](#)

Obiettivi formativi

I laureati nel Corso di laurea specialistica vengono dotati degli strumenti per analizzare gli esiti, previsti ed effettivi, di specifiche politiche economiche e sociali, sotto i molteplici profili della loro efficienza, efficacia, equità e qualità. A questo scopo viene fornita una formazione interdisciplinare che integra una solida preparazione economica con la conoscenza di aspetti rilevanti delle discipline sociologiche, aziendali, statistiche e informatiche. Particolare attenzione è dedicata agli strumenti di analisi del territorio come sistema complesso.



Sbocchi professionali

Il Corso prepara un economista esperto nella analisi delle politiche pubbliche e di sviluppo locale con specifiche competenze sui metodi di valutazione (progettazione, monitoraggio, effetti a breve e a lungo termine). Il laureato sarà, in particolare, in grado di:

- svolgere attività di consulenza e formazione presso associazioni di imprese, sindacati, istituzioni no-profit, enti pubblici
- operare come esperto o consulente nel campo della valutazione di progetti e programmi presso centri di servizi e centri di ricerca che collaborano con la pubblica amministrazione
- esercitare funzioni di responsabilità nelle unità di programmazione e controllo delle amministrazioni locali, dell'amministrazione statale e degli organismi internazionali che si occupano di sviluppo locale.



Scuola di specializzazione
per l'insegnamento secondario
Regione Emilia-Romagna - sede di Modena
Indirizzo economico-giuridico (classi di abilitazione A017 e A019)

[docenti](#)

[insegnamenti](#)

[offerta formativa 1° anno](#)

[offerta formativa 2° anno](#)

[offerta formativa 3° e 4° anno](#)

[offerta formativa dopo la laurea](#)

[Obiettivi formativi](#)

[Curricula e insegnamenti](#)

[Sbocchi professionali](#)

[Organizzazione della Scuola di specializzazione per l'insegnamento secondario](#)

[Calendario delle lezioni >>>](#)

[Comunicazioni agli specializzandi >>>](#)

Obiettivi formativi

La Scuola di specializzazione per l'insegnamento secondario è costituita in convenzione tra tutte le Università dell'Emilia-Romagna con sede amministrativa presso l'Università degli Studi di Bologna. L'indirizzo economico-giuridico, attivato dall'Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia, ha sede presso la Facoltà di Economia. Scopo della Scuola è quello di impartire una formazione a livello specialistico-professionale a coloro che intendono intraprendere l'attività di insegnamento nella scuola secondaria.



Curricula e insegnamenti

Le attività didattiche dell'indirizzo economico giuridico si articolano nelle seguenti aree:

Didattico-pedagogica

Per la formazione di competenze di base nel campo delle scienze dell'educazione.

Disciplinare

Per la formazione di competenze specifiche dell'indirizzo e delle classi di abilitazione.

Laboratorio

Per la formazione di competenze di progettazione e per lo sviluppo di abilità didattiche.

Tirocinio

Per l'acquisizione di esperienze sul campo, guidato da docenti distaccati dalle scuole (supervisori) e svolto nelle scuole e nelle classi sotto la responsabilità del docente di classe (docente ospitante).



Sbocchi professionali

La Scuola ha una durata di due anni accademici, suddivisi in quattro semestri.

A conclusione degli studi la Scuola rilascia un Diploma di specializzazione con valore abilitante all'insegnamento nella scuola secondaria per le specifiche classi di insegnamento.

L'esame finale per il conseguimento del Diploma di specializzazione ha valore di esame di Stato.



Organizzazione della Scuola di specializzazione per l'insegnamento secondario

L'attività didattica dell'area didattico-pedagogica è comune a tutti gli indirizzi della Scuola di specializzazione per l'insegnamento secondario della sede di Modena e si svolge, prevalentemente di pomeriggio, presso il Dipartimento di Chimica - Via Campi - Modena.

Le attività didattiche disciplinari e di laboratorio si svolgono, prevalentemente di pomeriggio, presso la Facoltà di Economia - Via Berengario 51 - Modena.

Informazioni generali

Annunziata Telesca (tel. 059-2055093 - e-mail: telesca.annunziata@unimo.it)

Università degli Studi di Bologna: http://www.unibo.it/infostud/continua/Scuole_Secondario/default.htm

Informazioni specifiche per l'indirizzo economico-giuridico

Prof.ssa Carla Fiori (tel. 059-2056764, 347-3591946 - e-mail: fiori.carla@unimo.it)

Prof. Andrea Ferrari (tel. 059-2056862 - e-mail: ferrari.andrea@unimo.it)



[Calendario delle lezioni >>>](#)



[Comunicazioni agli specializzandi >>>](#)



offerta formativa
dopo la laurea

[docenti](#)

[insegnamenti](#)

[offerta formativa 1° anno](#)

[offerta formativa 2° anno](#)

[offerta formativa 3° e 4° anno](#)

MASTER DI PRIMO LIVELLO

[Gestione dei servizi >>>](#)

CORSO DI PERFEZIONAMENTO

[Corporate banking \(Credito e impresa\) >>>](#)

LAUREE SPECIALISTICHE

della durata di due anni, a partire dall'a.a. 2003/2004

[Consulenza amministrativa, giuridica, fiscale d'impresa >>>](#)

[Economia >>>](#)

[Relazioni di lavoro >>>](#)

[Strategia, finanza e controllo >>>](#)

[Valutazione delle politiche pubbliche e del territorio >>>](#)

SCUOLA DI SPECIALIZZAZIONE PER L'INSEGNAMENTO SECONDARIO

[Indirizzo economico - giuridico >>>](#)

DOTTORATI DI RICERCA

propedeuticità del nuovo ordinamento triennale
 Corso di laurea in Economia aziendale
 Curriculum Amministrazione e finanza

docenti	insegnamenti	propedeuticità
offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno
offerta formativa dopo la laurea		

Le propedeuticità vincolanti per gli studenti che, nell'a.a. 2001/02, si iscrivono al 1° anno o al 2° anno del corso di laurea in Economia aziendale, curriculum Amministrazione e finanza, sono le seguenti:

Materia del 1° anno	propedeutica a
Economia aziendale	Metodologie e determinazioni contabili - Bilancio (M1)
Istituzioni di diritto - Elementi di diritto privato (M2)	Diritto commerciale
Istituzioni di diritto pubblico - secondo corso semestrale	

Queste propedeuticità debbono obbligatoriamente essere rispettate, a pena dell'annullamento dell'esame.

La propedeuticità fra i moduli M1 e M2 che compongono la stessa materia è solo consigliata.

Eventuali altre propedeuticità consigliate sono indicate dai docenti nei programmi sintetici dei corsi.

propedeuticità del nuovo ordinamento triennale
 Corso di laurea in Economia aziendale
 Curriculum Libera professione

docenti	insegnamenti	propedeuticità
offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno
offerta formativa dopo la laurea		

Le propedeuticità vincolanti per gli studenti che, nell'a.a. 2001/02, si iscrivono al 1° anno o al 2° anno del corso di laurea in Economia aziendale, curriculum Libera professione, sono le seguenti:

Materia del 1° anno	propedeutica a
Economia aziendale	Metodologie e determinazioni contabili - Bilancio (M1)
Istituzioni di diritto - Elementi di diritto privato (M2)	Diritto commerciale
Istituzioni di diritto pubblico - secondo corso semestrale	

Queste propedeuticità debbono obbligatoriamente essere rispettate, a pena dell'annullamento dell'esame.

La propedeuticità fra i moduli M1 e M2 che compongono la stessa materia è solo consigliata.

Eventuali altre propedeuticità consigliate sono indicate dai docenti nei programmi sintetici dei corsi.

propedeuticità del nuovo ordinamento triennale
 Corso di laurea in Economia aziendale
 Curriculum Marketing e distribuzione

docenti	insegnamenti	propedeuticità
offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno
offerta formativa dopo la laurea		

Le propedeuticità vincolanti per gli studenti che, nell'a.a. 2001/02, si iscrivono al 1° anno o al 2° anno del corso di laurea in Economia aziendale, curriculum Marketing e distribuzione, sono le seguenti:

Materia del 1° anno	propedeutica a
Economia aziendale	Metodologie e determinazioni contabili - Bilancio (M1)
Istituzioni di diritto - Elementi di diritto privato (M2)	Diritto commerciale
Istituzioni di diritto pubblico - secondo corso semestrale	

Queste propedeuticità debbono obbligatoriamente essere rispettate, a pena dell'annullamento dell'esame.

La propedeuticità fra i moduli M1 e M2 che compongono la stessa materia è solo consigliata.

Eventuali altre propedeuticità consigliate sono indicate dai docenti nei programmi sintetici dei corsi.

propedeuticità del nuovo ordinamento triennale
 Corso di laurea in Economia aziendale
 Curriculum Servizi pubblici

docenti	insegnamenti	propedeuticità
offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno
offerta formativa dopo la laurea		

Le propedeuticità vincolanti per gli studenti che, nell'a.a. 2001/02, si iscrivono al 1° anno o al 2° anno del corso di laurea in Economia aziendale, curriculum Servizi pubblici, sono le seguenti:

Materia del 1° anno	propedeutica a
Economia aziendale	Metodologie e determinazioni contabili - Bilancio (M1) Metodologie e determinazioni contabili - Bilancio degli enti pubblici (M2)
Istituzioni di diritto - Elementi di diritto privato (M2) Istituzioni di diritto pubblico - secondo corso semestrale	Diritto commerciale

Queste propedeuticità debbono obbligatoriamente essere rispettate, a pena dell'annullamento dell'esame.

La propedeuticità fra i moduli M1 e M2 che compongono la stessa materia è solo consigliata.

Eventuali altre propedeuticità consigliate sono indicate dai docenti nei programmi sintetici dei corsi.

propedeuticità del nuovo ordinamento triennale
 Corso di laurea in Economia e marketing internazionale

docenti	insegnamenti	propedeuticità
offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno
offerta formativa dopo la laurea		

Le propedeuticità vincolanti per gli studenti che, nell'a.a. 2001/02, si iscrivono al corso di laurea in Economia e marketing internazionale sono le seguenti:

Materia del 1° anno	propedeutica a
Economia aziendale	Metodologie e determinazioni contabili - Bilancio (M1)
Istituzioni di diritto - Elementi di diritto privato (M2)	Diritto commerciale
Lingua francese I	Lingua francese II Lingua francese III
Lingua inglese I	Lingua inglese II Lingua inglese III
Lingua spagnola I	Lingua spagnola II Lingua spagnola III
Lingua tedesca I	Lingua tedesca II Lingua tedesca III
Metodi quantitativi I	Metodi quantitativi II

Materia del 2° anno	propedeutica a
Lingua francese II	Lingua francese III
Lingua inglese II	Lingua inglese III
Lingua spagnola II	Lingua spagnola III
Lingua tedesca II	Lingua tedesca III

Queste propedeuticità debbono obbligatoriamente essere rispettate, a pena dell'annullamento dell'esame.

La propedeuticità fra i moduli M1 e M2 che compongono la stessa materia è solo consigliata.

Eventuali altre propedeuticità consigliate sono indicate dai docenti nei programmi sintetici dei corsi.



propedeuticità del nuovo ordinamento triennale
 Corso di laurea in Scienze economiche e sociali
 Curriculum Economia e società

docenti	insegnamenti	propedeuticità
offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno
offerta formativa dopo la laurea		

Le propedeuticità vincolanti per gli studenti che, nell'a.a. 2001/02, si iscrivono al corso di laurea in Scienze economiche e sociali, curriculum Economia e società, sono le seguenti:

Materia del 1° anno	propedeutica a
Istituzioni di diritto - Elementi di diritto privato (M2)	Diritto commerciale
Introduzione alla macroeconomia	Macroeconomia
Introduzione alla microeconomia	Microeconomia

Queste propedeuticità debbono obbligatoriamente essere rispettate, a pena dell'annullamento dell'esame.

La propedeuticità fra i moduli M1 e M2 che compongono la stessa materia è solo consigliata.

Eventuali altre propedeuticità consigliate sono indicate dai docenti nei programmi sintetici dei corsi.

propedeuticità del nuovo ordinamento triennale
 Corso di laurea in Scienze economiche e sociali
 Curriculum Finanza e moneta

docenti	insegnamenti	propedeuticità
offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno
offerta formativa dopo la laurea		

Le propedeuticità vincolanti per gli studenti che, nell'a.a. 2001/02, si iscrivono al corso di laurea in Scienze economiche e sociali, curriculum Finanza e moneta, sono le seguenti:

Materia del 1° anno	propedeutica a
Istituzioni di diritto - Elementi di diritto privato (M2)	Diritto commerciale
Introduzione alla macroeconomia	Macroeconomia
Introduzione alla microeconomia	Microeconomia

Materia del 3° anno	propedeutica a
Modelli per gli investimenti finanziari I (Scelte di investimento e teoria del portafoglio)	Modelli per gli investimenti finanziari II (Prodotti derivati e gestione del rischio)

Queste propedeuticità debbono obbligatoriamente essere rispettate, a pena dell'annullamento dell'esame.

La propedeuticità fra i moduli M1 e M2 che compongono la stessa materia è solo consigliata.

Eventuali altre propedeuticità consigliate sono indicate dai docenti nei programmi sintetici dei corsi.

Z

propedeuticità del nuovo ordinamento triennale
 Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia
 Curriculum Servizi commerciali e finanziari

docenti	insegnamenti	propedeuticità
offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno
offerta formativa dopo la laurea		

Le propedeuticità vincolanti per gli studenti che, nell'a.a. 2001/02, si iscrivono al 2° anno del corso di laurea in Economia e gestione dei servizi, curriculum Servizi commerciali e finanziari, sono le seguenti:

Materia del 1° anno	propedeutica a
Economia aziendale	Metodologie e determinazioni contabili - Bilancio (M1)
Istituzioni di diritto - Elementi di diritto privato (M2)	Diritto commerciale
Istituzioni di diritto pubblico - secondo corso semestrale	

Queste propedeuticità debbono obbligatoriamente essere rispettate, a pena dell'annullamento dell'esame.

La propedeuticità fra i moduli M1 e M2 che compongono la stessa materia è solo consigliata.

Eventuali altre propedeuticità consigliate sono indicate dai docenti nei programmi sintetici dei corsi.

propedeuticità del nuovo ordinamento triennale
 Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia
 Curriculum Servizi pubblici e dei sistemi economici locali

docenti	insegnamenti	propedeuticità
offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno
offerta formativa dopo la laurea		

Le propedeuticità vincolanti per gli studenti che, nell'a.a. 2001/02, si iscrivono al 2° anno del corso di laurea in Economia e gestione dei servizi, curriculum Servizi pubblici e dei sistemi economici locali, sono le seguenti:

Materia del 1° anno	propedeutica a
Economia aziendale	Metodologie e determinazioni contabili - Bilancio (M1)
Istituzioni di diritto - Elementi di diritto privato (M2)	Diritto commerciale
Istituzioni di diritto pubblico - secondo corso semestrale	

Queste propedeuticità debbono obbligatoriamente essere rispettate, a pena dell'annullamento dell'esame.

La propedeuticità fra i moduli M1 e M2 che compongono la stessa materia è solo consigliata.

Eventuali altre propedeuticità consigliate sono indicate dai docenti nei programmi sintetici dei corsi.

propedeuticità del vecchio ordinamento
Corso di laurea in Economia aziendale

docenti	insegnamenti	propedeuticità
offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno
offerta formativa dopo la laurea		

Agli studenti che si iscrivono al 2° anno del corso di laurea in Economia aziendale si applicano le propedeuticità previste per il [nuovo ordinamento triennale](#).

Le propedeuticità vincolanti per gli studenti che, nell'a.a. 2001/02, si iscrivono al 3° anno, 4° anno o fuori corso nel corso di laurea in Economia aziendale - vecchio ordinamento sono le seguenti:

Materia del 1° anno	propedeutica a
Economia aziendale	Ragioneria generale ed applicata
Economia politica I	Economia politica II Microeconomia
Matematica generale	Economia politica I Matematica finanziaria I Statistica I
Materia del 2° anno	propedeutica a
Economia politica II Microeconomia	Econometria Economia industriale Economia internazionale Economia politica III Politica economica
Istituzioni di diritto privato	Diritto commerciale Diritto fallimentare Diritto industriale
Matematica finanziaria I	Econometria Matematica finanziaria II
Ragioneria generale ed applicata	Finanza aziendale Programmazione e controllo
Statistica I	Finanza aziendale Statistica II Statistica computazionale Statistica economica Statistica per la ricerca sociale
Materia del 3° anno	propedeutica a
Economia degli intermediari finanziari	Economia del mercato mobiliare Economia delle aziende di assicurazione Economia delle aziende di credito Tecnica dei crediti speciali
Economia e gestione delle imprese	Economia e gestione delle imprese commerciali Economia e gestione delle imprese di servizi Marketing

	Marketing internazionale
Finanza aziendale	Economia del mercato mobiliare
Organizzazione del lavoro	Organizzazione aziendale Organizzazione delle aziende commerciali Organizzazione e gestione delle risorse umane
Programmazione e controllo	Revisione aziendale Tecnica professionale
Statistica II	Econometria

Queste propedeuticità debbono obbligatoriamente essere rispettate, a pena dell'annullamento dell'esame.

Da settembre 2001 gli studenti possono sostenere esami del 3° anno anche qualora non abbiano superato tutti gli esami del 1° anno e possono sostenere esami del 4° anno anche senza aver prima superato tutti gli esami del 2° anno.



propedeuticità del vecchio ordinamento

Corso di laurea in Economia e commercio

docenti	insegnamenti	propedeuticità
offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno
offerta formativa dopo la laurea		

2° anno

[Percorso Economia, reti, informazione >>>](#)

[Percorso Scienze economiche >>>](#)

3° anno, 4° anno e fuori corso

[Propedeuticità >>>](#)

propedeuticità del vecchio ordinamento
Corso di laurea in Economia politica

docenti	insegnamenti	propedeuticità
offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno
offerta formativa dopo la laurea		

Le propedeuticità vincolanti per gli studenti che, nell'a.a. 2001/02, si iscrivono al 3° anno, 4° anno o fuori corso nel corso di laurea in Economia politica - vecchio ordinamento sono le seguenti:

Materia del 1° anno	propedeutica a
Economia aziendale	Ragioneria generale ed applicata
Economia politica I	Economia politica II Microeconomia
Matematica generale	Economia politica I Matematica finanziaria I Statistica I
Materia del 2° anno	propedeutica a
Economia politica II Microeconomia	Econometria Economia industriale Economia internazionale Economia politica III Politica economica
Istituzioni di diritto privato	Diritto commerciale Diritto fallimentare Diritto industriale
Matematica finanziaria I	Econometria Matematica finanziaria II
Ragioneria generale ed applicata	Finanza aziendale Programmazione e controllo
Statistica I	Finanza aziendale Statistica II Statistica computazionale Statistica economica Statistica per la ricerca sociale
Materia del 3° anno	propedeutica a
Economia degli intermediari finanziari	Economia del mercato mobiliare Economia delle aziende di assicurazione Economia delle aziende di credito Tecnica dei crediti speciali
Economia e gestione delle imprese	Economia e gestione delle imprese commerciali Economia e gestione delle imprese di servizi Marketing Marketing internazionale
Finanza aziendale	Economia del mercato mobiliare

Organizzazione del lavoro	Organizzazione aziendale Organizzazione delle aziende commerciali Organizzazione e gestione delle risorse umane
Programmazione e controllo	Revisione aziendale Tecnica professionale
Statistica II	Econometria

Queste propedeuticità debbono obbligatoriamente essere rispettate, a pena dell'annullamento dell'esame.

Da settembre 2001 gli studenti possono sostenere esami del 3° anno anche qualora non abbiano superato tutti gli esami del 1° anno e possono sostenere esami del 4° anno anche senza aver prima superato tutti gli esami del 2° anno.



propedeuticità del vecchio ordinamento

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia

docenti	insegnamenti	propedeuticità
offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno
offerta formativa dopo la laurea		

Agli studenti che si iscrivono al 2° anno del corso di laurea in Economia e gestione dei servizi si applicano le propedeuticità previste per il [nuovo ordinamento triennale](#).

Le propedeuticità vincolanti per gli studenti che, nell'a.a. 2001/02, si iscrivono al 3° e 4° anno del corso di laurea in Economia e gestione dei servizi - vecchio ordinamento, sono le seguenti:

Materia del 1° anno	propedeutica a
Economia aziendale	Ragioneria generale ed applicata
Economia politica I	Economia politica II Microeconomia
Matematica generale	Economia politica I Matematica finanziaria I Statistica I

Materia del 2° anno	propedeutica a
Economia politica II Microeconomia	Economia industriale Economia internazionale Politica economica
Istituzioni di diritto privato	Diritto commerciale
Ragioneria generale ed applicata	Finanza aziendale
Statistica I	Finanza aziendale

Materia del 3° anno	propedeutica a
Economia degli intermediari finanziari	Economia delle aziende di credito

Queste propedeuticità debbono obbligatoriamente essere rispettate, a pena dell'annullamento dell'esame.

Da settembre 2001 gli studenti possono sostenere esami del 3° anno anche qualora non abbiano superato tutti gli esami del 1° anno e possono sostenere esami del 4° anno anche senza aver prima superato tutti gli esami del 2° anno.



propedeuticità del vecchio ordinamento
Diploma universitario in Commercio estero

docenti	insegnamenti	propedeuticità
offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno
offerta formativa dopo la laurea		

Le propedeuticità vincolanti per gli studenti che, nell'a.a. 2001/02, si iscrivono al diploma universitario in Commercio estero sono le seguenti:

Materia	propedeutica a
Lingua francese (prima prova)	Lingua francese (seconda prova)
Lingua inglese (prima prova)	Lingua inglese (seconda prova)
Lingua tedesca (prima prova)	Lingua tedesca (seconda prova)

La prima prova si svolge dopo le prime due annualità delle lingue straniere, la seconda prova si svolge dopo la terza annualità.

Queste propedeuticità debbono obbligatoriamente essere rispettate, a pena dell'annullamento dell'esame.

esami a libera scelta
Corso di laurea in Economia aziendale

docenti	insegnamenti	propedeuticità
esami a libera scelta	offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno
offerta formativa 3° e 4° anno	offerta formativa dopo la laurea	

[Informazioni generali](#)

[Esami a libera scelta presso altra Facoltà](#)

[Esami a libera scelta presso la Facoltà di Economia](#)

Informazioni generali

Gli esami a libera scelta non possono essere sostenuti dagli studenti iscritti al 1° anno del corso di laurea in Economia aziendale.

Gli studenti iscritti al 2° anno del corso di laurea in Economia aziendale debbono sostenere esami a libera scelta per un totale di 12 crediti formativi.

Nell'a.a. 2001/02, per gli esami a libera scelta, in generale gli studenti possono scegliere fra gli insegnamenti impartiti al 1° e 2° anno di corso presso la Facoltà di Economia, non previsti nel proprio curriculum.

E' possibile anche sostenere esami in altre Facoltà dell'Ateneo, come libera scelta.

Tuttavia, alle possibilità di scelta sono state poste delle limitazioni, in quanto all'interno della Facoltà di Economia, nei diversi corsi di laurea, sono presenti esami che hanno programmi fra loro simili, almeno parzialmente, e presso le altre Facoltà possono essere attivati esami di aree disciplinari tipiche della Facoltà di Economia: utilizzarli come esami a libera scelta costituirebbe una ripetizione nella preparazione degli studenti, pertanto inutile ai fini della loro formazione.

Le regole relative agli esami a libera scelta vengono riportate di seguito.



Esami a libera scelta presso altra Facoltà

Lo studente del corso di laurea in Economia aziendale che intende scegliere come esami a libera scelta corsi impartiti presso altra Facoltà dell'Ateneo deve chiedere un'[autorizzazione](#) al Consiglio della Facoltà di Economia, inoltrando la richiesta al responsabile del corso di laurea, prof. Mauro Zavani.

Non vi sono limiti temporali: la richiesta, in carta libera, può essere presentata in qualunque momento dell'anno.

E' cura dello studente accertarsi, presso la Facoltà che impartisce il corso che gli interessa, degli eventuali vincoli posti (obbligo di frequenza, limiti all'accesso all'esame, ecc.).

Esami a libera scelta presso la Facoltà di Economia

All'interno della Facoltà di Economia, gli esami a libera scelta possono essere scelti solo fra gli insegnamenti attivati nel corrente anno accademico 2001/02 al 1° e 2° anno. La scelta di una lingua

straniera come insegnamento a libera scelta implica necessariamente che si tratti di una terza lingua, in quanto la seconda lingua è già compresa nel curriculum dei corsi di laurea della Facoltà.

Lo studente del corso di laurea in Economia aziendale può sostenere come libera scelta gli esami o moduli impartiti nel proprio corso di laurea al 1° e 2° anno e non compresi nel curriculum prescelto, rispettando le [propedeuticità](#) vincolanti dell'insegnamento.

Per gli insegnamenti degli altri corsi di laurea della Facoltà, fatte salve le limitazioni che seguono, lo studente può sostenere gli esami o moduli impartiti al 1° e 2° anno, rispettando le [propedeuticità](#) vincolanti dell'insegnamento. Le limitazioni sono:

- in generale, gli studenti non possono sostenere un esame o modulo che abbia lo stesso nome di un esame o modulo del proprio corso di laurea, a pena dell'annullamento (per esempio, lo studente che sostiene l'esame di Marketing - Marketing strategico (M1) nel corso di laurea in Economia aziendale non può sostenere l'esame di Marketing strategico nel corso di laurea in Economia e marketing internazionale);
- gli studenti iscritti al 2° anno del corso di laurea in Economia aziendale, infine, non possono sostenere i seguenti esami, a pena del loro annullamento:

Materia	corso di laurea
Diritto privato	Economia e commercio, percorso Economia, reti, informazione
Economia delle aziende e delle amministrazioni pubbliche	Economia e gestione dei servizi
Istituzioni di economia	Economia e marketing internazionale
Marketing	Economia e commercio, percorso Economia, reti, informazione Economia e gestione dei servizi
Metodi quantitativi I	Economia e marketing internazionale
Metodi quantitativi II	Economia e marketing internazionale



esami a libera scelta
 Corso di laurea in Economia e marketing internazionale

docenti	insegnamenti	propedeuticità
esami a libera scelta	offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno
offerta formativa 3° e 4° anno	offerta formativa dopo la laurea	

[Informazioni generali](#)

[Esami a libera scelta presso altra Facoltà](#)

[Esami a libera scelta presso la Facoltà di Economia](#)

Informazioni generali

Gli studenti iscritti al corso di laurea in Economia e marketing internazionale debbono sostenere esami a libera scelta per un totale di 10 crediti formativi.

Nell'a.a. 2001/02, per gli esami a libera scelta, in generale gli studenti possono scegliere fra gli insegnamenti impartiti al 1° e 2° anno negli altri corsi di laurea della Facoltà di Economia.

E' possibile anche sostenere esami in altre Facoltà dell'Ateneo, come libera scelta.

Tuttavia, alle possibilità di scelta sono state poste delle limitazioni, in quanto all'interno della Facoltà di Economia, nei diversi corsi di laurea, sono presenti esami che hanno programmi fra loro simili, almeno parzialmente, e presso le altre Facoltà possono essere attivati esami di aree disciplinari tipiche della Facoltà di Economia: utilizzarli come esami a libera scelta costituirebbe una ripetizione nella preparazione degli studenti, pertanto inutile ai fini della loro formazione.

Le regole relative agli esami a libera scelta vengono riportate di seguito.



Esami a libera scelta presso altra Facoltà

Lo studente del corso di laurea in Economia e marketing internazionale che intende scegliere come esami a libera scelta corsi impartiti presso altra Facoltà dell'Ateneo deve chiedere un'[autorizzazione](#) al Consiglio della Facoltà di Economia, inoltrando la richiesta al prof. Tiziano Bursi oppure al prof. Giovanni Solinas, responsabili del corso di laurea.

Non vi sono limiti temporali: la richiesta, in carta libera, può essere presentata in qualunque momento dell'anno.

E' cura dello studente accertarsi, presso la Facoltà che impartisce il corso che gli interessa, degli eventuali vincoli posti (obbligo di frequenza, limiti all'accesso all'esame, ecc.).

Esami a libera scelta presso la Facoltà di Economia

All'interno della Facoltà di Economia, gli esami a libera scelta possono essere scelti solo fra gli insegnamenti attivati nel corrente anno accademico 2001/02 al 1° e 2° anno. La scelta di una lingua straniera come insegnamento a libera scelta implica necessariamente che si tratti di una terza lingua, in quanto la seconda lingua è già compresa nel curriculum dei corsi di laurea della Facoltà.

Per gli insegnamenti degli altri corsi di laurea della Facoltà, fatte salve le limitazioni che seguono, lo studente può sostenere gli esami o moduli impartiti al 1° e 2° anno, rispettando le [propedeuticità](#) vincolanti dell'insegnamento. Le limitazioni sono:

- in generale, gli studenti non possono sostenere un esame o modulo che abbia lo stesso nome di un esame o modulo del proprio corso di laurea, a pena dell'annullamento (per esempio, lo studente che sostiene l'esame di Marketing strategico nel corso di laurea in Economia e marketing internazionale non può sostenere l'esame di Marketing - Marketing strategico (M1) nel corso di laurea in Economia aziendale);
- gli studenti iscritti al corso di laurea in Economia e marketing internazionale, infine, non possono sostenere i seguenti esami, a pena del loro annullamento:

Materia	corso di laurea
Diritto privato	Economia e commercio, percorso Economia, reti, informazione
Economia delle aziende e delle amministrazioni pubbliche	Economia e gestione dei servizi
Introduzione alla macroeconomia	Economia aziendale Scienze economiche e sociali
Introduzione alla microeconomia	Economia aziendale Scienze economiche e sociali
Marketing	Economia e commercio, percorso Economia, reti, informazione Economia e gestione dei servizi
Matematica	Economia aziendale Scienze economiche e sociali
Matematica finanziaria	Economia aziendale Economia e gestione dei servizi Scienze economiche e sociali



esami a libera scelta
Corso di laurea in Scienze economiche e sociali

docenti	insegnamenti	propedeuticità
esami a libera scelta	offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno
offerta formativa 3° e 4° anno	offerta formativa dopo la laurea	

[Informazioni generali](#)

[Esami a libera scelta presso altra Facoltà](#)

[Esami a libera scelta presso la Facoltà di Economia](#)

Informazioni generali

Gli esami a libera scelta non possono essere sostenuti dagli studenti iscritti al 1° anno del corso di laurea in Scienze economiche e sociali.

Gli studenti iscritti al 2° anno del corso di laurea in Scienze economiche e sociali debbono sostenere esami a libera scelta per un totale di 12 crediti formativi.

Nell'a.a. 2001/02, per gli esami a libera scelta, in generale gli studenti possono scegliere fra gli insegnamenti impartiti al 1° e 2° anno di corso presso la Facoltà di Economia, non previsti nel proprio curriculum.

E' possibile anche sostenere esami in altre Facoltà dell'Ateneo, come libera scelta.

Tuttavia, alle possibilità di scelta sono state poste delle limitazioni, in quanto all'interno della Facoltà di Economia, nei diversi corsi di laurea, sono presenti esami che hanno programmi fra loro simili, almeno parzialmente, e presso le altre Facoltà possono essere attivati esami di aree disciplinari tipiche della Facoltà di Economia: utilizzarli come esami a libera scelta costituirebbe una ripetizione nella preparazione degli studenti, pertanto inutile ai fini della loro formazione.

Le regole relative agli esami a libera scelta vengono riportate di seguito.



Esami a libera scelta presso altra Facoltà

Lo studente del corso di laurea in Scienze economiche e sociali che intende scegliere come esami a libera scelta corsi impartiti presso altra Facoltà dell'Ateneo deve chiedere un'[autorizzazione](#) al Consiglio della Facoltà di Economia, inoltrando la richiesta al responsabile del corso di laurea, prof. Mario Forni.

Non vi sono limiti temporali: la richiesta, in carta libera, può essere presentata in qualunque momento dell'anno.

E' cura dello studente accertarsi, presso la Facoltà che impartisce il corso che gli interessa, degli eventuali vincoli posti (obbligo di frequenza, limiti all'accesso all'esame, ecc.).

Esami a libera scelta presso la Facoltà di Economia

All'interno della Facoltà di Economia, gli esami a libera scelta possono essere scelti solo fra gli insegnamenti attivati nel corrente anno accademico 2001/02 al 1° e 2° anno. La scelta di una lingua

straniera come insegnamento a libera scelta implica necessariamente che si tratti di una terza lingua, in quanto la seconda lingua è già compresa nel curriculum dei corsi di laurea della Facoltà.

Lo studente del corso di laurea in Scienze economiche e sociali può sostenere come libera scelta gli esami o moduli impartiti nel proprio corso di laurea e non compresi nel curriculum prescelto, rispettando le [propedeuticità](#) vincolanti dell'insegnamento.

Per gli insegnamenti degli altri corsi di laurea della Facoltà, fatte salve le limitazioni che seguono, lo studente può sostenere gli esami o moduli impartiti al 1° e 2° anno, rispettando le [propedeuticità](#) vincolanti dell'insegnamento. Le limitazioni sono:

- in generale, gli studenti non possono sostenere un esame o modulo che abbia lo stesso nome di un esame o modulo del proprio corso di laurea, a pena dell'annullamento (per esempio, lo studente che sostiene l'esame di Economia e istituzioni dei distretti industriali nel corso di laurea in Scienze economiche e sociali non può sostenere l'esame di Economia industriale - Economia e istituzioni dei distretti industriali (M1) nel corso di laurea in Economia e marketing internazionale);
- gli studenti iscritti al 2° anno del corso di laurea in Scienze economiche e sociali, infine, non possono sostenere i seguenti esami, a pena del loro annullamento:

Materia	corso di laurea
Diritto privato	Economia e commercio, percorso Economia, reti, informazione
Economia delle aziende e delle amministrazioni pubbliche	Economia e gestione dei servizi
Istituzioni di economia	Economia e marketing internazionale
Marketing	Economia e commercio, percorso Economia, reti, informazione Economia e gestione dei servizi
Marketing operativo	Economia e marketing internazionale
Marketing strategico	Economia e marketing internazionale
Metodi quantitativi I	Economia e marketing internazionale
Metodi quantitativi II	Economia e marketing internazionale



esami a libera scelta

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia

docenti	insegnamenti	propedeuticità
esami a libera scelta	offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno
offerta formativa 3° e 4° anno	offerta formativa dopo la laurea	

[Informazioni generali](#)

[Esami a libera scelta presso altra Facoltà](#)

[Esami a libera scelta presso la Facoltà di Economia](#)

[Insegnamenti offerti a libera scelta](#)

Informazioni generali

Gli studenti iscritti al 2° anno del corso di laurea in Economia e gestione dei servizi debbono sostenere esami a libera scelta per un totale di 12 crediti formativi.

Nell'a.a. 2001/02, per gli esami a libera scelta, in generale gli studenti possono scegliere fra gli insegnamenti impartiti al 1° e 2° anno di corso presso la Facoltà di Economia, non previsti nel proprio curriculum.

E' possibile anche sostenere esami in altre Facoltà dell'Ateneo, come libera scelta.

Tuttavia, alle possibilità di scelta sono state poste delle limitazioni, in quanto all'interno della Facoltà di Economia, nei diversi corsi di laurea, sono presenti esami che hanno programmi fra loro simili, almeno parzialmente, e presso le altre Facoltà possono essere attivati esami di aree disciplinari tipiche della Facoltà di Economia: utilizzarli come esami a libera scelta costituirebbe una ripetizione nella preparazione degli studenti, pertanto inutile ai fini della loro formazione.

Le regole relative agli esami a libera scelta vengono riportate di seguito.



Esami a libera scelta presso altra Facoltà

Lo studente del corso di laurea in Economia e gestione dei servizi che intende scegliere come esami a libera scelta corsi impartiti presso altra Facoltà dell'Ateneo deve chiedere un'[autorizzazione](#) al Consiglio della Facoltà di Economia, inoltrando la richiesta al responsabile del corso di laurea, prof.ssa Maria Cecilia Guerra.

Non vi sono limiti temporali: la richiesta, in carta libera, può essere presentata in qualunque momento dell'anno.

E' cura dello studente accertarsi, presso la Facoltà che impartisce il corso che gli interessa, degli eventuali vincoli posti (obbligo di frequenza, limiti all'accesso all'esame, ecc.).

Esami a libera scelta presso la Facoltà di Economia

All'interno della Facoltà di Economia, gli esami a libera scelta possono essere scelti solo fra gli insegnamenti attivati nel corrente anno accademico 2001/02 al 1° e 2° anno. La scelta di una lingua straniera come insegnamento a libera scelta implica necessariamente che si tratti di una terza lingua, in

quanto la seconda lingua è già compresa nel curriculum dei corsi di laurea della Facoltà.

Lo studente del corso di laurea in Economia e gestione dei servizi può sostenere come libera scelta gli esami o moduli impartiti al 2° anno del proprio corso di laurea e non compresi nel curriculum prescelto, rispettando le [propedeuticità](#) vincolanti dell'insegnamento.

Per gli insegnamenti degli altri corsi di laurea della Facoltà, fatte salve le limitazioni che seguono, lo studente può sostenere gli esami o moduli impartiti al 1° e 2° anno, rispettando le [propedeuticità](#) vincolanti dell'insegnamento. Le limitazioni sono:

- in generale, gli studenti non possono sostenere un esame o modulo che abbia lo stesso nome di un esame o modulo del proprio corso di laurea, a pena dell'annullamento (per esempio, lo studente che sostiene l'esame di Economia e gestione delle imprese commerciali - Strutture e forme distributive (M1) nel corso di laurea in Economia e gestione dei servizi non può sostenere l'esame di Economia e gestione delle imprese commerciali nel corso di laurea in Economia aziendale);
- gli studenti iscritti al 2° anno del corso di laurea in Economia e gestione dei servizi, infine, non possono sostenere i seguenti esami, a pena del loro annullamento:

Materia	corso di laurea
Diritto privato	Economia e commercio, percorso Economia, reti, informazione
Economia delle aziende e delle amministrazioni pubbliche (Gestione dei servizi pubblici)	Economia aziendale
Istituzioni di economia	Economia e marketing internazionale
Marketing	Economia e commercio, percorso Economia, reti, informazione
Marketing - Marketing strategico (M1)	Economia aziendale
Marketing - Marketing operativo (M2)	Economia aziendale
Marketing operativo	Economia e marketing internazionale
Marketing strategico	Economia e marketing internazionale
Metodi quantitativi I	Economia e marketing internazionale
Metodi quantitativi II	Economia e marketing internazionale
Metodologie e determinazioni contabili - Bilancio degli enti pubblici (M2)	Economia aziendale

Insegnamenti offerti a libera scelta

Nell'a.a. 2001/02, al 2° anno del corso di laurea in Economia e gestione dei servizi, oltre agli insegnamenti previsti come obbligatori nei curricula, sono attivati due insegnamenti che possono essere utilizzati come esami a libera scelta. Si tratta di [Economia degli intermediari finanziari - Attività finanziarie \(M2\)](#) e di [Finanza aziendale - Capital budgeting \(M2\)](#), entrambi da 4 crediti.

esami a libera scelta

Corso di laurea in Economia e commercio, percorso Economia, reti, informazione

docenti	insegnamenti	propedeuticità
esami a libera scelta	offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno
offerta formativa 3° e 4° anno	offerta formativa dopo la laurea	

[Informazioni generali](#)

[Esami a libera scelta presso altra Facoltà](#)

[Esami a libera scelta presso la Facoltà di Economia](#)

Informazioni generali

Gli studenti iscritti al 2° anno del corso di laurea in Economia e commercio, percorso Economia, reti, informazione, debbono sostenere esami a libera scelta per un totale di 12 crediti formativi.

Nell'a.a. 2001/02, per gli esami a libera scelta, in generale gli studenti possono scegliere fra gli insegnamenti impartiti al 1° e 2° anno di corso presso la Facoltà di Economia, non previsti nel proprio percorso.

E' possibile anche sostenere esami in altre Facoltà dell'Ateneo, come libera scelta.

Tuttavia, alle possibilità di scelta sono state poste delle limitazioni, in quanto all'interno della Facoltà di Economia, nei diversi corsi di laurea, sono presenti esami che hanno programmi fra loro simili, almeno parzialmente, e presso le altre Facoltà possono essere attivati esami di aree disciplinari tipiche della Facoltà di Economia: utilizzarli come esami a libera scelta costituirebbe una ripetizione nella preparazione degli studenti, pertanto inutile ai fini della loro formazione.

Le regole relative agli esami a libera scelta vengono riportate di seguito.



Esami a libera scelta presso altra Facoltà

Lo studente del corso di laurea in Economia e commercio, percorso Economia, reti, informazione, che intende scegliere come esami a libera scelta corsi impartiti presso altra Facoltà dell'Ateneo deve chiedere un'[autorizzazione](#) al Consiglio della Facoltà di Economia, inoltrando la richiesta al Preside, prof. Andrea Landi.

Non vi sono limiti temporali: la richiesta, in carta libera, può essere presentata in qualunque momento dell'anno.

E' cura dello studente accertarsi, presso la Facoltà che impartisce il corso che gli interessa, degli eventuali vincoli posti (obbligo di frequenza, limiti all'accesso all'esame, ecc.).

Esami a libera scelta presso la Facoltà di Economia

All'interno della Facoltà di Economia, gli esami a libera scelta possono essere scelti solo fra gli insegnamenti attivati nel corrente anno accademico 2001/02 al 1° e 2° anno. La scelta di una lingua straniera come insegnamento a libera scelta implica necessariamente che si tratti di una terza lingua, in quanto la seconda lingua è già compresa nel curriculum dei corsi di laurea della Facoltà.

Lo studente del corso di laurea in Economia e commercio, percorso Economia, reti, informazione, può sostenere come libera scelta gli esami o moduli impartiti al 2° anno del proprio corso di laurea e non compresi nel proprio percorso, rispettando le [propedeuticità](#) vincolanti dell'insegnamento.

Per gli insegnamenti degli altri corsi di laurea della Facoltà, fatte salve le limitazioni che seguono, lo studente può sostenere gli esami o moduli impartiti al 1° e 2° anno, rispettando le [propedeuticità](#) vincolanti dell'insegnamento. Le limitazioni sono:

- in generale, gli studenti non possono sostenere un esame o modulo che abbia lo stesso nome di un esame o modulo del proprio corso di laurea, a pena dell'annullamento (per esempio, lo studente che sostiene l'esame di Marketing nel corso di laurea in Economia e commercio, percorso Economia, reti, informazione non può sostenere l'esame di Marketing nel corso di laurea in Economia e gestione dei servizi);
- gli studenti iscritti al corso di laurea in Economia e commercio, percorso Economia, reti, informazione, infine, non possono sostenere i seguenti esami, a pena del loro annullamento:

Materia	corso di laurea
Istituzioni di economia	Economia e marketing internazionale
Istituzioni di diritto - Elementi di diritto privato (M2)	Economia aziendale Economia e marketing internazionale Scienze economiche e sociali
Marketing - Marketing strategico (M1)	Economia aziendale
Marketing - Marketing operativo (M2)	Economia aziendale
Marketing operativo	Economia e marketing internazionale
Marketing strategico	Economia e marketing internazionale
Metodi quantitativi I	Economia e marketing internazionale
Metodi quantitativi II	Economia e marketing internazionale



esami a libera scelta

Corso di laurea in Economia e commercio, percorso Scienze economiche

docenti	insegnamenti	propedeuticità
esami a libera scelta	offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno
offerta formativa 3° e 4° anno	offerta formativa dopo la laurea	

[Informazioni generali](#)

[Esami a libera scelta presso altra Facoltà](#)

[Esami a libera scelta presso la Facoltà di Economia](#)

Informazioni generali

Gli studenti iscritti al 2° anno del corso di laurea in Economia e commercio, percorso Scienze economiche, debbono sostenere esami a libera scelta per un totale di 12 crediti formativi.

Nell'a.a. 2001/02, per gli esami a libera scelta, in generale gli studenti possono scegliere fra gli insegnamenti impartiti al 1° e 2° anno di corso presso la Facoltà di Economia, non previsti nel percorso scelto.

E' possibile anche sostenere esami in altre Facoltà dell'Ateneo, come libera scelta.

Tuttavia, alle possibilità di scelta sono state poste delle limitazioni, in quanto all'interno della Facoltà di Economia, nei diversi corsi di laurea, sono presenti esami che hanno programmi fra loro simili, almeno parzialmente, e presso le altre Facoltà possono essere attivati esami di aree disciplinari tipiche della Facoltà di Economia: utilizzarli come esami a libera scelta costituirebbe una ripetizione nella preparazione degli studenti, pertanto inutile ai fini della loro formazione.

Le regole relative agli esami a libera scelta vengono riportate di seguito.



Esami a libera scelta presso altra Facoltà

Lo studente del corso di laurea in Economia e commercio, percorso Scienze economiche, che intende scegliere come esami a libera scelta corsi impartiti presso altra Facoltà dell'Ateneo deve chiedere un'[autorizzazione](#) al Consiglio della Facoltà di Economia, inoltrando la richiesta al responsabile del corso di laurea, prof. Mario Forni.

Non vi sono limiti temporali: la richiesta, in carta libera, può essere presentata in qualunque momento dell'anno.

E' cura dello studente accertarsi, presso la Facoltà che impartisce il corso che gli interessa, degli eventuali vincoli posti (obbligo di frequenza, limiti all'accesso all'esame, ecc.).

Esami a libera scelta presso la Facoltà di Economia

All'interno della Facoltà di Economia, gli esami a libera scelta possono essere scelti solo fra gli insegnamenti attivati nel corrente anno accademico 2001/02 al 1° e 2° anno. La scelta di una lingua straniera come insegnamento a libera scelta implica necessariamente che si tratti di una terza lingua, in quanto la seconda lingua è già compresa nel curriculum dei corsi di laurea della Facoltà.

Lo studente del corso di laurea in Economia e Commercio, percorso Scienze economiche, può sostenere come libera scelta gli esami o moduli impartiti al 2° anno del proprio corso di laurea e non compresi nel percorso scelto, rispettando le [propedeuticità](#) vincolanti dell'insegnamento.

Per gli insegnamenti degli altri corsi di laurea della Facoltà, fatte salve le limitazioni che seguono, lo studente può sostenere gli esami o moduli impartiti al 1° e 2° anno, rispettando le [propedeuticità](#) vincolanti dell'insegnamento. Le limitazioni sono:

- in generale, gli studenti non possono sostenere un esame o modulo che abbia lo stesso nome di un esame o modulo del proprio corso di laurea, a pena dell'annullamento (per esempio, lo studente che sostiene l'esame di Economia e istituzioni dei distretti industriali nel corso di laurea in Economia e commercio, percorso Scienze economiche non può sostenere l'esame di Economia industriale - Economia e istituzioni dei distretti industriali (M1) nel corso di laurea in Economia e marketing internazionale);
- gli studenti iscritti al 2° anno del corso di laurea in Economia e commercio, percorso Scienze Economiche, infine, non possono sostenere i seguenti esami, a pena del loro annullamento:

Materia	corso di laurea
Diritto privato	Economia e commercio, percorso Economia, reti, informazione
Economia delle aziende e delle amministrazioni pubbliche	Economia e gestione dei servizi
Istituzioni di economia	Economia e marketing internazionale
Marketing	Economia e commercio, percorso Economia, reti, informazione Economia e gestione dei servizi
Marketing operativo	Economia e marketing internazionale
Marketing strategico	Economia e marketing internazionale
Metodi quantitativi I	Economia e marketing internazionale
Metodi quantitativi II	Economia e marketing internazionale



come passare al nuovo ordinamento
passaggio degli studenti alle lauree triennali

docenti	insegnamenti	propedeuticità
offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno
offerta formativa dopo la laurea		

[Tabelle di conversione >>>](#)

[Programma per la conversione dal vecchio al nuovo ordinamento >>>](#)

Passaggio degli studenti alle lauree triennali

Gli studenti già iscritti alla Facoltà di Economia dell'Università di Modena e Reggio Emilia alla data di entrata in vigore dei nuovi ordinamenti didattici, di cui al d.m. 4 agosto 2000 (lauree triennali), hanno facoltà di passare ai nuovi corsi di laurea triennali.

Nell'a.a. 2001/02 gli studenti che passano al nuovo ordinamento vengono ammessi al 2° anno di corso.

L'ammissione al 3° anno dei corsi di laurea triennali in Economia Aziendale, in Economia e Gestione dei Servizi e in Scienze Economiche e Sociali e al 2° e 3° anno del corso di laurea in Economia e Marketing Internazionale (non attivati) può avvenire solo su esplicita richiesta dello studente.

Il passaggio al nuovo ordinamento è irreversibile. E' possibile passare al nuovo ordinamento in qualunque momento dell'anno. L'opzione potrà essere esercitata anche nei prossimi anni.

Una volta passati al nuovo ordinamento gli studenti non potranno sostenere esami del vecchio ordinamento.

Per l'anno accademico 2001/02 il 3° anno dei corsi di laurea triennali in Economia Aziendale, in Economia e Gestione dei Servizi e in Scienze Economiche e Sociali ed il 2° e 3° anno del corso di laurea in Economia e Marketing Internazionale non sono attivati, perciò gli esami ad essi relativi non possono essere sostenuti direttamente, ma solo convalidati nel passaggio dal vecchio ordinamento quadriennale al nuovo ordinamento triennale. Pertanto la possibilità di laurearsi nel nuovo ordinamento triennale nell'a.a. 2001/02 è aperta solo agli studenti che nel passaggio dal vecchio al nuovo ordinamento ottengano il riconoscimento di tutti gli esami o crediti del nuovo ordinamento, fatta salva l'esperienza obbligatoria dello stage.

Per dare anche agli studenti iscritti al 3° anno la possibilità di laurearsi nell'a.a. 2001/02 nel nuovo ordinamento triennale si consente solo agli studenti che si iscrivono al 3° anno del vecchio ordinamento di sostenere esami di materie impartite al 4° anno di corso. Debbono comunque essere rispettate le propedeuticità fra le singole materie del vecchio ordinamento.



come passare al nuovo ordinamento
tabelle di conversione

docenti	insegnamenti	propedeuticità
offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno
offerta formativa dopo la laurea		

[Regole per l'utilizzo delle tabelle di conversione](#)

[Elenco delle tabelle di conversione](#)

[Passaggio degli studenti alle lauree triennali >>](#)

[Programma per la conversione dal vecchio al nuovo ordinamento >>](#)

Regole per l'utilizzo delle tabelle di conversione

Le tabelle di conversione sono rivolte esclusivamente agli studenti che nell'a.a. 2000/01 erano iscritti al 2° anno e successivi della Facoltà di Economia dell'Università di Modena e Reggio Emilia.

La tabella di conversione affianca gli insegnamenti dei curricula del nuovo ordinamento agli insegnamenti del vecchio ordinamento.

Ai fini della conversione è stato assegnato un valore in crediti agli insegnamenti del vecchio ordinamento che possono essere convalidati come insegnamenti del nuovo ordinamento e relativi crediti.

Si tenga presente che, nell'attribuzione dei crediti agli esami sostenuti nel vecchio ordinamento ai fini del passaggio dal vecchio al nuovo ordinamento, si prende in considerazione la carriera scolastica originale dello studente. Pertanto se, ad esempio, uno studente iscritto al diploma universitario in Economia e Amministrazione delle Imprese nella nostra Facoltà era passato negli scorsi anni accademici ad uno dei corsi di laurea ed aveva ottenuto la convalida dell'esame di Istituzioni di Diritto Privato, se ora decide di passare al nuovo ordinamento triennale dei corsi di laurea, i crediti assegnati all'esame di Istituzioni di Diritto Privato da lui sostenuto ai fini della conversione nel nuovo ordinamento sono 8 (quanti se ne attribuiscono all'esame sostenuto nel diploma), e non 10 (quanti se ne attribuiscono all'esame sostenuto nei corsi di laurea).

I crediti che residuano dalla conversione degli esami possono essere utilizzati nei seguenti modi:

a) possono essere aggregati e convertiti in un insegnamento del nuovo ordinamento, secondo quanto previsto nella tabella di conversione. Per poter usufruire di questa possibilità è necessario aver sostenuto tutti gli insegnamenti del vecchio ordinamento i cui crediti residui confluiscono nell'insegnamento del nuovo ordinamento. Non è infatti prevista la convalida parziale di esami del nuovo ordinamento.

Esempio (tabella): i crediti che residuano dalla conversione degli insegnamenti del vecchio ordinamento vengono aggregati e danno luogo alla convalida dell'insegnamento "Economia del terzo settore" (4 crediti) del nuovo ordinamento.

Nuovo ordinamento	Crediti	Vecchio ordinamento	Crediti per conversione	Differenza crediti	Insegnamenti di destinazione dei crediti residui	Crediti assegnati
Introduzione alla macroeconomia	8	Economia politica II	10	2	Economia del terzo settore	2
Introduzione alla microeconomia	8	Economia politica I	10	2	Economia del terzo settore	2

b) possono avere più insegnamenti di destinazione nel nuovo ordinamento, in alternativa fra loro. Lo studente dovrà scegliere l'insegnamento di destinazione per il quale opta. Esempio: 4 dei crediti attribuiti a "Ragioneria

generale ed applicata" possono essere utilizzati per convalidare, in alternativa, "Revisione aziendale" o "Temi speciali di bilancio".

A loro volta, insegnamenti del nuovo ordinamento possono avere più insegnamenti corrispondenti nel vecchio ordinamento. Anche in questo caso lo studente dovrà scegliere quale insegnamento del vecchio ordinamento utilizzare per la convalida dell'esame del nuovo ordinamento. Esempio: "Temi speciali di bilancio" corrisponde a "Tecnica professionale" o a 4 dei crediti attribuiti a "Ragioneria generale ed applicata".

c) possono essere utilizzati come crediti di libera scelta. Sarà cura dello studente indicare quali crediti residui debbano essere utilizzati come libera scelta.

Esempio:

Nuovo ordinamento	Crediti	Vecchio ordinamento	Crediti per conversione	Differenza crediti	Insegnamenti di destinazione dei crediti residui	Crediti assegnati
Economia aziendale	8	Economia aziendale	10	2	libera scelta	2
Istituzioni di diritto - Elementi di diritto pubblico (M1)	4	Istituzioni di diritto pubblico	10	6	libera scelta	6

d) gli ulteriori crediti residui potranno essere mantenuti nel proprio curriculum per successive attività formative (es: lauree specialistiche, master).



Elenco delle tabelle di conversione

CORRISPONDENZA CORSI DI LAUREA NUOVO ORDINAMENTO - CORSI DI LAUREA VECCHIO ORDINAMENTO

Corso di laurea in Economia aziendale

[Curriculum Amministrazione e finanza >>](#)

[Curriculum Libera professione >>](#)

[Curriculum Marketing e distribuzione >>](#)

[Curriculum Servizi pubblici >>](#)

[Corso di laurea in Economia e marketing internazionale >>](#)

Corso di laurea in Scienze economiche e sociali

[Curriculum Economia e società >>](#)

[Curriculum Finanza e moneta >>](#)

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi

[Curriculum in Servizi commerciali e finanziari >>](#)

[Curriculum in Servizi pubblici e dei sistemi economici locali >>](#)



CORRISPONDENZA CORSI DI LAUREA NUOVO ORDINAMENTO - DIPLOMA UNIVERSITARIO IN COMMERCIO ESTERO

Corso di laurea in Economia aziendale

[Curriculum Amministrazione e finanza >>](#)

[Curriculum Libera professione >>](#)

[Curriculum Marketing e distribuzione >>](#)

[Curriculum Servizi pubblici >>](#)

[Corso di laurea in Economia e marketing internazionale >>](#)

Corso di laurea in Scienze economiche e sociali

[Curriculum Economia e società >>](#)

[Curriculum Finanza e moneta >>](#)



CORRISPONDENZA CORSI DI LAUREA NUOVO ORDINAMENTO - DIPLOMA UNIVERSITARIO IN ECONOMIA E AMMINISTRAZIONE DELLE IMPRESE

Corso di laurea in Economia aziendale

[Curriculum Amministrazione e finanza >>](#)

[Curriculum Libera professione >>](#)

[Curriculum Marketing e distribuzione >>](#)

[Curriculum Servizi pubblici >>](#)

[Corso di laurea in Economia e marketing internazionale >>](#)

Corso di laurea in Scienze economiche e sociali

[Curriculum Economia e società >>](#)

[Curriculum Finanza e moneta >>](#)



come passare al nuovo ordinamento
 programma per la conversione dal vecchio al nuovo ordinamento

docenti	insegnamenti	propedeuticità
offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno
offerta formativa dopo la laurea		

[Passaggio degli studenti alle lauree triennali >>](#)

[Tabelle di conversione >>](#)

Programma per la conversione dal vecchio al nuovo ordinamento

(utilizzabile solamente in Intranet alla Facoltà di Economia)

Il programma converte gli insegnamenti dei curricula del vecchio ordinamento negli insegnamenti del nuovo ordinamento.

E' possibile stampare il modulo per il passaggio dal vecchio al nuovo ordinamento.

Nel modulo viene riportato il vostro nome cognome e numero di matricola, il corso di laurea e il curriculum scelto, l'elenco degli insegnamenti convalidati e, dopo avere indicato nell'apposita casellina il numero di crediti che si desidera destinare alla libera scelta, è possibile consegnarlo in Segreteria Studenti in Corso Canalgrande 45.

Per ora è possibile utilizzare il programma di conversione crediti solo all'interno della Facoltà di Economia, su queste postazioni:

- 4 PC destinati all'iscrizione agli esami, posti all'ingresso dell'ala est. Sulla maschera del programma iscrizione agli esami compare un pulsante che attiva il programma "Conversione Crediti". Da tali postazioni non è possibile la stampa.
- PC del laboratorio informatico 2. Sul desktop di questi PC è presente un'icona del programma "Conversione Crediti". Da un PC del laboratorio è possibile anche la stampa sulla stampante ad esso collegata provvista di badge.

Ai fini della conversione è stato assegnato un valore in crediti agli insegnamenti del vecchio ordinamento che possono essere convalidati come insegnamenti del nuovo ordinamento e relativi crediti.

Si tenga presente che, nell'attribuzione dei crediti agli esami sostenuti nel vecchio ordinamento ai fini del passaggio dal vecchio al nuovo ordinamento, si prende in considerazione la carriera scolastica originale dello studente.

I crediti che residuano dalla conversione degli esami possono essere utilizzati nei seguenti modi:

a) possono essere aggregati e convertiti in un insegnamento del nuovo ordinamento, secondo quanto previsto nella tabella di conversione. Per poter usufruire di questa possibilità è necessario aver sostenuto tutti gli insegnamenti del vecchio ordinamento i cui crediti residui confluiscono nell'insegnamento del nuovo ordinamento. Non è infatti prevista la convalida parziale di esami del nuovo ordinamento.

Esempio (tabella): i crediti che residuano dalla conversione degli insegnamenti "Istituzioni di diritto privato" e "Diritto Commerciale" del vecchio ordinamento vengono aggregati e danno luogo alla convalida dell'insegnamento "Diritto dei contratti" (4 crediti) del nuovo ordinamento.

Ins. Vecchio ordinamento	CFU	Ins. Nuovo ordinamento	CFU	Crediti residui	Insegnamenti di destinazione	CFU di destinazione	CFU libera scelta
Istituzioni di diritto privato	10	Istituzioni di diritto - Elementi di diritto privato (M2)	4	6	Diritto dei contratti	2	4
Diritto					Diritto dei		

commerciale	10	Diritto commerciale	8	2	contratti	2	0
Diritto dei contratti			4				

b) possono avere più insegnamenti di destinazione nel nuovo ordinamento, in alternativa fra loro. Lo studente dovrà scegliere l'insegnamento di destinazione per il quale opta. Esempio: 4 dei crediti attribuiti a "Ragioneria generale ed applicata" possono essere utilizzati per convalidare, in alternativa, "Revisione aziendale" o "Temi speciali di bilancio".

A loro volta, insegnamenti del nuovo ordinamento possono avere più insegnamenti corrispondenti nel vecchio ordinamento. Anche in questo caso lo studente dovrà scegliere quale insegnamento del vecchio ordinamento utilizzare per la convalida dell'esame del nuovo ordinamento. Esempio: "Temi speciali di bilancio" corrisponde a "Tecnica professionale" o a 4 dei crediti attribuiti a "Ragioneria generale ed applicata".

c1) possono essere utilizzati come crediti di libera scelta. Sarà cura dello studente indicare quali crediti residui debbano essere utilizzati come libera scelta.

Esempio:

Ins. Vecchio ordinamento	CFU	Ins. Nuovo ordinamento	Crediti per conversione	Differenza crediti	Insegnamenti di destinazione	CFU di destinazione	CFU libera scelta
Economia aziendale	10	Economia aziendale	8	2	libera scelta		2
Istituzioni di diritto pubblico	10	Istituzioni di diritto - Elementi di diritto pubblico (M1)	4	6	libera scelta		6

c2) Potranno essere usati come libera scelta anche i crediti di destinazione qualora non siano aggregati e convertiti in un nuovo insegnamento del nuovo ordinamento.

Esempio:

Ins. Vecchio ordinamento	CFU	Ins. Nuovo ordinamento	CFU	Crediti residui	Insegnamenti di destinazione	CFU di destinazione	CFU libera scelta
Istituzioni di diritto privato	10	Istituzioni di diritto - Elementi di diritto privato (M2)	4	6	Diritto dei contratti	2	4

Nell'esempio sopra riportato i crediti disponibili per la libera scelta comprendono anche i 2 CFU di destinazione, così che i crediti complessivi di libera scelta sono pari ai crediti residui ($4+2=6$ CFU).

Ricordiamo che i crediti destinati alla libera scelta possono essere al massimo 12.

d) gli ulteriori crediti residui potranno essere mantenuti nel proprio curriculum per successive attività formative (es: lauree specialistiche, master).



Corso di laurea in
Economia aziendale
Classe delle lauree in
Scienze dell'economia e della gestione aziendale

docenti	insegnamenti	propedeuticità
esami a libera scelta	offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno
offerta formativa 3° e 4° anno	offerta formativa dopo la laurea	archivio guide della Facoltà

[Obiettivi formativi](#)

[Curricula e insegnamenti](#)

[Sbocchi professionali](#)

Obiettivi formativi

Il Corso di laurea si caratterizza per un percorso formativo che, a partire da una preparazione di base nelle principali aree della gestione aziendale, sviluppa competenze più specialistiche nella gestione amministrativa e finanziaria delle imprese, nella revisione e valutazione aziendale, nella consulenza fiscale e del diritto societario, nel marketing, nella gestione e controllo dei servizi pubblici.



Curricula e insegnamenti

Il Corso di laurea si articola in quattro curricula:

[Amministrazione e finanza >>>](#)

[Libera professione >>>](#)

[Marketing e distribuzione >>>](#)

[Servizi pubblici >>>](#)



Sbocchi professionali

Il percorso formativo garantisce un'elevata versatilità dello studente nell'affrontare le tematiche della gestione aziendale in una vasta gamma di funzioni all'interno di imprese, istituzioni finanziarie e amministrazioni pubbliche. I principali sbocchi professionali riguardano:

- funzioni amministrative, di controllo e finanza sia nelle società di revisione aziendale e consulenza alle imprese, sia negli studi di commercialisti
- funzioni specifiche dell'area credito e funzioni commerciali dedicate alle imprese in banche e altre istituzioni finanziarie
- funzioni commerciale e di marketing all'interno di imprese industriali e commerciali
- funzioni di progettazione, gestione e controllo dei servizi sociali nelle istituzioni pubbliche e nelle istituzioni no-profit.



Corso di laurea in
Economia e marketing internazionale
Classe delle lauree in
Scienze dell'economia e della gestione aziendale

docenti	insegnamenti	propedeuticità
esami a libera scelta	offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno
offerta formativa 3° e 4° anno	offerta formativa dopo la laurea	

[Obiettivi formativi](#)

[Curriculum e insegnamenti >>>](#)

[Sbocchi professionali](#)

Obiettivi formativi

Il Corso di laurea forma laureati con una approfondita conoscenza del sistema produttivo locale, delle tecniche di base della gestione delle imprese e con una sicura padronanza delle lingue. Il corso prepara laureati capaci di orientare le scelte aziendali in un quadro di crescente integrazione dei mercati e di rapida circolazione di idee e innovazioni. Integrando diverse aree disciplinari si forniscono le competenze professionali per comprendere e utilizzare:

- i principali strumenti relativi alla gestione di impresa, con un' enfasi particolare agli aspetti del marketing in un contesto internazionale
- gli strumenti di analisi della struttura industriale locale, con specifico riferimento all'organizzazione e alla competitività dei sistemi di piccole e medie imprese, all'innovazione tecnologica, all'impatto delle nuove tecnologie dell'informazione
- i fondamenti dell'economia che favoriscono la maturazione di una visione globale dei sistemi economici e della loro evoluzione, del ruolo delle istituzioni e delle politiche economiche a livello internazionale
- due lingue della Unione Europea (inglese e tedesco/spagnolo/francese), prestando attenzione al contesto culturale dei singoli paesi.



Curriculum e insegnamenti

Il Corso di laurea si articola in un unico [curriculum >>>](#)



Sbocchi professionali

Il laureato sarà in grado di operare, nelle specifiche funzioni aziendali che riguardano i rapporti con l'estero, nelle imprese manifatturiere e di servizio presenti nel territorio regionale. Potrà inoltre trovare lavoro negli enti locali, nelle associazioni di categoria, nei centri di servizio, negli enti di formazione professionale che cooperano con le istituzioni internazionali.



Corso di laurea in
Scienze economiche e sociali
Classe delle lauree in
Scienze economiche

docenti	insegnamenti	propedeuticità
esami a libera scelta	offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno
offerta formativa 3° e 4° anno	offerta formativa dopo la laurea	archivio guide della Facoltà

[Obiettivi formativi](#)

[Curricula e insegnamenti](#)

[Sbocchi professionali](#)

Obiettivi formativi

Individui, istituzioni e nazioni si trovano di fronte a scelte difficili sul modo in cui usare le risorse per soddisfare i propri bisogni e desideri. Gli economisti studiano come queste scelte vengono effettuate in diversi contesti, valutano i risultati in termini di criteri di efficienza ed equità e ricercano forme alternative di organizzazione economica che possano produrre un maggior benessere o una distribuzione più desiderabile della ricchezza. Il Corso di laurea si propone di:

- fornire una buona conoscenza di base della teoria economica e sviluppare la capacità di analisi critica di grandi problemi come la disoccupazione, lo sviluppo economico, l'ambiente
- fornire una solida conoscenza dei fatti e delle istituzioni dell'economia italiana ed europea e del contesto internazionale
- fornire un insieme di conoscenze specialistiche nelle aree della finanza e della moneta e adeguati strumenti informatici e di analisi quantitativa

La laurea in Scienze economiche e sociali fornisce un'ottima base per proseguire gli studi nei corsi di master o nelle lauree specialistiche, sia in campo economico sia aziendale.



Curricula e insegnamenti

Il Corso di laurea si articola in due curricula:

[Economia e società >>>](#)

[Finanza e moneta >>>](#)



Sbocchi professionali

Il primo curriculum offre la possibilità di occupazione in una pluralità di contesti lavorativi, e cioè dovunque si richieda la presenza di economisti con una solida preparazione di base: amministrazioni pubbliche, uffici studi, società di consulenza, aziende private. Una formazione economica e sociale generale è richiesta anche alle persone che intendono lavorare nel campo della politica, del sindacato, del giornalismo.

Il secondo curriculum forma una figura professionale in grado di operare nelle principali aree finanza e titoli di imprese e istituzioni finanziarie quali banche, società di gestione del risparmio, società di intermediazione mobiliare, imprese di assicurazione, uffici titoli di filiali e/o reti locali di promotori finanziari.



Corso di laurea in
Economia e commercio
Percorso ECONOMIA, RETI, INFORMAZIONE

docenti	insegnamenti	propedeuticità
esami a libera scelta	offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno
offerta formativa 3° e 4° anno	offerta formativa dopo la laurea	archivio guide della Facoltà

[Obiettivi formativi](#)

[Percorso e insegnamenti >>>](#)

[Sbocchi professionali](#)

Obiettivi formativi

Il percorso rappresenta un'offerta formativa che risponde alle esigenze di formare laureati capaci di utilizzare e applicare le nuove tecnologie dell'informazione per la soluzione di problemi gestionali sia nell'area della New Economy, sia nell'area delle imprese tradizionali.



Percorso e insegnamenti

[Percorso >>>](#)



Sbocchi professionali

Il percorso crea figure professionali in grado di gestire i processi di trasformazione indotti dalle nuove tecnologie. Queste figure riguardano manager con elevate competenze nel settore delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione, capaci:

- di comprendere in profondità le trasformazioni in atto nell'economia e nella gestione aziendale e di padroneggiarne gli aspetti tecnici e tecnologici
- di gestire e usare il flusso di informazioni messo a disposizione dalle reti telematiche.



Corso di laurea in
Economia e gestione dei servizi
sede di Reggio Emilia
Classe delle lauree in
Scienze dell'economia e della gestione aziendale

[docenti](#)

[insegnamenti](#)

[propedeuticità](#)

[esami a libera scelta](#)

[offerta formativa 1° anno](#)

[offerta formativa 2° anno](#)

[offerta formativa 3° e 4° anno](#)

[offerta formativa dopo la laurea](#)

[archivio guide della Facoltà](#)

[Obiettivi formativi](#)

[Curricula e insegnamenti](#)

[Sbocchi professionali](#)

Obiettivi formativi

Il Corso di laurea si caratterizza per un percorso formativo che, a partire da una preparazione di base nelle principali aree dell'economia e della gestione aziendale, sviluppa competenze specialistiche riferite alla gestione delle imprese di servizi, in particolare a quelle operanti nel settore della distribuzione commerciale (dai servizi finanziari ed assicurativi, ai prodotti durevoli e di largo consumo) e dell'erogazione dei servizi sociali (assistenziali, sanitari, di pubblica utilità).



Curricula e insegnamenti

Il Corso di laurea si articola in due curricula:

[Servizi commerciali e finanziari >>>](#)

[Servizi pubblici e dei sistemi economici locali >>>](#)



Sbocchi professionali

Il mercato di riferimento per il laureato del corso di laurea è prioritariamente rappresentato dalle seguenti imprese:

- di distribuzione commerciale, banche e assicurazioni, società di consulenza di direzione aziendale, di promozione finanziaria
- di servizi sociali, che gestiscono servizi alla persona (assistenza, servizi sanitari) o di pubblica utilità (quali ad esempio i trasporti).



Corso di laurea in Economia aziendale

docenti	insegnamenti	propedeuticità
offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno
offerta formativa dopo la laurea	come passare al nuovo ordinamento	archivio guide della Facoltà

[Nota introduttiva](#)

[Percorsi didattici e insegnamenti](#)

Nota introduttiva

Il Corso di laurea mira a fornire una preparazione economico-aziendale in cui le discipline aziendali sono strettamente collegate con quelle giuridiche, economiche e statistico-matematiche nell'analizzare i problemi delle imprese di produzione e di servizi. Il corso si propone di fornire basi conoscitive e competenze operative da sfruttare nell'ambito delle carriere professionali aziendali; vengono infatti enfatizzate le componenti gestionali e decisionali dell'analisi economico-aziendale allo scopo di formare quadri intermedi e manager con diverse specializzazioni funzionali.

La laurea in Economia aziendale consente l'accesso all'esame di Stato per l'abilitazione alla professione di Dottore Commercialista.



Percorsi didattici e insegnamenti

Il Corso di laurea si articola in sette percorsi didattici:

[Banca e mercati finanziari >>>](#)

Fornisce la preparazione specifica per lo studio dei fenomeni della finanza e del credito nella prospettiva sia dell'impresa sia dell'azienda di credito.

[Economia e gestione dei servizi >>>](#)

Fornisce le competenze specifiche per operare in un settore, quello dei servizi, che sta assumendo un crescente rilievo economico e occupazionale.

[Impresa e mercato >>>](#)

Affronta l'analisi dei problemi e delle tecniche di rapporto con i mercati (Marketing), nazionali ed esteri, nonché la gestione delle imprese che operano nel settore terziario, dei servizi e, in particolare, di quelle commerciali.

[Libera professione >>>](#)

Ha lo scopo di fornire gli strumenti più appropriati per lo svolgimento della professione di dottore commercialista, che si caratterizza per le conoscenze contabili, fiscali e giuridiche della gestione aziendale.

[Metodi quantitativi >>>](#)

Studia i metodi e le tecniche per la comprensione e la misurazione quantitativa dei fenomeni della gestione di impresa.

[Organizzazione e gestione delle risorse umane >>>](#)

Fornisce la preparazione per affrontare i problemi di organizzazione del lavoro e dell'impresa sia di produzione sia di servizi, nonché quelli inerenti il rapporto con il personale nelle prospettive giuridica ed organizzativa.

[Servizi commerciali, finanziari, pubblici e dei sistemi economici locali >>>](#)

Sviluppa competenze specialistiche riferite alla gestione delle imprese di servizi, in particolare a quelle operanti nel settore della distribuzione commerciale (dai servizi finanziari ed assicurativi, ai prodotti durevoli e di largo consumo) e dell'erogazione dei servizi sociali (assistenziali, sanitari, di pubblica utilità). Gli insegnamenti del 4° anno di corso sono impartiti nella sede di Reggio Emilia.



Corso di laurea in
Economia e commercio

docenti	insegnamenti	propedeuticità
offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno
archivio guide della facoltà	come passare al nuovo ordinamento	

[Nota introduttiva](#)

[Percorsi didattici](#)

Nota introduttiva

Il Corso di laurea in Economia e commercio tende a fornire una preparazione polivalente in cui la conoscenza di strumenti dell'economia è intrecciata con quella delle discipline aziendali e giuridiche. Questo assicura la più ampia flessibilità rispetto a tutti gli sbocchi occupazionali: le imprese private, le aziende di credito e di assicurazione, le associazioni di categoria e i sindacati, le libere professioni, le amministrazioni pubbliche, l'insegnamento, gli uffici studi delle grandi organizzazioni pubbliche e private.



Percorsi didattici

Il corso di laurea in Economia e commercio è strutturato in tre percorsi didattici (che comprendono 9 annualità ciascuno):

[Percorso generale >>](#)

Fornisce una preparazione equilibrata tra i quattro corpi disciplinari economico, giuridico, aziendale e matematico-statistico

[Economia dell'impresa >>](#)

Fornisce, nelle discipline economiche, aziendali e giuridiche, conoscenze utili per la comprensione degli aspetti economici e organizzativi del mondo delle imprese private. Rispetto ai percorsi del corso di laurea in Economia aziendale, questo si caratterizza per la predilezione degli strumenti di analisi economica rispetto a quelli tecnico-gestionali

[Finanza e assicurazioni >>](#)

Fornisce elementi di specializzazione particolarmente utili per operare nei mercati finanziari e nelle imprese assicurative

La laurea in Economia e commercio consente l'accesso all'esame di Stato per l'abilitazione alla professione di Dottore Commercialista.



Corso di laurea in Economia politica

docenti	insegnamenti	propedeuticità
offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno
offerta formativa dopo la laurea	come passare al nuovo ordinamento	archivio guide della Facoltà

[Nota introduttiva e insegnamenti](#)

[Percorsi didattici e insegnamenti](#)

Nota introduttiva

Il Corso di laurea, pur fornendo nel biennio comune un'ampia base che non preclude alcuno sbocco occupazionale, intende in particolare fornire una preparazione nel campo dell'economia politica, sia teorica che applicata, finalizzata ad attività di ricerca da svolgere negli uffici studi delle banche, delle società di consulenza, degli enti locali, delle istituzioni private e pubbliche di analisi e previsione economica, nazionali ed internazionali, o nel mondo accademico.

La laurea in Economia politica consente l'accesso all'esame di Stato per l'abilitazione alla professione di Dottore Commercialista.



Percorsi didattici e insegnamenti

Il Corso di laurea si articola in tre percorsi didattici:

[Economia applicata >>>](#)

Fornisce gli strumenti più appropriati per lo svolgimento della professione di economista applicato, sia nel campo della macroeconomia che in quello dei settori produttivi e delle relazioni industriali.

[Economia, storia e istituzioni >>>](#)

Prevede approfondimenti nelle discipline storiche e sociologiche, relativamente agli aspetti più affini ai problemi dell'economia. Fornisce strumenti utili, oltre che per l'insegnamento, per lo svolgimento della professione di giornalista economico, di esperto di sondaggi di opinione, di marketing, ecc.

[Teoria economica >>>](#)

Mira a completare la preparazione di teoria economica, integrandola con strumenti matematici, statistici ed econometrici.



Corso di laurea inEconomia e gestione dei servizi
sede di Reggio Emilia

docenti	insegnamenti	propedeuticità
offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno
offerta formativa dopo la laurea	come passare al nuovo ordinamento	archivio guide della Facoltà

[Nota introduttiva](#)[Percorsi didattici e insegnamenti](#)**Nota introduttiva**

Il Corso di laurea fornisce agli studenti una preparazione adeguata all'utilizzo degli strumenti e delle metodologie economiche ed economico-aziendali in una logica, quella dei servizi, che attraversa le diverse funzioni aziendali classiche. Sotto questo profilo, il corso di laurea è qualificato da una pluralità di "percorsi mirati" attinenti all'area dei servizi, intesi in senso tradizionale e non tradizionale, considerati nelle diverse ed articolate accezioni (commerciale-professionale, economico-finanziaria, sociale e pubblica), oltre che per realtà economico-produttive come i distretti industriali per l'innovazione tecnica, la gestione, la promozione e la diffusione dell'innovazione.

Il corso di laurea si propone di formare dei laureati che intendono operare in imprese industriali ed in aziende di servizi pubbliche e private a diretto contatto con i clienti/utenti nella veste di operatori commerciali con competenze sulla gestione degli scambi e sul presidio dei mercati (strategie commerciali, organizzazione e gestione delle vendite, vendita e distribuzione di sistemi di prodotti-servizi, e di servizi); di aziende finanziarie (banche, società di intermediazione mobiliare, compagnie di assicurazioni), nella veste di operatori finanziari (consulenza, promozione e commercializzazione di servizi di finanza e di intermediazione mobiliare, brokeraggio di prodotti assicurativi); di aziende di servizi professionali nella veste di revisori contabili, consulenti di organizzazione e direzione aziendale; di aziende pubbliche e private, nella veste di operatori in grado di interpretare esigenze aziendali e gestire a livello decentrato, nelle amministrazioni pubbliche e/o in schemi decisionali pubblico-privati, programmi, attività e strumenti rivolti al sostegno di sistemi di piccole e medie imprese per l'innovazione tecnica, per la gestione, la promozione e la diffusione dell'innovazione. Il corso di laurea si propone inoltre di preparare profili professionali da inserire con abilità e competenze innovative nella pubblica amministrazione e nel settore dei servizi sociali (servizi di welfare gestiti dal settore pubblico, dal volontariato e dalla cooperazione).

Il primo biennio, comune ai tre corsi di laurea attivati presso la sede di Modena, fornisce le basi teoriche e metodologiche relative alle aree economica, aziendale, matematico-statistica e giuridica necessarie per affrontare il successivo biennio di specializzazione.

Il secondo biennio è qualificato da due percorsi didattici.

La laurea in Economia e gestione dei servizi è [equipollente](#) alla laurea in Economia e commercio per l'accesso ai pubblici concorsi.

**Percorsi didattici e insegnamenti**

Il Corso di laurea si articola in due percorsi didattici:

[Servizi commerciali e finanziari >>>](#)

Fornisce le conoscenze dei fondamenti teorico-analitici dell'economia delle aziende commerciali e delle imprese bancarie e finanziarie, dei loro processi decisionali, con particolare riferimento a quelli commerciali ed

organizzativi, secondo una visione integrata delle diverse funzioni operative.

[Servizi pubblici e dei sistemi economici locali >>>](#)

Fornisce le conoscenze dello sviluppo dei sistemi economici locali e gli aspetti giuridici, economici e gestionali delle amministrazioni pubbliche. Fornisce le competenze metodologiche per l'analisi dello sviluppo industriale e dell'integrazione dei servizi sociali.



Diploma universitario in
Commercio estero

docenti	insegnamenti	propedeuticità
offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno
offerta formativa dopo la laurea	come passare al nuovo ordinamento	archivio guide della Facoltà

Programmi (cliccare sui nomi degli insegnamenti)

primo anno

(non attivato nell'a.a. 2001/2002)

ECONOMIA AZIENDALE

ECONOMIA POLITICA

ISTITUZIONI DI DIRITTO PRIVATO

ISTITUZIONI DI DIRITTO PUBBLICO

LINGUA FRANCESE I

LINGUA INGLESE I

LINGUA TEDESCA I

MATEMATICA GENERALE

STATISTICA

secondo anno

(non attivato nell'a.a. 2001/02)

ANALISI DI MERCATO (semestrale)

DIRITTO COMMERCIALE

ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE COMMERCIALI (semestrale)

ECONOMIA INTERNAZIONALE

LINGUA FRANCESE II

LINGUA INGLESE II

LINGUA TEDESCA II

MARKETING INTERNAZIONALE

ORGANIZZAZIONE DELLE AZIENDE COMMERCIALI (semestrale)

PROVA DI IDONEITA' DI INFORMATICA

terzo anno[DIRITTO COMMERCIALE INTERNAZIONALE \(semestrale\)](#)[ECONOMIA E TECNICA DEGLI SCAMBI INTERNAZIONALI](#)[ECONOMIA INTERNAZIONALE - INDUSTRIALE](#)[GESTIONE FINANZIARIA E VALUTARIA](#)[LINGUA FRANCESE III](#)[LINGUA INGLESE III](#)[LINGUA TEDESCA III](#)[ORGANIZZAZIONE E GESTIONE DELLE RISORSE UMANE \(modulo di 20 ore\)](#)

Diploma universitario in
Economia e amministrazione delle imprese
Percorso BANCA E FINANZA

docenti	insegnamenti	offerta formativa 1° anno
offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno	offerta formativa dopo la laurea
come passare al nuovo ordinamento	archivio guide della Facoltà	

Programmi (cliccare sui nomi degli insegnamenti)

[altri percorsi](#)

primo anno

(non attivato nell'a.a. 2001/2002)

ECONOMIA AZIENDALE

ECONOMIA POLITICA

ISTITUZIONI DI DIRITTO PRIVATO

ISTITUZIONI DI DIRITTO PUBBLICO

MATEMATICA GENERALE

STATISTICA

secondo anno

(non attivato nell'a.a. 2001/02)

DIRITTO COMMERCIALE

FINANZA AZIENDALE

ORGANIZZAZIONE AZIENDALE

POLITICA ECONOMICA

PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO

SCIENZA DELLE FINANZE

TECNICA BANCARIA

TECNICA INDUSTRIALE E COMMERCIALE

PROVA DI IDONEITA' DI INFORMATICA

PROVA DI IDONEITA' DI LINGUA INGLESE

PROVA DI IDONEITA' DELLA SECONDA LINGUA (FRANCESE/SPAGNOLO/TEDESCO)

terzo anno

[DIRITTO DEL MERCATO FINANZIARIO \(semestrale\)](#)

[FINANZIAMENTI DI AZIENDE \(semestrale\)](#)

[MATEMATICA FINANZIARIA \(semestrale\)](#)

[TECNICA DI BORSA \(semestrale\)](#)



Diploma universitario in
Economia e amministrazione delle imprese
Percorso FACILITY MANAGEMENT

docenti	insegnamenti	offerta formativa 1° anno	
offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno	offerta formativa dopo la laurea	
come passare al nuovo ordinamento	archivio guide della Facoltà		

Programmi (cliccare sui nomi degli insegnamenti)

[altri percorsi](#)

primo anno

(non attivato nell'a.a. 2001/2002)

ECONOMIA AZIENDALE

ECONOMIA POLITICA

ISTITUZIONI DI DIRITTO PRIVATO

ISTITUZIONI DI DIRITTO PUBBLICO

MATEMATICA GENERALE

STATISTICA

secondo anno

(non attivato nell'a.a. 2001/02)

DIRITTO COMMERCIALE

FINANZA AZIENDALE

ORGANIZZAZIONE AZIENDALE

POLITICA ECONOMICA

PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO

SCIENZA DELLE FINANZE

TECNICA BANCARIA

TECNICA INDUSTRIALE E COMMERCIALE

PROVA DI IDONEITA' DI INFORMATICA

PROVA DI IDONEITA' DI LINGUA INGLESE

PROVA DI IDONEITA' DELLA SECONDA LINGUA (FRANCESE/SPAGNOLO/TEDESCO)

terzo anno

[ANALISI E CONTABILITA' DEI COSTI \(semestrale\)](#)

[ORGANIZZAZIONE E CONTROLLO AZIENDALE \(semestrale\)](#)

[ORGANIZZAZIONE E GESTIONE DELLE RISORSE UMANE \(semestrale\)](#)

[STRATEGIA E POLITICA AZIENDALE \(semestrale\)](#)



Diploma universitario in
Economia e amministrazione delle imprese
Percorso MARKETING E GESTIONE COMMERCIALE

docenti	insegnamenti	offerta formativa 1° anno	
offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno	offerta formativa dopo la laurea	
come passare al nuovo ordinamento	archivio guide della Facoltà		

Programmi (cliccare sui nomi degli insegnamenti)

[altri percorsi](#)

primo anno

(non attivato nell'a.a. 2001/2002)

ECONOMIA AZIENDALE

ECONOMIA POLITICA

ISTITUZIONI DI DIRITTO PRIVATO

ISTITUZIONI DI DIRITTO PUBBLICO

MATEMATICA GENERALE

STATISTICA

secondo anno

(non attivato nell'a.a. 2001/02)

[DIRITTO COMMERCIALE](#)

[FINANZA AZIENDALE](#)

ORGANIZZAZIONE AZIENDALE

POLITICA ECONOMICA

PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO

SCIENZA DELLE FINANZE

TECNICA BANCARIA

TECNICA INDUSTRIALE E COMMERCIALE

PROVA DI IDONEITA' DI INFORMATICA

PROVA DI IDONEITA' DI LINGUA INGLESE

PROVA DI IDONEITA' DELLA SECONDA LINGUA (FRANCESE/SPAGNOLO/TEDESCO)

terzo anno

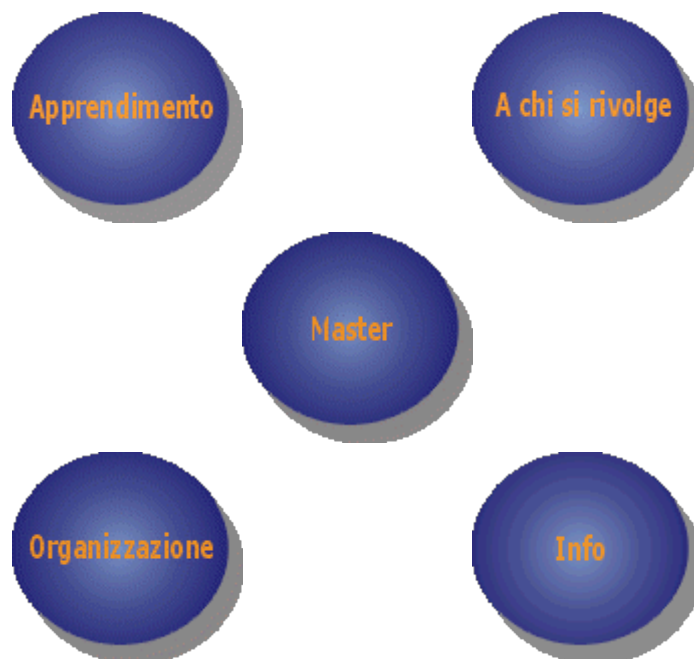
[ANALISI DI MERCATO \(semestrale\)](#)

[ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE COMMERCIALI \(semestrale\)](#)

[MARKETING \(semestrale\)](#)

[MARKETING INTERNAZIONALE \(semestrale\)](#)





Master in Gestione dei Servizi

3A EDIZIONE

FEBBRAIO 2003 - MARZO 2004

[SCARICA IL BANDO QUI](#) (seconda edizione) *in formato PDF*

Sede: Viale Berengario, 51 - 41100 MODENA

Tel.+39 059 2056948 Fax +39 059 2056928 E-mail: **ferretti.claudia@unimo.it**

Ultimo aggiornamento: 20 settembre 2002

CORSO BASE: TEMI

MODULI DIDATTICI

TEMI

Economia dei servizi

Il modello e la logica di creazione del valore. L'evoluzione dall'economia post industriale all'economia della conoscenza.

Knowledge economy ed economia della disponibilità. Lo sviluppo del settore dei servizi.

Modelli di imprese di servizi (banche; assicurazioni; distribuzione di beni di largo consumo; attività consulenziali; turistiche; servizi sanitari e alla persona; *hotellerie*; ristorazione).

I modelli di gestione delle imprese di servizi. Il modello di Richard Normann. I sistemi di relazione.

La cultura d'impresa ed i modelli d'apprendimento

Cultura d'impresa, comportamenti ed azioni di condivisione culturale nel modello di *service. management*.

Business idea e personnel idea.

Le dinamiche dell'apprendimento organizzativo.

Lo script ed i modelli cognitivi nelle relazioni di servizio.

L'orientamento alla cultura dei servizi: le competenze.

L'organizzazione dell'impresa di servizi

La razionalità di progettazione organizzativa.

L'organizzazione per processi.

Il *project management*.

Sistemi di decisione e di *problem solving*. Le decisioni ed il lavoro di gruppo.

Il potere organizzativo.

Il *management* (decisione, formalità, informalità). La delega.

La negoziazione.

Il ruolo del cliente e l'organizzazione della sua partecipazione al sistema d'erogazione.

Le relazioni ed i comportamenti orientati al cliente

Il marketing dei servizi. La "*servuction*". Il modello di P. Eiglier ed E. Langeard.

Il *marketing mix management* ed il *marketing* relazionale.

Relazioni con il mercato. Qualificazione della domanda e dell'offerta di servizi.

La qualità percepita ed i modelli d'analisi e di misurazione della soddisfazione della clientela. Il modello di C. Grönroos.

I sistemi ed i modelli di equità e di fiducia nella relazione con il cliente.

Individuo, comportamento e *marketing*: una prospettiva cognitiva alle scelte e al giudizio. La psicologia dei consumi.

Marketing strategico e posizionamento.

Il ruolo della marca e la marca commerciale.

Il prezzo e le sue percezioni nei servizi.

La comunicazione organizzativa

I modelli di comunicazione.

La comunicazione organizzativa ed i comportamenti.

La comunicazione linguistica. Il parlare e lo scrivere manageriale e gli strumenti per esprimersi in pubblico.

La comunicazione pubblicitaria.

Le relazioni e la comunicazione con il cliente. La comunicazione nell'attività promozionale e di vendita.

Il rapporto di *front line* con la clientela: la gestione del rapporto diretto (sportello, *reception*, telefono).

La comunicazione interna. I sistemi di selezione.

Le relazioni e l'organizzazione del lavoro: i comportamenti manageriali

La *personnel idea*. Il rapporto capo-collaboratore.

I sistemi della motivazione. Equità e fiducia nelle relazioni di lavoro.

Marketing interno e sistemi operativi del personale. I sistemi di sviluppo del personale. *Il coaching*.

La flessibilità organizzativa e la flessibilità formale.

La *leadership*. Il modello di Hersey e Blanchard. Il *management* dell'innovazione.

Lo sviluppo delle competenze. I modelli di competenza *Resource Based*.

Il *management by objective* e il *management by learning* .

Il mercato del lavoro dei servizi.

I sistemi di relazioni sindacali.

Le regole del diritto del lavoro.

Il mercato interno del lavoro. I sistemi di classificazione formali ed informali. I sistemi contrattuali ed i principali contratti di lavoro.

I modelli partecipativi e le relazioni fiduciarie.

I sistemi di compenso.

I sistemi di *corporate governance*.

L'azionariato dei dipendenti. Forme di partecipazione. Casi di successo e di insuccesso.

Le reti di imprese e le reti distributive

Reti dirette ed indirette. Centro e periferia commerciale. Il *franchising*.

Le relazioni di *partnership*.

Piccole Imprese: modelli di sviluppo e di crescita.

Le reti d'impresa. *Outsourcing*. Sistemi di governo delle reti.

L'evoluzione strategica delle reti di distribuzione.

I modelli di vendita al dettaglio ed all'ingrosso.

Le strutture della distribuzione di largo consumo in Italia ed in Europa.

Le forme di distribuzione commerciale. Le vendite per corrispondenza.

Il punto di vendita.

Le promozioni.

Le relazioni con le reti di vendita agenziali.

La negoziazione d'acquisto.

La distribuzione dei servizi differiti (agenzie viaggi, *tour operator*, assicurazioni).

Le reti di servizi bancari.

La distribuzione di servizi turistici (le reti alberghiere).

L'e-commerce e le tecnologie dell'informazione

I nuovi mercati. La *net-economy*.

Le reti virtuali e le differenti forme di *e-commerce*.

Internet per l'impresa: il web marketing e le tipologie di *e-business*.

Il problema logistico nell' *e-commerce*.

I sistemi informativi: i criteri di progettazione.

Le tecnologie di coordinamento: sistemi di dati, sistemi di supporto alle decisioni, sistemi di informazione strategica e creazione di contesti d'apprendimento.

I *data mining* nei sistemi di distribuzione. La progettazione dei sistemi di monitoraggio della qualità e della produttività dei servizi.

Il sistema finanziario ed i nuovi modelli di

Il sistema finanziario, il credito e l'azienda bancaria.

Elementi di analisi dei mercati finanziari: congiuntura e mercati finanziari.

intermediazione

Le previsioni finanziarie e l'analisi del profilo di rischio. Il valore del rischio per il mercato finanziario.

Gli strumenti bancari e di finanziamento per le imprese.

Piani finanziari e creazione di valore.

I modelli di intermediazione e di *customer relationship*.

L'azienda bancaria e la sua evoluzione: *e-banking* ed *e-money*.

Le banche e la clientela imprese: segmentazione, affidamento e strumenti.

Clientela *corporate* e clientela *retail*.

Bilancio, programmazione e controllo: il controllo per processi

Il sistema contabile. Contabilità generale e analitica.

La lettura del bilancio in chiave manageriale.

Il bilancio per flussi.

Introduzione alle analisi finanziarie previsionali. La programmazione finanziaria a breve e il *budget* finanziario.

La pianificazione finanziaria di medio termine.

Competenze e processi di lavoro. La critica ed una moderna rilettura delle logiche di *business process reengineering*.

Il *budget* ed il governo dei costi e dei margini. Gli strumenti previsionali e di controllo economico.

Il controllo dei costi per processi (*Activity Based Costing*).

Activity Based Management .

SPECIALIZZAZIONE: TEMI

Specializzazione in distribuzione commerciale

Le aziende di servizi di vendita.

Le forme aziendali ed i gruppi strategici nella distribuzione italiana.

Le modalità di sviluppo delle imprese commerciali in contesti nazionali ed internazionali.

Le forme distributive moderne ed i centri commerciali. Dai *discount* agli ipermercati.

La costruzione degli assortimenti e delle politiche di prezzo nelle imprese commerciali *food* e *non food*.

Le politiche di *marketing* strategico: localizzazione e decisioni di sviluppo.

Il *category management*: principi teorici e prassi aziendale a confronto.

Il *merchandising* distributivo.

La promozione dell'offerta nelle imprese commerciali: *above the line* e *below the line*. Carte fedeltà e *micro-marketing*.

La formazione del prezzo: *pricing* di breve e *pricing* di lungo periodo.

Metodi qualitativi per la progettazione e la valutazione dei servizi. La CIT.

Metodi quantitativi: la predisposizione ed elaborazione di un database.

Qualità e soddisfazione: strumenti per i processi di segmentazione e analisi delle performance.

La politica di marca del distributore.

Il *marketing* urbano: strategie di posizionamento e di promozione dell'offerta commerciale urbana.

Il *Trade Marketing*.

I rapporti di fornitura: economia nel rapporto industria-distribuzione.

L'evoluzione dell'attività di *buying* nel dettaglio.

Supply Chain Management e distribuzione.

Sistema del valore e integrazione nei rapporti industria-distribuzione: alcuni casi di settore.

I contratti di lavoro del commercio e la loro specifica gestione.

Il commercio all'ingrosso: caratteristiche e classificazione.

Il *marketing* dell'ingrosso.

Il sistema di trasporto e le sue opportunità: gli operatori nazionali ed internazionali.

La negoziazione di acquisto.

La negoziazione commerciale e la gestione delle reti di vendita (dirette, indirette, punti di vendita, venditori).

L'esperienza dell'ECR in Italia.

La logistica e le piattaforme: i CEDI. La catena del freddo.

Le centrali di acquisto e le supercentrali internazionali.

Le forme di vendita all'ingrosso: i magazzini specializzati.

Le catene distributive a canale corto.

Marketing distributivo e *marketing business to business*.

B2B, Net economy, e-procurement. Le forme di pagamento elettronico.

Specializzazione in consulenza finanziaria

Intermediazione finanziaria e consulenza: l'operatività di banche, Sim e imprese d'investimento nella *security industry*.

Gli OICR (Organismi d'investimento collettivo del risparmio).

I servizi finanziari e la *security industry*: profili economici.

Il *marketing* dei servizi finanziari.

La microstruttura dei mercati finanziari.

La privatizzazione dei mercati finanziari e l'assetto della Piazza finanziaria italiana. I mercati finanziari nell'area dell'Euro.

Il quadro giuridico di riferimento: disciplina di intermediari ed investitori istituzionali.

I contratti di lavoro bancari e la loro specifica gestione.

I contratti con gli investitori e la responsabilità degli intermediari.

La normativa delle società di intermediazione finanziaria. Il prospetto di società quotate.

L'appello al pubblico risparmio: sollecitazione all'investimento e OPA.

La disciplina dei mercati regolamentati e la quotazione in borsa.

Le tipologie di strumenti finanziari. Definizione di rischio e di rendimento.

Gli strumenti obbligazionari: elementi di valutazione e caratteristiche economico-finanziarie.

Le azioni, gli aumenti di capitale, le obbligazioni convertibili, le obbligazioni *cum warrant*. Gli indici azionari.

Gli strumenti finanziari derivati.

L'analisi tecnica e l'analisi fondamentale.

Personal financial planning. Decisioni d'investimento: analisi della propensione al rischio dell'investitore e la gestione del rapporto con la clientela.

Decisioni d'investimento: dall'analisi del singolo titolo al portafoglio del cliente.

La valutazione della performance dei portafogli: rischio, rendimento e *benchmark*.

Gli investimenti in titoli esteri: rischio di credito e rischio di cambio.

Gli aspetti fiscali degli strumenti finanziari.

I centri *off-shore* e la fiscalità internazionale.

I prodotti assicurativi ramo vita. La pianificazione previdenziale individuale e familiare: esemplificazione.

Struttura del sistema pensionistico: il sistema pensionistico complementare e il sistema previdenziale integrativo. I fondi pensione.

Specializzazione in servizi

La struttura della domanda e dell'offerta turistica.

Il *marketing* territoriale, il ruolo delle istituzioni, la promozione culturale.

Il concetto e le funzioni del *marketing* turistico in campo macroeconomico.

L'acquirente: motivazioni, aspettative, atteggiamenti.

La segmentazione e il posizionamento del prodotto turistico.

Qualità e soddisfazione: strumenti teorici per i processi di segmentazione e analisi delle performance.

Metodi qualitativi per la progettazione e la valutazione dei servizi. La CIT.

Metodi quantitativi: la predisposizione ed elaborazione di un database.

La valutazione della performance dei servizi museali.

Le condizioni competitive e i modelli di formazione dei prezzi di vendita nel settore turistico. I caratteri dell'azione di *marketing* svolta per vendere i servizi turistici attraverso il canale corto.

La scelta dei canali di distribuzione per la vendita dei servizi offerti dalle imprese turistiche (le caratteristiche dell'attività di *marketing* per il collocamento sul mercato dei servizi turistici attraverso il canale lungo).

Il *franchising* nella distribuzione turistica.

Le caratteristiche operative dei *tour organizer* come fattori distintivi del canale medio. L'attività di *marketing*.

La pubblicità turistica: l'ammontare dell'investimento promozionale e la sua ripartizione fra le aree di origine del flusso turistico. Pubblicità inserzionistica e pubblicità redazionale.

L'attività promozionale: le pubbliche relazioni, la promozione delle vendite, l'attività diretta di vendita.

L'attività promozionale svolta dall'organizzazione turistica pubblica. Lineamenti di comportamento decisionale del consumatore turistico e variabili relazionali-multiculturali nella comunicazione di servizi e prodotti turistici.

La creazione di *tour operator* nei paesi di origine del flusso turistico. La promozione delle vendite come sistema. Tipologie di organizzazioni e competenze di *marketing*.

La promozione delle vendite: l'applicazione della tecnica delle ricerche di mercato per lo studio della domanda turistica.

Classificazione e graduazione delle caratteristiche generali, economiche e tecniche dei servizi turistici per il mercato internazionale.

Il sistema dei trasporti. Caratteristiche e regolazione del trasporto aereo.

Il sistema dei trasporti. Caratteristiche e regolazione del trasporto ferroviario.

Le imprese di ristorazione e di *catering*.



Aziende

La partecipazione delle aziende è una delle caratteristiche del Master in Gestione dei Servizi che consente l'iscrizione gratuita per gli studenti.

Il coinvolgimento delle imprese accompagna l'intero percorso formativo dalla selezione al *placement*. I colloqui di selezione, infatti, sono effettuati da personale delle aziende sponsor che in relazione alle esigenze riscontrate nel mondo del lavoro collaborano alla preparazione dei moduli didattici.

L'esperienza di manager e consulenti attraverso le loro **testimonianze** in aula, costituisce un ulteriore strumento di formazione.

Gli *stage* vengono determinati tramite una "scelta reciproca" tra le aziende coinvolte e i singoli partecipanti. Infatti l'attribuzione degli *stage* è preceduta da colloqui che permettono sia alle aziende sia ai candidati di conoscere le attitudini e le caratteristiche personali dei partecipanti e di confrontare le proprie competenze e le proprie aspettative.

Le imprese partner



FiniFast



NORDICONAD



1a edizione (Febbraio 2001- Marzo 2002)



I partecipanti della prima edizione del Master in Gestione dei Servizi hanno svolto il periodo di tirocinio (*stage*) presso le aziende coinvolte. Gli *stage* sono terminati alla fine del mese di Marzo. Alcuni hanno proseguito l'attività presso l'azienda in cui avevano svolto il tirocinio, altri si sono impiegati in altre imprese. Il 10 Aprile alle ore 9.00 presso la Facoltà di Economia di Modena, alla presenza del Preside della Facoltà, è stato assegnato ai partecipanti il titolo di Master Universitario. Il 21 Novembre 2002 nel corso di un seminario con il Prof. Erhard Friedberg verrà consegnata la "pergamena".

Partecipante	Università di provenienza	Stage	Azienda
Acampora Annamaria	Università degli studi Parthenope di Napoli	FFS	
Albanese Michele	Università degli studi di Urbino	NRG	Banca Intesa BCI
Barbato Silvana	Università degli studi Parthenope di Napoli	Ristochef	
Basile Cosimo	Università degli studi di Modena e Reggio Emilia Università degli studi di Torino	Università degli studi di Modena e Reggio Emilia	
Bifulco Teresa	Università degli studi Parthenope di Napoli	Alitalia Express	Alitalia Express
Bruni Riccardo	Università degli studi di Modena e Reggio Emilia	Coop Estense	Unes
Candela Imma	Università degli studi Parthenope di Napoli	Poste Italiane	Poste Italiane
Capasso Leonarda	Università degli studi Parthenope di Napoli	Ipercoop Liguria	Unigrana
Capuozzo Valeria	Università degli studi Parthenope di Napoli	Interporto	
Catone Rosanna	Università degli studi Parthenope di Napoli	CIS	G.S.
Cavallaro Paola	Università degli studi Parthenope di Napoli	Alitalia Express	Alitalia Express
Cesiro Claudia	Università degli studi Parthenope di Napoli	Faber-SMG	Faber-SMG
Cicero Clavio	Università degli studi di Modena e Reggio Emilia	Tetrapak	Tetrapak
Citarelli Sara	Università degli studi Parthenope di Napoli	Ecoter Lazio	Ecoter Lazio

D'Auria Cristian	Università degli studi di Salerno	Banca 121	Banca Intesa BCI
De Filippo Giusy	Università Federico II di Napoli	CIS	CIS
De Gregorio Simona	Università degli studi Parthenope di Napoli	Nicola & C.	Nicola & C.
Di Giuseppe Fausto	Università degli studi di Modena e Reggio Emilia	Coop Italia	Randstad
Di Vaio Assunta	Università degli studi Parthenope di Napoli	Interporto Campano	
Esposito Giuseppe	Università degli studi Parthenope di Napoli	Alitalia Express	Alitalia Express
Fava Ubaldo	Università degli studi di Modena e Reggio Emilia	Metro	
Ferraguti Lorenza	Università degli studi di Modena e Reggio Emilia	LVMH	LVMH
Fiume Rossella	Università degli studi di Modena e Reggio Emilia	Banca Pop.di Verona	Banca Pop.di Verona
Gargiulo Cristiano	Università degli studi Parthenope di Napoli	Credem	Credem
Giovanardi Francesco	Università degli studi di Modena e Reggio Emilia	Faber-SMG	Faber-SMG
Graziosi Barbara	Università degli studi di Modena e Reggio Emilia	Banca Pop. di Verona	Banca Pop. di Verona
Iaccarino Gaetano	Università degli studi Parthenope di Napoli	Metro	Metro
Ioime Tommaso	Università degli studi Parthenope di Napoli	Maia	Maia
Moling Elisabetta	Università degli studi di Modena e Reggio Emilia	Coop Italia	Coop Italia
Otranto Giovanni	Università degli studi Parthenope di Napoli	Banca 121	Banco di Napoli
Peluso Alberto	Università degli studi Parthenope di Napoli	Ipercoop Liguria	Ipercoop Liguria
Pizzilli Marcella	Università degli studi di Modena e Reggio Emilia	Ristochef	Adespan
Rizzo Francesca	Università degli studi di Lecce	Banca 121	Banca Intesa BCI
Rosselli Andrea	Università degli studi di Modena e Reggio Emilia	NRG	
Scotto Di Frega Alfonso	Università degli studi Parthenope di Napoli	Ristochef	Ristochef
Sperti Fabio	Università degli studi di Bari	Nordiconad	Nordiconad
Tranfaglia Maria	Università degli studi Parthenope di Napoli	Coop Italia	
Velardo Angelo	Università degli studi Parthenope di Napoli	Credem	Credem
Zarrilli Giuseppe	Università degli studi Parthenope di Napoli	Unifix	Unifix

II EDIZIONE (Febbraio 2002- Marzo 2003)

Il 20 Febbraio ha avuto inizio la seconda edizione del Master in Gestione dei Servizi. Il corso avrà una durata complessiva di 13 mesi e si concluderà con un periodo di stage in azienda di 3 mesi (da Gennaio a Marzo).

PROGRAMMA DEL CORSO

Un caloroso "in bocca al lupo!" ai partecipanti della nuova edizione del Master:

	Nome	Laurea	Università di provenienza
1	Ballotti Marco	Giurisprudenza	Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia
2	Barotti Andrea	Economia e Commercio	Università degli Studi di Bologna
3	Bernardi Lucianna	Scienze Politiche	Università degli Studi di Macerata
4	Bianchi Barbara	Economia Aziendale	Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia
5	Borsari Federica	Economia Aziendale	Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia
6	Brevini Andrea	Giurisprudenza	Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia
7	Castagnedoli Ilaria	Economia Aziendale	Università degli Studi di Parma
8	Castagnetti Gabriele	Giurisprudenza	Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia
9	Cocconi Fabio	Economia e Commercio	Università degli Studi di Parma
10	Cogo Vania	Economia e Commercio	Università degli Studi di Bologna
11	Corradi Alessandro	Economia Aziendale	Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia
12	Davino Barbara	Economia e Commercio	Università degli Studi Parthenope di Napoli
13	Fais Andrea	Economia e Commercio	Università degli Studi di Sassari
14	Fattori Veronica	Economia e Commercio	Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia
15	Forgione Gerardo	Economia del Commercio Internazionale	Università degli Studi Parthenope di Napoli
16	La Forgia Michele Pietro	Giurisprudenza	Università degli Studi di Bari
17	Leurident Maryline	Lingue Germanistiche	Université Catholique de Louvain-La-Neuve
18	Mangialardo Antonio	Economia e Commercio	Università degli Studi di Bologna
19	Massaro Federica	Giurisprudenza	Università degli Studi di Bologna
20	Moro Giandomenico	Economia Aziendale	Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia
21	Passeri Alessandra	Giurisprudenza	Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia
22	Remedi Mauro	Economia Aziendale	Università Cà Foscari di Venezia
23	Retucci Michele	Economia e Commercio	Università degli Studi di Bologna
24	Salvo Andrea	Economia e Commercio	Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia

25	Sangiorgi Giorgia	Giurisprudenza	Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia
26	Sasdelli Tommaso	Economia e Commercio	Università degli Studi di Bologna
27	Tagliati Gabriele	Economia Aziendale	Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia
28	Vallo Paola	Giurisprudenza	Università degli Studi di Lecce
29	Vallo Isabella	Economia e Commercio	Università degli Studi di Lecce
30	Zanasi Ludovica	Economia Aziendale	Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia
31	Zuppiroli Massimiliano	Storia Contemporanea	Università degli Studi di Bologna



L'apprendimento

Il master ha lo scopo di preparare profili professionali in grado di risolvere i problemi di gestione delle imprese di servizi. La formazione è articolata in tre sezioni: corso base (della durata di 6 mesi pari a 690 ore); specializzazione (della durata di 2 mesi pari a 240 ore); [stage e project work](#) (3 mesi). La durata complessiva del master è di 12 mesi (con interruzione nel mese di Agosto) con frequenza obbligatoria.

Il corso base fornisce un patrimonio di conoscenze e competenze necessarie per ricoprire ruoli manageriali di interfaccia tra i singoli processi aziendali. I moduli didattici trattati saranno i seguenti:

[I\) Economia dei servizi](#)

[II\) La cultura d'impresa ed i modelli d'apprendimento](#)

[III\) L'organizzazione dell'impresa di servizi](#)

[IV\) Le relazioni ed i comportamenti orientati al cliente](#)

[V\) La comunicazione organizzativa](#)

[VI\) Le relazioni e l'organizzazione del lavoro. I comportamenti manageriali](#)

[VII\) Le reti di imprese e le reti distributive](#)

[VIII\) L'e-commerce e le tecnologie dell'informazione](#)

[IX\) Il sistema finanziario e i nuovi modelli di intermediazione](#)

[X\) Programmazione e controllo: il controllo per processi](#)

Tre sono le specializzazioni:

[1\) Servizi di distribuzione commerciale](#)




[2\) Servizi di consulenza finanziaria](#)

[3\) Servizi turistici e di ristorazione](#)

A completamento del corso il master prevede un periodo di stage in azienda (3 mesi) in cui i partecipanti applicheranno le conoscenze acquisite svolgendo *project work* sotto la guida di un *tutor*.

Sbocchi professionali

Le specializzazioni formano i seguenti profili professionali:

-  figure di *product manager, brand manager, client manager, area manager* per le imprese di produzione e *buyer, area manager* di vendita, responsabile di punti vendita relativi agli acquisti ed alla distribuzione per le imprese di distribuzione commerciale sia al dettaglio, sia all'ingrosso e impegnate nel *business to business*.
-  ruoli di direzione nell'impresa alberghiera indipendente, o ruoli funzionali nelle imprese strutturate o facenti parte di catene alberghiere di piccole o grandi dimensioni
-  ruoli di consulenti finanziari responsabili di cliente/gruppi di clienti nelle banche, nelle imprese assicurative e nelle società finanziarie che erogano servizi finanziari (gestione titoli, gestione del patrimonio, credito al consumo, valutazione dell'impresa e dei fabbisogni finanziari)

ruoli di consulenti finanziari responsabili di cliente/gruppi di clienti nelle banche, nelle imprese assicurative e nelle società finanziarie che erogano servizi finanziari (gestione titoli, gestione del patrimonio, credito al consumo, valutazione dell'impresa e dei fabbisogni finanziari).

.Titolo finale

Il partecipante che avrà assolto gli obblighi di frequenza e superato le modalità di valutazione del suo apprendimento previste conseguirà il titolo di **Master Universitario in "Gestione dei Servizi"** previsto dal D.M. 3.11.1999, n. 509 nonché il riconoscimento e la certificazione di **60 crediti formativi**.

.Sedi del Master

Il Master ha sede presso il dipartimento di Economia Aziendale di Modena e Reggio Emilia. Nella sede di Modena (Via Fontanelli, 11) si svolgeranno le lezioni del corso base nonché la specializzazione nei servizi turistici, finanziari e di distribuzione commerciale. Gli *stages* si svolgeranno nelle sedi delle imprese che ospiteranno i singoli partecipanti.

Sede: Viale Berengario, 51 - 41100 MODENA

Tel. +39 059 2056948 Fax +39 059 2056928 E-mail: ferretti.claudia@unimo.it

[Scarica il bando qui](#)



A chi si rivolge

Il master (della durata di 1 anno) si rivolge a laureati preferibilmente in discipline economiche (ma non esclusivamente) che abbiano già avuto un'esperienza di vita aziendale.




La scelta di selezionare candidati entrati già in contatto con il mondo del lavoro (indipendentemente dal tipo di attività svolta) è nata dall'osservazione che le attività di cui si possiede esperienza forniscono un punto di partenza per una nuova visione di insieme della vita in azienda e di una migliore comprensione dei temi discussi in aula.

Chi accederà al corso avrà la possibilità di beneficiare delle diverse esperienze di tutti i partecipanti confrontando e discutendo, quotidianamente, le culture aziendali di cui si è portatori. Il corso prevede la frequenza obbligatoria.

Criteri di selezione

Una prima selezione avverrà in base a 2 criteri: titolo di studio conseguito ed esperienze di lavoro maturate.

Il punteggio (fino ad un massimo di 100 punti) è così assegnato:

-  massimo voto di laurea conseguito (110/110) equivalente a **10** punti
-  laurea in discipline economiche: **10** punti
-  esperienze di lavoro autocertificate dal partecipante: **5** punti ogni sei mesi per un massimo di 30 punti equivalente a tre anni o più di esperienza lavorativa.

La seconda selezione riguarderà le attitudini del candidato valutate tramite colloquio

Il colloquio sarà tenuto sia da esaminatori provenienti dal mondo accademico sia dalle aziende coinvolte nel master.

Il massimo del punteggio, in questa seconda fase, è di 50 punti.

Saranno ammessi al colloquio i primi 80 candidati risultanti dalla prima graduatoria. I primi 40 vincitori risultanti dalla graduatoria finale accederanno al corso, fatta salva la facoltà di ampliamento del 25% dei posti disponibili. I candidati risultati ex-equo all'ultimo posto saranno ammessi entro il limite del 25%.

Costi a carico degli studenti

L'iscrizione dei partecipanti che risulteranno vincitori dei 40 posti disponibili è gratuita.

I partecipanti dovranno provvedere autonomamente alle eventuali spese di viaggio e di soggiorno nella sede in cui si effettua la preparazione di base, la specializzazione e lo stage, nonché ai testi che saranno indicati nei programmi dei corsi.

Comunicazioni

Le comunicazioni relative al Master (accettazione della domanda di iscrizione, formulazione della graduatoria, calendario orari dei colloqui, ecc.) saranno date agli interessati mediante comunicazioni *telegrafiche* al recapito indicato nella domanda di ammissione, nonché mediante pubblicazione all'albo ufficiale, nei siti internet dei rispettivi atenei.

Le attività didattiche del corso avranno inizio il 20 Febbraio 2002

Sede: Viale Berengario, 51 - 41100 MODENA

Tel. +39 059 2056948 Fax +39 059 2056928 E-mail: ferretti.claudia@unimo.it

[Scarica il bando qui](#)



Il Master

La gestione dei servizi costituisce nell'economia attuale il punto strategico sia per le imprese di servizi sia per quelle industriali. Oggi i servizi costituiscono l'attività prevalente delle aziende: attività interne come l'amministrazione, la finanza, le vendite, l'organizzazione, ecc. sono attività di servizio fondamentali sia per la produzione di ricchezza dell'impresa, sia per il personale dedicato.

Il Master è stato progettato per formare nuovi profili più rispondenti alle esigenze delle imprese per la gestione di tali attività e per il coordinamento interno sia nelle imprese di distribuzione e di servizi di vendita, sia in quelle industriali, in particolare nelle funzioni Vendite, Marketing, Logistica, Organizzazione e Gestione delle società finanziarie e bancarie.

Il Master nelle sue prime edizioni si propone ai laureati (al pari dei corsi di perfezionamento post laurea), ma è progettato già nella prospettiva della riforma (ad esempio esprimendo il carico didattico in crediti formativi) che lo prevede come titolo di studio successivo alla laurea di primo livello.

Sede: Viale Berengario, 51 - 41100 MODENA

Tel. +39 059 2056948 Fax +39 059 2056928 E-mail: ferretti.claudia@unimo.it

[Scarica il bando qui](#)



L'organizzazione

DOCENTI

La logica con cui è stato sviluppato il Master è di cooperazione e di apprendimento di gruppo (*learning organization*). Le modalità didattiche, infatti, hanno l'obiettivo di favorire il passaggio da logiche di lavoro individuali a quelle di *team*.

Le giornate di lavoro sono strutturate come seminari destinati allo sviluppo di uno specifico tema.

TESTIMONIANZE

La valutazione dei partecipanti avviene nelle diverse fasi dell'iter formativo attraverso:

- Relazioni e *report* redatti in forma scritta ed esposti in gruppo o individualmente;
- Analisi e risoluzioni di casi di studio tratti dalla realtà dell'impresa;
- Simulazioni di processi gestionali e decisionali;
- Esercitazioni interattive e colloqui individuali per rilevare l'apprendimento dei contenuti (costituiscono la verifica del percorso intrapreso da ogni partecipante).

CASI DI STUDIO

Vedi una giornata tipo

La valutazione dei progressi è inoltre basata sui comportamenti tenuti in aula dai partecipanti (relazioni cooperative ed interpersonali; dimensione sociale; ruolo assunto nell'azione di gruppo e nei confronti del contesto organizzativo).

Sede: Viale Berengario, 51 - 41100 MODENA

Tel. +39 059 2056948 Fax +39 059 2056928 E-mail: ferretti.claudia@unimo.it

[Scarica il bando qui](#)



Info



Sede: Viale Berengario, 51 - 41100 MODENA

Tel. +39 059 2056948 Fax +39 059 2056928 E-mail: ferretti.claudia@unimo.it

[Scarica il bando qui](#)

A conferma dell'esperienza positiva ottenuta nelle prime due edizioni, l'Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia sta definendo il programma della

TERZA EDIZIONE del Master in Gestione dei Servizi

(Febbraio 2003 - Marzo2004)

Nei prossimi giorni verranno resi disponibili su questo sito il bando di concorso e le modalità di iscrizione.

Per ulteriori informazioni:

Sede: Viale Berengario, 51 - 41100 MODENA

Tel.+39 059 2056948 Fax +39 059 2056928 E-mail: ferretti.claudia@unimo.it

MASTER UNIVERSITARIO IN **Gestione dei Servizi**

2ª EDIZIONE FEBBRAIO 2002 MARZO 2003

Specializzazioni in:

- SERVIZI DI DISTRIBUZIONE COMMERCIALE
- SERVIZI DI CONSULENZA FINANZIARIA
- SERVIZI TURISTICI E DI RISTORAZIONE

Obiettivi didattici

Il Master in Gestione dei servizi ha lo scopo di fornire ai partecipanti:

- le conoscenze e gli strumenti necessari ad affrontare e risolvere i problemi di gestione nelle imprese di servizi e di distribuzione commerciale;
- le abilità professionali per operare nelle Funzioni commerciali delle imprese di produzione e di distribuzione commerciale e nella Funzione di consulenza finanziaria di banche, imprese assicurative, società di intermediazione finanziaria.

I contenuti

Il Master si articola in tre parti:

- preparazione di base,
- specializzazione,
- esperienza empirica (*stage*) in impresa.

La preparazione di base affronta i temi ed i problemi specifici della gestione dei servizi:

- la gestione delle imprese di servizi;
- il controllo economico della gestione dei servizi;
- l'organizzazione e le competenze relazionali nei servizi;
- la relazione di lavoro e la gestione delle persone;
- la digitalizzazione dell'economia (*e-business*) nei servizi;
- il *marketing* della relazione con il cliente.

Le specializzazioni

SERVIZI DI DISTRIBUZIONE COMMERCIALE

La specializzazione si propone di sviluppare le competenze necessarie per ricoprire i ruoli delle Funzioni commerciali sia delle imprese industriali che delle imprese di distribuzione commerciale (imprese della grande distribuzione organizzata, della distribuzione di beni di consumo, della distribuzione di prodotti e beni strumentali, imprese operanti nell'*e-commerce*).

I profili professionali a cui saranno preparati i partecipanti sono trasversali, qualificati da competenze di servizio, di integrazione (*product manager, brand manager, client manager, area manager*) per le imprese di produzione, e relativi agli acquisti e alla distribuzione (*buyer, area manager* di vendita, responsabile del punto di vendita) per le imprese di distribuzione commerciale.

SERVIZI DI CONSULENZA FINANZIARIA

La specializzazione si propone di sviluppare le competenze necessarie (gestione titoli, gestione del patrimonio, credito al consumo, valutazione di impresa e dei fabbisogni finanziari) per ricoprire i ruoli di consulente finanziario, responsabile di cliente/gruppi di clienti nelle imprese che operano nel settore finanziario (banche e gruppi bancari, imprese assicurative, società finanziarie di intermediazione

non bancaria). I profili professionali a cui saranno preparati i partecipanti sono qualificati da competenze specialistiche riguardanti l'intermediazione e la gestione finanziaria, il servizio di consulenza e la relazione con il cliente nelle reti bancarie (consulente finanziario).

SERVIZI TURISTICI E DI RISTORAZIONE

La specializzazione mira a sviluppare le competenze di servizio per ricoprire i ruoli manageriali delle imprese turistiche, il *marketing* personalizzato e la soddisfazione del cliente, la conduzione e lo sviluppo dei collaboratori, il sistema informativo e di controllo interno e della rete delle organizzazioni turistiche interdipendenti.

Il profilo professionale a cui saranno preparati i partecipanti è qualificato dalle competenze di servizio e di gestione delle imprese turistiche operanti nel settore della ristorazione, della ristorazione collettiva, del turismo di vacanza e del tempo libero, del trasporto aereo e ferroviario.

Docenti

Il corpo docente è costituito sia da docenti universitari che hanno maturato una significativa esperienza nella formazione post universitaria e nella ricerca applicata in impresa, sia da consulenti e dirigenti aziendali.

Durata del corso

La durata complessiva del Master è di 13 mesi, con frequenza obbligatoria, così ripartita:

- preparazione di base: 6 mesi pari a 690 ore di lezione e di didattica attiva (esercitazioni, simulazioni, discussioni di testimonianze e di casi aziendali);
- specializzazione: 2 mesi pari a 240 ore di lezione e di didattica attiva;
- esperienza empirica (*stage*) in impresa: 3 mesi (da gennaio a marzo 2003).

Sede del corso

Il Master ha sede presso il Dipartimento di Economia Aziendale dell'Università di Modena e Reggio Emilia.

Nella sede di Modena (Via Fontanelli, 11) saranno effettuate la preparazione di base, i corsi di specializzazione nei servizi di distribuzione commerciale, nei servizi di consulenza finanziaria e nei servizi turistici e di ristorazione.

Gli *stages* si svolgeranno nelle sedi delle imprese ospitanti e convenzionate con l'Università.

Titolo finale

Il partecipante che avrà assolto gli obblighi di frequenza e superato le modalità previste di valutazione del suo apprendimento consegnerà il titolo di Master Universitario in "Gestione dei Servizi" previsto dal D.M. 3.11.1999, n. 509, nonché il riconoscimento e la certificazione fino a 60 crediti formativi.

Destinatari

Il Master si rivolge a laureati che preferibilmente

abbiano già acquisito conoscenze ed esperienze di lavoro e di vita aziendale.

Partecipanti

I partecipanti, in ragione della disponibilità di posti, saranno 40.

Ammissione

Possono accedere al corso coloro che sono in possesso di una laurea, preferibilmente (ma non esclusivamente) in discipline economiche e con esperienza di lavoro.

I criteri di valutazione, ai fini dell'ammissione al corso, si concretano in un massimo di 100 punti così distribuiti:

- titolo di laurea in discipline economiche: 10 punti;
- votazione massima conseguita: 10 punti;
- esperienze di lavoro, verificabili ed autocertificate dal partecipante: 5 punti ogni sei mesi per un massimo di 30 punti equivalente a tre anni o più di esperienza lavorativa;
- colloquio attitudinale: 50 punti.

Saranno ammessi al colloquio i primi 80 candidati risultanti nella graduatoria derivante dall'applicazione dei criteri di valutazione sopraindicati.

Risulteranno ammessi, dopo il colloquio attitudinale, i primi quaranta candidati in graduatoria, fatta salva la facoltà di ampliamento sino al 25% dei posti disponibili, definito prima della graduatoria finale. I candidati risultanti *ex-aequo*, all'ultimo posto della graduatoria, saranno ammessi entro il limite del 25%.

Costi a carico degli studenti

L'iscrizione dei partecipanti che risulteranno vincitori dei posti disponibili è gratuita in quanto il Master è un'attività finanziata da imprese convenzionate che si renderanno disponibili ad ospitare le attività in *stage*.

I partecipanti dovranno provvedere autonomamente alle eventuali spese di viaggio e di soggiorno nella sede in cui si effettua la preparazione di base, la specializzazione e lo *stage*, nonché ai testi ed alla documentazione didattica, che saranno indicati nei programmi dei corsi.

Modalità d'iscrizione

I candidati dovranno presentare la domanda di ammissione al Master su carta bollata (L. 20.000), corredata da:

- dati anagrafici, residenza, domicilio, recapito telefonico e, se del caso, indirizzo di posta elettronica;
- autocertificazione del titolo di diploma di laurea (con indicazione della relativa votazione, dell'anno, del luogo e dell'Università o Istituto Universitario di conseguimento);
- elenco analitico dei corsi (relativi al conseguimento del diploma di laurea - piano di studio e eventuali corsi ulteriori) sostenuti e delle relative votazioni certificato dall'Università di appartenenza;
- autocertificazione delle esperienze di lavoro maturate e verificabili.

Le domande, indirizzate al Rettore dell'Università

di Modena e Reggio Emilia, andranno presentate presso la Segreteria di:

- Dipartimento di Economia Aziendale dell'Università di Modena e Reggio Emilia, viale Berengario 51, 41100 Modena, tel. 059 2056948, fax 059 2056928 (La segreteria è aperta dal lunedì al venerdì dalle ore 9.00 alle ore 13.00 e dalle 14.30 alle 17.30).

Le domande di ammissione, sottoscritte dal candidato, potranno essere presentate con qualunque mezzo, presso la Segreteria entro e non oltre il termine ultimo delle ore 13.00 del 24 gennaio 2002, ovvero tramite raccomandata con avviso di ricevimento da inviarsi entro il medesimo termine del 24 gennaio 2002. La data di spedizione della domanda è comprovata dal timbro dell'ufficio postale accettante.

Comunicazioni varie

Le comunicazioni relative al Master (accettazione della domanda d'iscrizione, formulazione della graduatoria degli ammessi al colloquio, calendario e orario dei colloqui, ecc.) di cui al presente bando saranno fornite agli interessati mediante comunicazioni telegrafiche al recapito indicato nella domanda di ammissione, nonché mediante pubblicazione all'albo ufficiale e nei siti *Internet* dell'Ateneo.

Inizio del corso

Le attività didattiche del corso avranno inizio mercoledì 20 febbraio 2002.

La collaborazione con le imprese

Il corso "Master in Gestione dei Servizi" nella sua prima edizione (2001/2002) ha fruito del contributo ed di *stages* per gli studenti presso le aziende:

- Alitalia Express
- Banca 121
- Banca Popolare di Verona - Banco San Geminiano e San Prospero
- Bonchef
- Chef Italia
- CIS, Napoli
- Coop Estense
- Coop Italia
- Creдем
- Ecoter Lazio
- Faber - SMG
- FFS - Ferrovie Federali Svizzere
- Interporto Campano
- Ipercoop Liguria
- LVMH - Louis Vuitton Môtet Hennessy
- Maia SpA (Caterpillar)
- Meta SpA
- Metro Italia
- Nicola & C., Nola
- Nordiconad
- NRG Italia (Nashuatec, Rexrotary, Gestetner)
- Poste Italiane
- Tetra Pak
- Unifix
- Würth Italia

IL RETTORE DELL'UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MODENA E REGGIO EMILIA
Prof. Gian Carlo Pellacani

IL DIRETTORE DEL CORSO
Prof. Luigi Golzio

Modena, li 12 dicembre 2001



UNIVERSITÀ DEGLI
STUDI DI MODENA E
REGGIO EMILIA
DIPARTIMENTO DI
ECONOMIA AZIENDALE



L'Università degli studi di Modena e Reggio Emilia Dipartimento di Economia Aziendale in collaborazione con IntesaBci Learning organizza il CORSO DI PERFEZIONAMENTO IN CORPORATE BANKING (CREDITO E IMPRESA)

OBIETTIVI

Il Corso di Perfezionamento in *Corporate Banking* (Credito e Impresa) intende formare delle figure professionali con elevate competenze tecniche e relazionali nelle principali aree della gestione delle banche e degli intermediari finanziari attivi nel campo dei finanziamenti di impresa (merchant banks, società di leasing e di factoring, imprese finanziarie).

Il Corso di Perfezionamento ha l'obiettivo di costruire un ponte tra le conoscenze fornite dalle università e le competenze/abilità che le aziende bancarie richiedono a un giovane da inserire nel settore bancario tradizionale, in quello innovativo e nella finanza.

CONTENUTI

Il Corso di Perfezionamento si sviluppa attraverso tre fasi distinte:

- una fase *basic*, ("general management"), della durata di 2,5 mesi, che fornisce, da un lato, la strumentazione e le conoscenze di base, delineando al contempo lo scenario in cui le banche si trovano ad agire e, dall'altro, le conoscenze relative alle principali aree della gestione aziendale;
- una successiva fase *specialistica* ("la banca e l'impresa"), della durata di 2 mesi, che sviluppa il tema dei rapporti fra banca ed impresa sotto molteplici punti di vista: la valutazione del merito di credito, la segmentazione della clientela "corporate", le relazioni di clientela, la gestione dei pagamenti e della tesoreria, la finanza mobiliare;
- una terza e ultima fase, rappresentata dallo *stage* presso una delle banche del Gruppo IntesaBci. Lo stage, della durata di 4 mesi, consentirà ai partecipanti una verifica applicativa di quanto illustrato nel corso; nell'ambito del periodo di stage è prevista la realizzazione di un lavoro di progetto, scelto in accordo con la banca ospitante. Oltre 80 società, in prevalenza del Gruppo IntesaBci, coinvolgeranno gli stagisti in gruppi di progetto di interesse aziendale. La responsabilità del percorso sarà affidata allo stagista, con la collaborazione di un tutor aziendale. Nelle ultime 2 settimane dello stage, lo stagista dovrà produrre una relazione dell'attività svolta e dei risultati raggiunti.

I profili formativi del Corso di Perfezionamento sono definiti in relazione alle aree gestionali più direttamente interessate al rapporto con le imprese e allo sviluppo di servizi di finanziamento. Le principali figure professionali di riferimento sono rappresentate da:

- analista dell'area crediti, con competenze in tema di valutazione di aziende e di analisi del rischio creditizio. A queste si unisce un'approfondita conoscenza degli aspetti giuridici e contrattuali relativi alle principali forme di finanziamento e alla gestione del recupero del credito;
- responsabile clienti di impresa. La figura del *relationship manager* di impresa richiede un'adeguata combinazione di competenze tecniche (che spaziano dalle forme di finanziamento tradizionali ai servizi finanziari più innovativi) di tipo valutativo (selezione della clientela da affidare) e relazionali/negoziali (rapporti con il cliente, con il direttore di filiale e di area, con gli specialisti dei prodotti);
- specialista dell'area finanza d'impresa, con competenze nella gestione dei pagamenti, della

tesoreria e dei servizi di copertura dei rischi di cambio e di interesse;

- specialista nell'area dei servizi di finanza straordinaria, *corporate finance* e venture capital. Si tratta di una figura che si caratterizza per un'approfondita conoscenza degli aspetti finanziari e contrattuali relativi alle principali forme di finanziamento mobiliare. A questa si unisce la capacità di analizzare e definire il valore economico delle imprese in relazione alle loro prospettive di mercato e reddituali;
- operatori dell'area marketing e della pianificazione commerciale delle banche con una formazione finalizzata all'utilizzo di tecniche di segmentazione della clientela imprese, di analisi della redditività dei rapporti con i clienti, di definizione dei budget e di controllo dei risultati della rete distributiva e commerciale.

DOCENTI

Il corpo docente è costituito sia da docenti universitari che hanno maturato una significativa esperienza nella formazione post universitaria, sia da consulenti e dirigenti bancari e d'impresa.

DURATA DEL CORSO

La durata complessiva del Corso di Perfezionamento è di 8,5 mesi (34 settimane) con frequenza obbligatoria, così ripartita:

- preparazione di base: 2,5 mesi di lezione e di didattica attiva;
- preparazione specialistica: 2 mesi di lezione e di didattica attiva;
- esperienza empirica (*stage*) in impresa: 4 mesi.

METODI DIDATTICI

Sia la fase *basic* che quella di specializzazione sono intensive a tempo pieno (7 ore di impegno al giorno). L'attività didattica del Corso di Perfezionamento prevede l'utilizzo di metodi attivi che hanno lo scopo di rendere il partecipante protagonista del processo di apprendimento. I momenti di aula tradizionale saranno alternati all'esame di casi aziendali, di testimonianze, *role playing*, *business game* e altre metodologie didattiche che consentano, attraverso l'analisi di situazioni concrete, la razionalizzazione di problemi operativi e l'elaborazione di schemi di riferimento utili all'azione.

SEDE DEL CORSO

Il Corso di Perfezionamento ha sede presso il Dipartimento di Economia Aziendale dell'Università di Modena e Reggio Emilia.

Gli *stages* si svolgeranno nelle sedi delle società del Gruppo IntesaBci che ospiteranno i singoli partecipanti.

TITOLO FINALE

Al partecipante che avrà assolto gli obblighi di frequenza e superato le modalità di valutazione del suo apprendimento previste verrà rilasciato un Attestato di Perfezionamento in *Corporate Banking*. Il titolo dà la possibilità del riconoscimento di crediti formativi.

DESTINATARI

Il Corso di Perfezionamento si rivolge a laureati di tutte le discipline.

POSTI

I posti complessivamente disponibili sono 40.

AMMISSIONE

Possono accedere al Corso di Perfezionamento laureate e laureati con voto di laurea non inferiore a 100 e di età non superiore a 29 anni alla data di scadenza del termine di presentazione della domanda.

La selezione avverrà attraverso prove psico-attitudinali e colloqui a partire dal 3 settembre 2001.

COSTI A CARICO DEGLI STUDENTI

I costi di iscrizione e di frequenza al Corso di Perfezionamento sono a carico di IntesaBci. Per i più meritevoli è previsto, oltre alla partecipazione gratuita, anche un contributo spese che verrà erogato direttamente da IntesaBci ad insindacabile giudizio sulla base del merito che verrà stabilito a seguito di apposita valutazione comparativa.

I partecipanti dovranno provvedere autonomamente alle eventuali spese di viaggio e di soggiorno nella sede in cui si effettua la preparazione di base, la specializzazione e lo stage, nonché a parte di quelle relative al materiale didattico.

MODALITÀ DI PRESENTAZIONE DELLA DOMANDA

I candidati dovranno presentare la domanda di concorso, debitamente firmata, per l'ammissione al Corso di Perfezionamento in carta libera contenente:

- dati anagrafici, residenza, recapito telefonico, eventuale indirizzo di posta elettronica nonché l'indirizzo al quale l'interessato intende ricevere tutte le comunicazioni relative al concorso;
- diploma di laurea posseduto con indicazione della relativa votazione finale e dei singoli esami, anno e Università/Istituto Universitario di conseguimento.

Alla domanda vanno inoltre allegati:

- il *curriculum vitae et studiorum*;
- l'eventuale documentazione che attesti il livello di conoscenza della lingua inglese.

Le domande, indirizzate al Rettore dell'Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia potranno essere inviate a mezzo del servizio postale (raccomandata) al Dipartimento di Economia Aziendale dell'Università di Modena e Reggio Emilia, viale Berengario 51, 41100, Modena o presentate a partire dal giorno 21 agosto 2001 direttamente alla Segreteria del suddetto Dipartimento dalle ore 9,00 alle ore 13,00.

Le domande di concorso per l'ammissione al Corso di Perfezionamento potranno essere inviate/presentate a partire dalla data di pubblicazione del presente bando ed improrogabilmente entro il termine del giorno 24 agosto 2001. In caso di invio della domanda a mezzo posta fa fede la data-timbro dell'ufficio postale accettata.

COMUNICAZIONI VARIE

Le comunicazioni relative al Corso di Perfezionamento di cui al presente bando saranno date agli interessati personalmente tramite posta elettronica all'indirizzo indicato nella domanda o, se mancante, a mezzo telegrafico all'indirizzo specificatamente indicato nella domanda di ammissione.

INIZIO DEL CORSO

Le attività didattiche del corso avranno inizio lunedì 29 ottobre 2001.

Modena, 3 agosto 2001

IL RETTORE

Prof. Gian Carlo Pellacani

IL DIRETTORE DEL DIPARTIMENTO

Prof. ssa Elisabetta Gualandri

propedeuticità del vecchio ordinamento
 Corso di laurea in Economia e commercio
 2° anno - Percorso Economia, reti, informazione

docenti	insegnamenti	propedeuticità
offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno
offerta formativa dopo la laurea		

Le propedeuticità vincolanti per gli studenti che, nell'a.a. 2001/02, si iscrivono al 2° anno del corso di laurea in Economia e commercio, percorso Economia, reti, informazione, sono le seguenti:

Materia del 1° anno	propedeutica a
Lingua inglese I	Lingua inglese II

Materia del 2° anno	propedeutica a
Diritto della comunicazione e dell'informazione I	Diritto della comunicazione e dell'informazione II

Queste propedeuticità debbono obbligatoriamente essere rispettate, a pena dell'annullamento dell'esame.

Vengono indicate, inoltre, le seguenti propedeuticità, solo consigliate:

Materia del 1° anno	propedeutica a
Matematica generale	Statistica
Tecniche di ricerca e di elaborazione dei dati	Gestione dei sistemi informativi aziendali Metodi della gestione dei dati

Materia del 2° anno	propedeutica a
Network economics Teorie dell'incertezza e dell'informazione	Introduzione alla complessità
Statistica	Analisi dei dati e data mining

Eventuali altre propedeuticità consigliate sono indicate dai docenti nei programmi sintetici dei corsi.



propedeuticità del vecchio ordinamento
 Corso di laurea in Economia e commercio
 2° anno - Percorso Scienze economiche

docenti	insegnamenti	propedeuticità
offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno
offerta formativa dopo la laurea		

Oltre alle propedeuticità previste negli omonimi curricula del corso di laurea in Scienze economiche e sociali, si applicano le seguenti propedeuticità vincolanti per gli studenti che, nell'a.a. 2001/02, si iscrivono al 2° anno del corso di laurea in Economia e commercio, percorso Scienze economiche-Economia e società o percorso in Scienze economiche-Finanza e moneta:

Materia del 1° anno	propedeutica a
Economia politica I	Macroeconomia
Istituzioni di diritto pubblico - secondo corso semestrale	Diritto commerciale
Microeconomia I	Microeconomia

Queste propedeuticità debbono obbligatoriamente essere rispettate, a pena dell'annullamento dell'esame.

propedeuticità del vecchio ordinamento
 Corso di laurea in Economia e commercio
 3° anno, 4° anno e fuori corso

docenti	insegnamenti	propedeuticità
offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno
offerta formativa dopo la laurea		

Le propedeuticità vincolanti per gli studenti che, nell'a.a. 2001/02, si iscrivono al 3° anno, 4° anno o fuori corso nel corso di laurea in Economia e commercio - vecchio ordinamento sono le seguenti:

Materia del 1° anno	propedeutica a
Economia aziendale	Ragioneria generale ed applicata
Economia politica I	Economia politica II Microeconomia
Matematica generale	Economia politica I Matematica finanziaria I Statistica I
Materia del 2° anno	propedeutica a
Economia politica II Microeconomia	Econometria Economia industriale Economia internazionale Economia politica III Politica economica
Istituzioni di diritto privato	Diritto commerciale Diritto fallimentare Diritto industriale
Matematica finanziaria I	Econometria Matematica finanziaria II
Ragioneria generale ed applicata	Finanza aziendale Programmazione e controllo
Statistica I	Finanza aziendale Statistica II Statistica computazionale Statistica economica Statistica per la ricerca sociale
Materia del 3° anno	propedeutica a
Economia degli intermediari finanziari	Economia del mercato mobiliare Economia delle aziende di assicurazione Economia delle aziende di credito Tecnica dei crediti speciali
Economia e gestione delle imprese	Economia e gestione delle imprese commerciali Economia e gestione delle imprese di servizi Marketing Marketing internazionale
Finanza aziendale	Economia del mercato mobiliare

Organizzazione del lavoro	Organizzazione aziendale Organizzazione delle aziende commerciali Organizzazione e gestione delle risorse umane
Programmazione e controllo	Revisione aziendale Tecnica professionale
Statistica II	Econometria

Queste propedeuticità debbono obbligatoriamente essere rispettate, a pena dell'annullamento dell'esame.

Da settembre 2001 gli studenti possono sostenere esami del 3° anno anche qualora non abbiano superato tutti gli esami del 1° anno e possono sostenere esami del 4° anno anche senza aver prima superato tutti gli esami del 2° anno.



CONCORRENZA, ANTITRUST, REGOLAMENTAZIONE

Secondo anno - 4 crediti

Corso di laurea in Scienze economiche e sociali

Prof. Sergio Paba

Periodo di svolgimento del corso: 26 aprile - 5 giugno 2002**Obiettivo del corso**

Il corso esamina le motivazioni, le tecniche, e l'impatto delle politiche a tutela della concorrenza. Verranno affrontati aspetti istituzionali e storici, ma il cuore del corso è dedicato agli aspetti microeconomici e di economia industriale che orientano le attuali politiche anti-trust. Per meglio comprendere questi aspetti, verranno analizzati e discussi in profondità specifici casi di intervento da parte dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Didattica

La didattica prevede circa 22 ore di lezioni introduttive. Il resto del tempo verrà dedicato all'analisi e alla discussione di casi concreti di intervento delle autorità anti-trust e di regolazione, con lavori di gruppo e preparazione di brevi tesine. E' prevista la partecipazione di quattro esperti dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Modalità di valutazione

Al termine del corso ci sarà una prova scritta. Verranno valutate anche le tesine e la partecipazione alle discussioni di gruppo.

Testi

Per avere un'idea generale:

A. Pera, Concorrenza e antitrust, Il Mulino, Bologna, 2001

Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, Antitrust a portata di mano, Maggio 2001

Testo di studio:

S. Martin, Economia industriale, Il Mulino, Bologna, 1997 [MAR]

Testi alternativi:

C. Bentivogli, S. Trento, Economia e politica della concorrenza, Nuova Italia Scientifica, Roma, 1995 [B&T]

F. Gobbo, G. Buzzone, M. Ferrero, G. Utili, Il mercato e la tutela della concorrenza, Il Mulino, Bologna, 1997 [GOB]

Materiale didattico integrativo

Verrà distribuito materiale relativo ai casi durante le lezioni.

Struttura del corso					
Argomenti	Concetti chiave	Studi di casi e applicazioni (alcuni esempi)	Testi	Ore di didattica	Ore di studio
Introduzione: le ragioni delle politiche di tutela della concorrenza	Efficienza economica e benessere. Monopolio e concorrenza.		MAR, cap. II B&T, cap.1 GOB, Introduzione e cap. 1.1	2	4
Scuole di pensiero e normative anti-trust	Lo schema "struttura-condotta-performance". La scuola di Chicago. La nuova economia industriale.		MAR, cap. I B&T, cap.2 GOB, cap. 1.2	2	4
Istituzioni e legislazione anti-trust in alcuni paesi	La politica anti-trust negli USA. Politiche e legislazione anti-trust in Europa. La legge per la tutela della concorrenza in Italia.		MAR, cap. III B&T, cap. 3	2	4
Mercato rilevante	Identificazione del mercato rilevante.		MAR, cap. V.1, cap. IV,	4	8

	Concentrazione e potere di mercato. Posizione dominante. Misure della concentrazione. Crescita dell'impresa e potere di mercato.		cap. VII, cap. VIII B&T, cap.5 GOB, cap. 2, cap. 5		
Intese e comportamenti collusivi	Collusione e teoria dei giochi. Accordi espliciti. Accordi impliciti.		MAR, cap. VI B&T, cap. 8 GOB, cap. 3	3	6
Restrizioni verticali della concorrenza	Integrazione verticale. Restrizioni verticali alla concorrenza.		MAR, cap. XVI B&T, cap. 9 GOB, cap. 3	3	8
Barriere all'entrata e pratiche predatorie	Barriere all'entrata e concorrenza potenziale. Barriere strategiche all'entrata. Pratiche predatorie. Discriminazione di prezzo.		MAR, cap. IV, cap. XV B&T, cap. 7 GOB, cap. 4	6	14
Esperienze italiane di tutela della concorrenza		4 casi illustrati da altrettanti esperti dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato	Materiale distribuito a lezione	8	8
Esperienze americane di tutela della concorrenza		Il caso Microsoft	Materiale distribuito a lezione	2	8



DIRITTO COMMERCIALE

Secondo anno - 8 crediti

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia

Dott. Ettore Rocchi

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 15 dicembre 2001

Obiettivo del corso

Il corso si propone di fornire le nozioni essenziali su un ampio spettro di istituti del diritto commerciale, focalizzando al contempo l'analisi su "corpora" normativi e regolamentari come l'impresa e l'azienda, le società di persone e di capitali, le società quotate in mercati regolamentati e la disciplina generale degli stessi, i titoli di credito, nonché i lineamenti fondamentali delle procedure concorsuali e dell'impresa in crisi. L'approccio prevede una lettura critica delle varie figure attraverso il richiamo alle fonti interpretative (dottrina, giurisprudenza e prassi) e nondimeno continui riferimenti di diritto comparato, con un'attenzione particolare alle linee di tendenza della legislazione vigente ed emergente, affinché i discenti acquisiscano un metodo idoneo sia a risolvere casi pratici che a riportare quanto più possibile a sistema la continua e articolata proliferazione regolamentare che caratterizza la materia nei tempi presenti. Particolare cura sarà rivolta alla padronanza del lessico specialistico. Il corso prevede 64 ore di didattica, a cui lo studente è vivamente incoraggiato a partecipare attivamente, a fronte delle quali viene stimato un impegno di studio individuale di 136 ore (per un totale di 200 ore di lavoro). Il superamento dell'esame dà diritto a 8 crediti formativi.

Didattica

Nelle 64 ore di didattica, gli argomenti verranno svolti nell'ordine indicato nella scheda sulla struttura del corso. Per

ciascun argomento verranno dapprima fornite le nozioni fondamentali, quindi esposte le varie posizioni della dottrina e della giurisprudenza, poi riportati, laddove utile, casi pratici e riferimenti comparatistici, infine tratteggiate le linee evolutive dell'argomento stesso. Il docente provvederà, laddove didatticamente opportuno, a stimolare i discenti ad interventi, approfondimenti seminariali, ricerche finalizzate, allo scopo di consentire la conoscenza e l'accesso agli strumenti di cognizione e ricerca. L'analisi del linguaggio giuridico rappresenterà un saggio metodologico costante.

Modalità di valutazione

Sono previste da tre a cinque prove di valutazione in forma scritta e/o di test mirati a risposta multipla, su istituti o complessi di istituti che presentino omogeneità. Sulla base della media del risultato delle prove svolte si svolgerà l'esame finale, consistente in un colloquio. E' vivamente raccomandata la partecipazione alle prove scritte, soprattutto per la loro valenza "autovalutativa" ai fini dell'esame finale.

Testi

G. Auletta, N. Salanitro, Diritto Commerciale, 12^a ed., Giuffrè, Milano, 2000

Materiale didattico integrativo

Durante il corso verranno fornite dispense e materiale giurisprudenziale di supporto, nonché le coordinate per l'accesso a banche dati.

Struttura del corso					
Argomenti	Concetti chiave	Studi di casi e applicazioni (alcuni esempi)	Testi	Ore di didattica	Ore di studio
L'impresa e l'azienda	Nozione di imprenditore; diverse figure di imprenditori e i relativi statuti; in particolare il piccolo imprenditore e l'artigiano; azienda: nozione e disciplina; gli ausiliari dell'imprenditore; consorzi tra imprenditori e il GEIE (Gruppo Europeo di Interesse Economico).	Analisi della giurisprudenza locale in tema di identificazione e qualificazione dei soggetti imprenditori ai fini della sottoposizione alle procedure concorsuali.	Auletta-Salanitro, parte 1 ^a sez. 1 ^a capp. 1 e 2	6	10
Le società in generale	Introduzione storica; analisi economica; nozione di società e dei vari tipi di società presenti nell'ordinamento, in relazione al loro regime di responsabilità patrimoniale; tipicità e autonomia nel contratto di società; vari sistemi di diritto societario; tratti evolutivi della disciplina.	Riferimenti e commenti ad alcuni scritti master della dottrina in lingua anglosassone.	Auletta-Salanitro, sez. II cap. 1	4	8
La società di persone	Costituzione; società regolare, irregolare e di fatto; posizione del creditore sociale e del creditore particolare del socio; società in accomandita; rappresentanza nelle società di persone; scioglimento del rapporto sociale limitatamente ad un socio (recesso, esclusione e morte	Simulazione di un processo di recupero di un credito bancario nei confronti di una società personale e/o dei suoi soci.	Auletta-Salanitro, capp. 2, 3, 4	6	12

	del socio); scioglimento e liquidazione della società.				
La società di capitali: costituzione e disciplina delle partecipazioni	La s.p.a. come archetipo delle società di capitali; costituzione: stipula del contratto sociale, controllo notarile, iscrizione, disciplina speciale della nullità; concetto di capitale sociale; disciplina dei conferimenti; azioni e loro trasferimento; operazioni condotte dalla società sulle proprie azioni; concetto di controllo societario; patti parasociali.	Analisi di clausole statutarie e di patti parasociali presi dalla prassi di società per azioni non quotate.	Auletta-Salanitro, cap. 5	6	16
La società di capitali: organi	Organi sociali; gestione della società in rapporto alle competenze dell'organo amministrativo e dell'assemblea; assemblea: convocazione, costituzione, deliberazione e regime delle delibere; amministratori: tipologie di amministrazione, nomina, revoca, responsabilità; rappresentanza: titolarità, limitazioni e regime di opponibilità delle stesse, dissociazione tra poteri rappresentativi e poteri gestori; Collegio Sindacale.	Redazione di un verbale di un organo societario.	Auletta-Salanitro, cap. 5	8	16
La società di capitali: vicende endosocietarie	Problematiche relative all'oggetto sociale; bilancio; modificazioni del contratto sociale: aumenti e riduzioni del capitale; prestito obbligazionario; scioglimento e liquidazione della s.p.a.; procedimento di liquidazione: problematiche relative alla riattivazione della società sciolta; estinzione della società; trasformazione, fusione e scissione.	Analisi giuridica di un bilancio e di un'operazione di scissione societaria.	Auletta-Salanitro, capp. 5, 10	10	24
La disciplina delle società "quotate"	Profili del controllo: deleghe di voto, quorum assembleari e patti parasociali; tutela delle cc. dd. minoranze; ruolo del Collegio Sindacale; Offerte Pubbliche di Acquisto (OPA).	Cronaca e analisi giuridica di un'offerta pubblica.	Auletta-Salanitro, cap. 6	6	12
Le altre società	s.r.l.; s.r.l. unipersonale e	Seminario di studio	Auletta-	6	12

(di capitali)	società in accomandita per azioni; società cooperative e gli altri enti mutualistici.	sulla riforma del diritto societario riguardante le società cooperative.	Salanitro, capp. 7, 8, 9, 11, 12		
I titoli di credito	Nozione e funzione del titolo di credito; legge di circolazione dei titoli di credito; cambiale tratta e il vaglia cambiario; assegno bancario e assegno circolare; regime delle eccezioni cartolari; processo cambiario e ammortamento.	Verifica dell'evoluzione e della diffusione dei titoli di credito.	Auletta-Salanitro, parte II, cap. 1, 2, 3, 4	6	14
Lineamenti delle procedure concorsuali	Presupposti soggettivi e oggettivi del fallimento; dichiarazione di fallimento e sue conseguenze sul piano giuridico; descrizione della procedura e degli organi del fallimento; azione revocatoria fallimentare; cessazione degli effetti della sentenza dichiarativa di fallimento; concordato preventivo e amministrazione controllata; procedure concorsuali e società: profili peculiari; grande impresa in crisi.	Seminario di studio sui più recenti progetti di riforma del diritto della crisi d'impresa.	Auletta-Salanitro, parte IV, sez. I dal cap.1 al cap.13 Sez. II capp.1 e 2	6	12



DIRITTO COMMERCIALE

Secondo anno - 8 crediti

Corsi di laurea in Economia aziendale, Scienze economiche e sociali

Prof. Ilario Menghi

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 15 dicembre 2001

Obiettivo del corso

Il corso si propone di fornire gli strumenti essenziali per la conoscenza delle regole giuridiche che formano la struttura portante ed il contenuto centrale del moderno diritto dell'impresa, dalle forme più semplici dell'impresa individuale e delle società personali a quelle più complesse delle società di capitali e delle grandi società quotate con uno sguardo anche ai raggruppamenti di imprese e alla realtà delle società cooperative: il tutto con una costante attenzione alla padronanza degli istituti privatistici di base e con il necessario collegamento con le linee di sviluppo degli ordinamenti comunitari.

Didattica

Il corso consta di 64 ore di didattica diviso in blocchi come da scheda che segue. Al termine di ciascuna sezione saranno indicati casi giurisprudenziali di verifica di quanto esaminato sul piano istituzionale ed esegetico delle norme vigenti, in modo da rendere più evidente il collegamento tra le nozioni apprese e la concreta realtà operativa delle moderne imprese quale risulta dal filtro della prassi giudiziaria delle nostre Corti.

Modalità di valutazione

A metà circa del corso è prevista una prova scritta intermedia di verifica su quanto affrontato nel corso. Gli studenti che non la superano o non la sostengono dovranno sostenere l'esame orale su tutto il programma del corso.

Testi

F. Corsi, Diritto dell'impresa, Giuffrè editore, Milano, 2001

Struttura del corso					
Argomenti	Concetti chiave	Studi di casi e applicazioni (alcuni esempi)	Testi	Ore di didattica	Ore di studio
Impresa e azienda	Impresa e quadro economico di riferimento. La fattispecie "impresa" nell'ordinamento italiano e in quello comunitario. Esegesi delle norme. Considerazioni critiche sul ruolo dell'impresa nel sistema capitalistico nell'attuale fase di globalizzazione finanziaria: verso quali mete e a quali costi.	La fattispecie impresa nella giurisprudenza italiana. Casi pratici che saranno segnalati a lezione.	F. Corsi, capp. da I a IX. Letture consigliate: I. Magli, Contro l'Europa, Ed. Bompiani, ultima edizione; Giano Accame, il potere del denaro svuota le democrazie, Ed. Settimo Sigillo, Roma 1997.	6	12
Società di persone	Il contratto di società. L'organizzazione. I vari tipi societari.	Casi pratici su punti controversi del codice civile.	F. Corsi, capp. da XII a XVIII	16	30
Società di capitali e cooperative	La società di capitali. La s.p.a.: nozione e disciplina. Gli altri tipi. Le società quotate. I gruppi. Le società cooperative. I consorzi. La concorrenza. L'intermediazione finanziaria. I controlli.	Casi pratici su punti controversi della disciplina delle s.p.a..	F. Corsi, capp. da XIX a XLIII.	42	94



DIRITTO DELLA COMUNICAZIONE E DELL'INFORMAZIONE I

Secondo anno - 3 crediti

Corso di laurea in Economia e commercio, percorso Economia, reti, informazione

Dott.ssa Giorgia Tassoni

Periodo di svolgimento del corso: 26 aprile - 5 giugno 2002

Obiettivo del corso

Il corso si propone di fornire gli elementi di base per utilizzare e applicare le regole operative dei settori connessi alle attività di comunicazione e informazione. Alla fine del corso lo studente dovrebbe essere in grado di individuare le regole (o, almeno, i principi) che governano le attività dei privati, con particolare riguardo a quelle connesse con l'informazione e la comunicazione. Il corso costituisce il naturale completamento della preparazione fornita nel corso di Diritto privato.

Didattica

Il corso di lezioni è integrato da esercitazioni consistenti nell'esposizione e nel commento di casi particolari.

Modalità di valutazione

Al termine del corso viene proposta una prova di valutazione relativa ad aspetti specifici degli argomenti trattati, alla quale viene assegnato un punteggio che concorre alla valutazione finale. L'esame finale del corso consisterà in un colloquio.

Testi

Nel più recente aggiornamento edito:

Costituzione della Repubblica Italiana

Trattato istitutivo della Comunità Europea

Trattato sull'Unione Europea

Codice civile italiano

Principali leggi speciali di diritto italiano.

Il corso esamina nel dettaglio alcuni testi normativi più strettamente connessi all'informazione e alla comunicazione. Tali testi sono contenuti nella raccolta sopra illustrata; le leggi speciali e le altre fonti non comunemente accessibili (perché non comprese nelle raccolte stampate ad uso universitario) sono disponibili nel sito web www.cei.unimo.it/materiale.htm, nella parte relativa all'insegnamento Diritto dell'informazione e della comunicazione.

Struttura del corso		
Argomenti e concetti chiave	Ore di didattica	Ore di studio
1. Principi costituzionali in tema di informazione. La legge di riforma costituzionale 18 ottobre 2001 n. 3: rilevanza in materia di informazione e comunicazione.	1	1
2. Il diritto della comunicazione nella comunità internazionale: le competenze CE in materia di telecomunicazioni e informazione.	1	1
3. La nozione giuridica di mercato e la tutela della concorrenza. Accesso al mercato e concorrenza nei settori della comunicazione e della informazione: "rete" e "servizio universale". La "comunicazione di massa" in senso giuridico.	1	1
4. Essential facility (infrastruttura essenziale) ed obbligo a contrarre: gli accordi di interconnessione.	1	1
5. Le Autorità indipendenti con competenza nel settore della comunicazione. L'impresa editrice e il prodotto editoriale.	1	1
6. Diritto all'informazione e diritti della persona. Il trattamento dei dati personali nello svolgimento dell'attività di giornalista.	1	1
7. La tutela dei dati personali nelle telecomunicazioni.	1	1
8. La tutela dei dati personali nel commercio elettronico.	1	1
9. Le professioni dell'informazione. La responsabilità del professionista.	1	1
10. L'opera dell'ingegno e la tutela del diritto d'autore.	1	1
11. Diritto d'autore e tutela giuridica del software.	1	1
12. Diritto d'autore e tutela giuridica delle banche dati. Diritto d'autore e tutela dell'opera fotografica.	1	1
13. Diritto d'autore e diffusione dell'opera a mezzo web.	1	1
14. Telecomunicazioni e tutela ambientale.	1	1
15. Inquinamento elettromagnetico e diritto alla salute.	1	1
16. La comunicazione d'impresa: la pubblicità commerciale, i segni distintivi.	1	1
17. L'ingannevolezza del messaggio pubblicitario: le sanzioni.	1	1
18. La pubblicità "clandestina". La pubblicità comparativa.	1	1
19. I segni distintivi dell'impresa e la loro funzione "comunicativa": la tutela giuridica.	1	1
20. I segni distintivi in Internet: la tutela del domain name. L'uso del marchio altrui come metatag.	1	1
21. Comunicazione d'impresa e regole di "trasparenza".	1	1
22. Informazione e contratto. Gli obblighi informativi del mandatario e del	1	1

mediatore.		
23. Gli obblighi informativi nei contratti di distribuzione: in particolare, nel contratto di agenzia.	1	1
24. Gli obblighi informativi nei contratti bancari e finanziari.	1	1



DIRITTO PRIVATO

Secondo anno - 5 crediti

Corso di laurea in Economia e commercio, percorso Economia, reti, informazione

Dott.ssa Giorgia Tassoni

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 17 aprile 2002

Obiettivo del corso

Il corso si propone di fornire gli elementi di base per comprendere le scelte normative di un ordinamento, le sue fonti e gli istituti giuridici fondamentali sui quali si basano la prevenzione e la soluzione dei conflitti. Alla fine del corso lo studente dovrebbe essere in grado di individuare le regole (o, almeno, i principi) che governano le attività dei privati.

Didattica

Il corso di lezioni è integrato da esercitazioni consistenti nell'esposizione e nel commento di casi particolari.

Modalità di valutazione

Durante il corso vengono proposte due prove di valutazione relative ad aspetti specifici degli argomenti trattati, alle quali viene assegnato un punteggio che concorre alla valutazione finale. L'esame finale del corso consisterà in un colloquio.

Testi

Il corso segue la trattazione degli argomenti propria di un Manuale di Diritto Privato ad uso universitario. La lettura del Manuale non deve mai essere disgiunta dallo studio diretto dei testi normativi. Pertanto, gli studenti che frequentano il corso, per poter seguire le lezioni devono sempre essere provvisti dei seguenti testi (nel più recente aggiornamento edito):

Costituzione della Repubblica Italiana

Trattato istitutivo della Comunità Europea

Trattato sull'Unione Europea

Codice civile italiano

Principali leggi speciali di diritto italiano

Struttura del corso		
Argomenti e concetti chiave	Ore di didattica	Ore di studio
1. L'ordinamento giuridico. Distinzione tra diritto pubblico e diritto privato. Lo Stato e la sovranità. Il principio di separazione dei poteri. Le fonti del diritto.	1	1
2. Funzione legislativa, funzione esecutiva, funzione giurisdizionale. Distribuzione delle funzioni tra i poteri dello Stato. Le autonomie territoriali. Le Regioni.	1	1
3. La Costituzione della Repubblica italiana: struttura. L'ordinamento della Repubblica. In particolare, la funzione legislativa: leggi in senso formale e leggi in senso materiale. I decreti legislativi e i decreti-legge. La legge-delega: in particolare, la così detta legge comunitaria.	1	1
4. La Magistratura. Le Autorità indipendenti: in particolare, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato; il Garante per la protezione dei dati personali; l'Autorità di garanzia per le comunicazioni.	1	1
5. La norma giuridica. L'efficacia della legge nel tempo e nello spazio. Il	1	1

diritto internazionale privato. Il diritto dei contratti internazionali: la legge n. 218 del 1995, la Convenzione di Roma 19 giugno 1980.		
6. La Comunità europea e le fonti di diritto comunitario. Il diritto privato comunitario. Direttive CE e Regolamenti CE. Le Direttive “self-executing”. La Corte di Giustizia CE e le sue funzioni.	1	1
7. La Corte Costituzionale e il controllo di legittimità costituzionale delle leggi ordinarie.	1	1
8. Il codice civile italiano. Precedenti storici e struttura. Distinzione tra diritto civile e diritto commerciale.	1	1
9. L’interpretazione della legge. L’applicazione analogica delle norme.	1	1
10. Le situazioni giuridiche soggettive. Diritti soggettivi e interessi legittimi. Diritti assoluti e relativi. Il rapporto giuridico. Fatto giuridico e atto giuridico. L’atto di volontà. Il contratto.	1	1
11. La persona fisica. Capacità giuridica e capacità di agire. Incapaci legali di agire. Incapaci naturali di agire. Interdetti, inabilitati, emancipati. La rappresentanza legale.	1	1
12. I minori di età. La potestà genitoriale. Sede della persona fisica. Parentela e affinità. I diritti della personalità. La privacy e il trattamento dei dati personali.	1	1
13. La persona giuridica. Il riconoscimento della personalità giuridica. Associazioni, fondazioni, società.	1	1
14. Gli enti non personificati. Associazioni non riconosciute. I comitati. Organizzazioni di volontariato, Onlus, Associazioni di promozione sociale.	1	1
15. Le società di persone.	1	1
16. Le società di capitali.	1	1
17. Impresa e società. Impresa commerciale. Lo statuto dell’impresa commerciale. Società lucrative e società mutualistiche.	1	1
18. I beni in senso giuridico. Utilità collettive e tutela ambientale. Classificazioni dei beni.	1	1
19. Il diritto di proprietà. Limiti al diritto di proprietà. Modi di acquisto. Azioni a tutela. Proprietà immobiliare: immissioni, jus aedificandi.	1	1
20. I diritti reali su cosa altrui.	1	1
21. La comunione di diritti reali.	1	1
22. Il condominio di edifici.	1	1
23. Il possesso. Le azioni a tutela del possesso. Effetti del possesso di buona fede.	1	1
24. Lineamenti essenziali di diritto di famiglia. Il regime patrimoniale della famiglia.	1	1
25. La comunione legale tra coniugi.	1	1
26. Le successioni mortis causa: lineamenti essenziali.	1	1
27. Successioni legittime e testamentarie. I legittimari. L’azione di riduzione.	1	1
28. I legati. Il contratto di donazione.	1	1
29. Le obbligazioni. Fonti e caratteri del rapporto obbligatorio.	1	1
30. L’esatto adempimento.	1	1

31. L' esatto adempimento delle obbligazioni pecuniarie: i sistemi alternativi di pagamento, la normativa antiriciclaggio, le obbligazioni che sorgono da contratti di subfornitura industriale, la moneta unica europea.	1	1
32. Vicende del rapporto obbligatorio. Alcune specie di obbligazioni.	1	1
33. Il contratto: nozione, classificazioni, elementi essenziali.	1	1
34. Effetti, interpretazione, rappresentanza.	1	1
35. Contratto e terzi. Invalidità. Scioglimento.	1	1
36. Le obbligazioni nascenti dalla legge. I titoli di credito.	1	1
37. L'atto illecito e la responsabilità.	1	1
38. Responsabilità oggettiva. Responsabilità del produttore. Danno ambientale.	1	1
39. Le garanzie del credito.	1	1
40. Impresa e mercato. La tutela della concorrenza.	1	1



ECONOMIA AZIENDALE

Primo anno - 8 crediti

Corsi di laurea in Economia aziendale, Economia e marketing internazionale, Scienze economiche e sociali

Prof. Alberto Nobolo (A-E)

Prof. Carlo Brugnoli (F-O)

Dott. Eugenio Caperchione (P-Z)

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 15 dicembre 2001

Obiettivo del corso

Nella prima parte del corso si intende fornire agli studenti la conoscenza di alcuni temi fondamentali dell'economia aziendale, così che essi possano, nel seguito dei loro studi, disporre di una chiave di lettura dei complessi fenomeni economici che caratterizzano la vita delle aziende di produzione e delle altre aziende, pubbliche e private, con riguardo anche alle tematiche di governance. La seconda parte del corso si concentra sulla tematica dell'economicità di gestione e della sua misurazione e sulla costruzione del bilancio: gli studenti debbono essere in grado di padroneggiare i principali aspetti tecnici del sistema contabile e debbono saper leggere il bilancio delle imprese. Il corso prevede 64 ore di didattica, a cui lo studente è vivamente incoraggiato a partecipare attivamente, a fronte delle quali viene stimato un impegno di studio individuale di 136 ore (per un totale di 200 ore di lavoro).

Didattica

Il corso di Economia aziendale si articola su 32 lezioni di 2 ore accademiche. Si prevede un intenso coinvolgimento degli studenti, sia durante le lezioni sia con riguardo alla possibilità di svolgere ricerche bibliografiche su temi innovativi o presso imprese.

Propedeuticità consigliata: si raccomanda di seguire il corso di azzeramento, che si svolge nel mese di settembre 2001.

Modalità di valutazione

Sono previste due prove di valutazione in forma scritta: una a metà e l'altra alla fine del corso, riservata esclusivamente agli studenti che abbiano superato la prima prova. Il voto finale sarà una media del risultato delle due prove. Gli studenti che non superano, o che non sostengono, una di queste due prove dovranno sostenere l'esame su tutto il programma del corso. E' possibile approfondire alcune tematiche specifiche concordandole con il docente: il relativo elaborato predisposto dallo studente potrà contribuire alla valutazione complessiva.

Testi

G. Airoidi, G. Brunetti, V. Coda, Economia aziendale, Il Mulino, Bologna (ultima ed.)

G. Brunetti, Contabilità e bilancio d'esercizio, 3^a edizione aggiornata, Etas, Milano, 2000

G. Frattini (a cura di), Temi d'esame di contabilità e bilancio, Egea, Milano (ultima ed.)

A. Nobolo, Continuità e sistemi di governo economico nelle aziende di produzione a proprietà familiare, Egea, Milano, 2000

Struttura del corso					
Argomenti	Concetti chiave	Studi di casi e applicazioni (alcuni esempi)	Testi	Ore di didattica	Ore di studio
Le aziende	Le persone, l'attività economica, l'economia aziendale. Gli istituti e le aziende. Lo scambio monetario.		ABC, parte I	8	16
La struttura delle aziende	I modelli di rappresentazione delle aziende. L'assetto istituzionale. Le combinazioni economiche. Il patrimonio.		ABC, parte II Nobolo, §§ 1.1-1.3	10	20
L'economicità	Il principio di economicità nelle diverse classi di aziende. Reddito d'esercizio e capitale di funzionamento. Le sintesi di bilancio (cenno e rinvio).		ABC, parte III	8	16
L'ambiente economico	Le relazioni tra aziende, i mercati, i settori. Il sistema competitivo.		ABC, parte IV	6	14
La gestione	La gestione delle imprese. La gestione delle aziende pubbliche. Gli aggregati aziendali e le strategie di partnership.		ABC, capp. 16, 18, 21	8	18
L'organizzazione	L'istituto, le persone, l'organizzazione. L'organismo personale. La struttura organizzativa. I sistemi operativi.		ABC, capp. 26-29 Nobolo, cap. 4	8	16
La rilevazione	Le rilevazioni di esercizio. Le rilevazioni di fine esercizio. La determinazione contabile del capitale e del reddito di esercizio.		Brunetti, capp. 1-4 Frattini, esercizi vari	16	36



ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI - SISTEMA FINANZIARIO (M1)

Secondo anno - 4 crediti

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia

Prof. Riccardo Ferretti

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 17 aprile 2002

Obiettivo del corso

Il corso intende analizzare il sistema finanziario italiano delineando gli elementi di base delle seguenti aree tematiche. Nel modulo 1 (Sistema Finanziario): il funzionamento e la struttura dei sistemi finanziari, gli intermediari finanziari, il sistema dei pagamenti e la politica monetaria. Il corso prevede 32 ore di didattica, a cui lo studente è

vivamente incoraggiato a partecipare attivamente, a fronte delle quali viene stimato un impegno di studio individuale di 68 ore (per un totale di 100 ore di lavoro). Il superamento dell'esame dà diritto a 4 crediti formativi.

Didattica

Nelle 32 ore di didattica, gli argomenti verranno svolti nell'ordine indicato nella scheda sulla struttura del corso.

Modalità di valutazione

E' prevista una prova di valutazione in forma scritta alla fine del modulo.

Testi

A. Ferrari, E. Gualandri, A. Landi, P. Vezzani, Strumenti, mercati, intermediari finanziari, Giappichelli, Torino, 1999

M. Pifferi, A. Porta, La banca centrale europea, Egea, Milano, 1999

Materiale didattico integrativo

Durante il corso verrà fornita una dispensa contenente il materiale statistico e documentario utilizzato nel corso delle lezioni del modulo 1.

Struttura del corso					
Argomenti	Concetti chiave	Studi di casi e applicazioni (alcuni esempi)	Testi	Ore di didattica	Ore di studio
Definizioni e funzioni del sistema finanziario	Aspetti generali della articolazione dei sistemi finanziari. Funzioni dei sistemi finanziari. Obiettivi e strumenti della regolamentazione su intermediari e mercati.		Ferrari et al. pp. 1-17 e 49-54	6	10
Saldi finanziari	Saldo finanziario. Ricchezza finanziaria, flusso di fondi, settori istituzionali, dissociazione risparmio e investimento, indicatori di intermediazione finanziaria.	Analisi di grafici e tabelle tratti dalla Relazione Annuale della Banca d'Italia.	Ferrari et al. pp. 19-47	6	12
Intermediari finanziari	Teoria dell'intermediazione. Intermediari mobiliari. Investitori istituzionali. Intermediari creditizi.		Ferrari et al. pp. 241-307	10	24
Sistema dei pagamenti	Strumenti di pagamento. Rapporti interbancari. Target.		Ferrari et al. pp. 121-140	4	6
Politica monetaria	Fasi dell'UME. BCE. Obiettivi e strumenti della politica monetaria. Creazione e utilizzo base monetaria. Meccanismo di trasmissione.		Pifferi - Porta pp. 13-112 e 153-164	6	16



ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI - SISTEMA FINANZIARIO (M1)

Secondo anno - 4 crediti

Corsi di laurea in Economia aziendale, Scienze economiche e sociali

Prof. Andrea Landi

Periodo di svolgimento del corso: 8 novembre - 15 dicembre 2001

Obiettivo del corso

Il corso si propone di fornire la conoscenza delle funzioni e delle componenti del sistema finanziario: attività finanziarie, mercati e intermediari finanziari. Il corso prevede 32 ore di attività didattica in aula, a cui lo studente è vivamente incoraggiato a partecipare attivamente, a fronte delle quali viene stimato un impegno di studio individuale di 68 ore (per un totale di 100 ore di lavoro). Il superamento dell'esame dà diritto a 4 crediti formativi.

Didattica

Nelle 32 ore di didattica, gli argomenti verranno svolti nell'ordine indicato nella scheda sulla struttura del corso.

Modalità di valutazione

Oltre agli ordinari appelli d'esame, è prevista una prova di valutazione in forma scritta alla fine del corso.

Testi

A. Ferrari, E. Gualandri, A. Landi, P. Vezzani, Strumenti, mercati, intermediari finanziari, parte 1[^], Giappichelli Editore, Torino, 2001

Dispensa statistica (disponibile presso l'Ufficio Stampa all'inizio del corso)

Materiale didattico integrativo

Durante il corso verranno commentate le tabelle della Relazione Banca d'Italia (dispensa statistica).

Struttura del corso					
Argomenti	Concetti chiave	Studi di casi e applicazioni (alcuni esempi)	Testi	Ore di didattica	Ore di studio
Componenti e funzioni del sistema finanziario	Definizione di attività finanziarie, mercati e intermediari.		Strumenti, mercati e intermediari, parte I cap. 1 parr. 1 e 2	2	2
Saldi finanziari e circuiti/canali di intermediazione	Saldo finanziario. Ricchezza finanziaria. Conto finanziario. Settori istituzionali. Dissociazione risparmio e investimento. Indicatori di intermediazione finanziaria.	Commento tavole della Relazione Banca d'Italia.	Strumenti, mercati e intermediari, parte I cap. 2 par. 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7	8	20
Moneta e sistema dei pagamenti	Moneta legale e bancaria Banca Centrale. Produzione e circolazione della moneta.		Strumenti, mercati e intermediari, parte I cap. 3 parr. 1, 2 e 3	2	2
Banche e politica monetaria	Obiettivi e strumenti della politica monetaria. Banca Centrale Europea. Meccanismo di trasmissione della politica monetaria.	Commento tavole della Relazione Banca d'Italia.	Strumenti, mercati e intermediari, parte I cap. 3 parr. 4 e 5	2	4
Mercati finanziari	Classificazione dei mercati. Efficienza informativa ed operativa.	Commento tavole della Relazione Consob.	Strumenti, mercati e intermediari, parte I cap. 4 parr. 1, 2, 3, 4	8	20
Intermediari finanziari	Funzioni degli intermediari in relazione ai circuiti di finanziamento. Trasformazione rischi e scadenze. Diversificazione dell'attività.		Strumenti, mercati e intermediari, parte I cap. 5 parr. 1, 2, 3, 4	10	20

**ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI - ATTIVITÀ FINANZIARIE (M2)**

Secondo anno - 4 crediti

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia

Prof. Riccardo Ferretti

Periodo di svolgimento del corso: 26 aprile - 5 giugno 2002

Obiettivo del corso

Il corso intende analizzare: a) Le attività finanziarie: le caratteristiche; i principi di valutazione e i rischi delle attività finanziarie; la struttura dei tassi per scadenza. b) I mercati finanziari: la microstruttura dei mercati e le condizioni di efficienza; le tipologie di mercato: monetario e finanziario, mercato di borsa, a contante e a termine. Il corso prevede 32 ore di didattica, a cui lo studente è vivamente incoraggiato a partecipare attivamente, a fronte delle quali viene stimato un impegno di studio individuale di 64 ore (per un totale di 96 ore di lavoro). Il superamento dell'esame dà diritto a 4 crediti formativi.

Didattica

Nelle 32 ore di didattica, gli argomenti verranno svolti nell'ordine indicato nella scheda sulla struttura del corso.

Modalità di valutazione

E' prevista una prova di valutazione in forma scritta alla fine del modulo.

Testi

A. Ferrari, E. Gualandri, A. Landi, P. Vezzani, Strumenti, mercati, intermediari finanziari, Giappichelli, Torino, 1999

M. Pifferi, A. Porta, La banca centrale europea, Egea, Milano, 1999

Struttura del corso				
Argomenti	Concetti chiave	Testi	Ore di didattica	Ore di studio
Caratteristiche delle attività finanziarie	Categorie contrattuali, scadenza, liquidità, indicizzazione, modalità di emissione rimborso e di remunerazione.	Ferrari et al.	8	12
Principi di valutazione	Rendimento effettivo lordo e netto, rischio di cambio e rischio di interesse, duration e volatilità, struttura per scadenza tassi, parità coperta tassi di interesse, modello di Gordon e prezzo teorico dell'azione, valutazione esercizio opzioni.	Ferrari et al.	20	44
Mercati finanziari	Caratteristiche dei mercati finanziari: classificazione, concetto di efficienza, regolamentazione.	Ferrari et al.	4	8



ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI - ATTIVITÀ FINANZIARIE (M2)

Secondo anno - 4 crediti

Corsi di laurea in Economia aziendale, Scienze economiche e sociali

Prof. Andrea Ferrari

Periodo di svolgimento del corso: 26 aprile - 5 giugno 2002

Obiettivo del corso

Il corso si propone di fornire la conoscenza degli strumenti finanziari negoziati nei mercati aperti ed i principi fondamentali per la loro valutazione economica. Il corso prevede 32 ore di attività didattica in aula, a cui lo studente è vivamente incoraggiato a partecipare attivamente, a fronte delle quali viene stimato un impegno di studio individuale di 68 ore (per un totale di 100 ore di lavoro). Il superamento dell'esame dà diritto a 4 crediti formativi.

Didattica

Nelle 32 ore di didattica, gli argomenti verranno svolti nell'ordine indicato nella scheda sulla struttura del corso.

L'esame delle principali tipologie di strumenti finanziari a reddito fisso prevede l'applicazione dei principi di valutazione mediante il calcolo degli indicatori di rendimento e di rischio utilizzati nella prassi operativa. A partire dalla seconda settimana di lezioni, parte di almeno una unità didattica alla settimana sarà dedicata allo svolgimento in aula di esercizi relativi sia al calcolo degli indicatori di rischio e di rendimento, sia alla verifica di esercitazioni ed

applicazioni. Il docente renderà noto il testo degli esercizi con sufficiente anticipo, in modo da dare l'opportunità agli studenti che abbiano già svolto gli esercizi di "autovalutare" la propria preparazione.

Modalità di valutazione

Oltre agli ordinari appelli d'esame, è prevista una prova di valutazione in forma scritta alla fine del corso, riservata esclusivamente agli studenti che abbiano superato la prova d'esame relativa al primo modulo (M1) di Economia degli intermediari finanziari (sistema finanziario).

Testi

A. Ferrari, E. Gualandri, A. Landi, P. Vezzani, Strumenti, mercati, intermediari finanziari, parte 2[^], Giappichelli Editore, Torino, 2001

Materiale didattico integrativo

Durante il corso verrà fornita la documentazione relativa allo svolgimento delle esercitazioni.

Struttura del corso					
Argomenti	Concetti chiave	Applicazioni (alcuni esempi)	Testi	Ore di didattica	Ore di studio
Attività e strumenti finanziari. Classificazione ed elementi distintivi. Principi generali di valutazione. Tassi d'interesse, rendimento e rischio	Attività finanziarie e strumenti finanziari. Rendimento, rischio e liquidità. Rischio puro e rischio speculativo. Rischio emittente, di mercato, d'interesse, di cambio.		Strumenti, mercati e intermediari, parte II cap. 1 parr. 1, 2, 3 e 4	3	4
I titoli di debito. I titoli di Stato. Caratteristiche e modalità di emissione. I titoli zero coupon. Tipologie e caratteristiche economico-tecniche. Modalità di calcolo dei rendimenti	Asta competitiva, asta marginale. Prezzo di emissione, di assegnazione, prezzo di mercato. Rendimento annuo e di periodo. Capitalizzazione semplice e composta. Valore attuale e montante.	Metodi di asta. Asta dei buoni ordinari del tesoro (bot). Modalità di quotazione. Rendimento bot e ctz in emissione.	Strumenti, mercati e intermediari, parte II cap. 2 parr. 1.1, 1.2 e 4	6	10
I titoli con cedola. Tipologie e caratteristiche economico-tecniche. btp e cct. Modalità di calcolo dei rendimenti	Rendimento immediato e rendimento effettivo. Tasso fisso. Indicizzazione. Rendimento a scadenza. Relazione prezzo rendimento.	Modalità di calcolo dei rendimenti di btp. Modalità di quotazione ed indicatori di rendimento nelle pagine finanziarie della stampa economica.	Strumenti, mercati e intermediari, parte II cap. 2 parr. 1.3, 1.4	6	12
Il rischio dei titoli a reddito fisso. I principali indicatori di rischio	Rischio di reinvestimento e rischio di prezzo. Relazione prezzo-rendimento; variabilità. Rendimenti ex ante ed ex post durata media finanziaria.	Durata media finanziaria bot e btp. Gli indicatori di rischio nelle pagine finanziaria nei principali quotidiani economici.	Strumenti, mercati e intermediari, parte II cap. 2 parr. 1 ,2, 3	4	8
Altri titoli di debito. Obbligazioni ordinarie e titoli indicizzati e	Pronti contro termine. Coupon stripping. Obbligazioni strutturate. Obbligazioni indicizzate.		Strumenti, mercati e intermediari, parte II cap.	2	4

obbligazioni strutturate. Altri strumenti ed operazioni			2 parr. 2.1, 2.2 e 2.3		
Struttura dei tassi per scadenza	Tassi a pronti (spot), tassi a termine (forward). Tassi impliciti, tassi attesi.	Esercitazioni sulla aritmetica dei tassi a pronti e a termine.	Strumenti, mercati e intermediari, parte II cap. 2 par. 3	4	8
I Titoli di capitale. I titoli azionari. Rendimento e rischio dei titoli a reddito variabile	Azioni ordinarie, privilegiate, di risparmio. Dividen payout. Price/earnings. Attualizzazione dei dividendi. Rischio specifico e rischio sistematico.	Modalità di quotazione, dati di mercato e indicatori rilevati nelle pagine finanziarie della stampa economica.	Strumenti, mercati e intermediari, parte II cap. 3 parr.3, 4 e 5	4	8
Strumenti derivati. Futures, options e swap	Copertura e gestione del rischio. Hedging. Speculazione. Financial future. Opzioni. Swap d'interessi.	Modalità di quotazione e dati di mercato rilevati nelle pagine finanziarie della stampa economica.	Strumenti, mercati e intermediari, parte II cap. 4 parr. 1, 2, 3	3	14



ECONOMIA DELL'INTEGRAZIONE ECONOMICA EUROPEA

Secondo anno - 4 crediti

Corso di laurea in Scienze economiche e sociali

Dott. Antonio Ribba

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 17 aprile 2002

Obiettivo del corso

Il corso ha per tema i processi di integrazione economica europea e la loro influenza sull'economia italiana. Dopo aver presentato uno schema teorico relativo all'interazione tra grandi economie aperte, si ripercorrono le principali tappe del processo che ha condotto dal Mercato Comune all'Unione Monetaria. Si affrontano poi alcuni problemi connessi alla conduzione della politica economica in un'area economica eterogenea, quale quella europea. In particolare, si studia la possibilità del manifestarsi di shock asimmetrici. Infine, si analizzano, le tendenze alla concentrazione e specializzazione delle attività economiche in ambito europeo. Il corso prevede 32 ore di didattica, a fronte delle quali viene stimato un impegno di studio individuale di 68 ore (per un totale di 100 ore di lavoro). Il superamento dell'esame dà diritto a 4 crediti formativi.

Didattica

Nelle 32 ore di didattica, per ciascun argomento verranno esaminati studi di caso e saranno esaminati alcuni aspetti importanti dell'evoluzione recente dell'economia italiana ed europea. A partire dalla seconda settimana di lezioni, un'ora alla settimana sarà dedicata allo svolgimento in aula di esercizi relativi sia alla teoria sia agli studi di caso.

Modalità di valutazione

E' prevista una prova di valutazione in forma scritta. La struttura della prova scritta rifletterà fedelmente, ma non pedissequamente, il contenuto delle lezioni e delle esercitazioni. Queste, a loro volta, saranno creativamente fedeli al materiale didattico indicato.

Testi

O.J. Blanchard, Macroeconomia, Il Mulino, Bologna, 2000

L. Spaventa, V. Chiorazzo, Astuzia o virtù? Come accadde che l'Italia fu ammessa all'Unione Monetaria, Donzelli, Roma, 2000

Materiale didattico integrativo

Durante il corso verrà fornita una dispensa contenente materiale didattico integrativo.

Struttura del corso					
Argomenti	Concetti chiave	Studi di casi e applicazioni (alcuni esempi)	Testi	Ore di didattica	Ore di studio
L'Unione Europea come una grande economia aperta agli scambi con il resto del mondo	I mercati finanziari e dei beni in economia aperta. Tassi di cambio. Equilibrio macroeconomico. Gli effetti della politica economica in economia aperta.	Recessione e politica monetaria: effetti di una politica monetaria espansiva in regime di cambi flessibili; un'analisi del recente andamento dell'economia negli USA e in Europa.	Blanchard, capp.XI, XII e XVII. Materiale didattico integrativo.	10	21
Tappe principali del processo che ha condotto all'Unione Monetaria	Cenni di storia monetaria dell'Europa dal dopoguerra ad oggi. Il Trattato di Maastricht. Astuzia o virtù? L'ammissione dell'Italia all'UME. Il Patto di Stabilità e Crescita. Il Sistema europeo di Banche Centrali.	Il mandato della Banca centrale europea (BCE) e l'obiettivo della stabilità dei prezzi: una discussione ed un confronto con il mandato della Banca centrale statunitense (la FED).	Blanchard, cap. XVIII, XIX e XXI. Spaventa-Chiorazzo.	9	21
L'Europa è una area monetaria ottimale?	La BCE e la conduzione della politica monetaria in un'area differenziata e potenzialmente soggetta a shock asimmetrici.	L'integrazione economica europea eliminerà gli shock asimmetrici? Quale dovrebbe essere la reazione della politica monetaria e fiscale a shock di tale natura?	Blanchard, cap. XXI. Materiale didattico integrativo.	6	12
Concentrazione e specializzazione delle attività economiche nello spazio europeo	I divari regionali all'interno dell'Unione Monetaria. Politiche di riequilibrio.	Coesione e redistribuzione: politiche per lo sviluppo della periferia europea.	Materiale didattico integrativo.	7	14



ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE DI SERVIZI

Secondo anno - 8 crediti

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia

Prof. Marcello Tedeschi

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 15 dicembre 2001

Obiettivo del corso

Il corso affronta i principali temi teorici e gestionali delle imprese di servizi. Le modalità di organizzazione dell'attività aziendale, il personale di contatto, la natura intangibile del servizio, ed il ruolo svolto dal cliente nella fase di acquisto sono i temi centrali che il corso si propone di affrontare. Particolare attenzione sarà rivolta alle: modalità di gestione; capacità di riproduzione ed innovazione del servizio; diversificazione, determinazione dei prezzi, formazione delle aspettative e dei giudizi del consumatore, qualità del servizio e logiche di misurazione.

Didattica

Nelle 64 ore di didattica, gli argomenti proposti saranno affrontati attraverso lezioni, seminari con docenti e/o dirigenti d'impresa ed esercitazioni basate sull'analisi di casi di studio.

Modalità di valutazione

Sono previste due prove di valutazione in forma scritta: una a metà e una alla fine del corso, riservata esclusivamente agli studenti che abbiano superato la prima prova. Il voto finale sarà una media del risultato delle due prove. Gli studenti che non superano, o che non sostengono, una di queste due prove dovranno sostenere l'esame su tutto il programma del corso. E' facoltativo, se l'esame scritto è risultato almeno sufficiente, sostenere una prova integrativa orale dell'esame per migliorare la votazione.

Testi

J.E.G. Bateson, K.D. Hofman, Gestire il marketing dei servizi, Apogeo, Milano, 2000

M. Tedeschi, Il processo decisionale del consumatore, Franco Angeli, Milano, 2000

Materiale didattico integrativo

Dispense fornite dal docente

Struttura del corso					
Argomenti	Concetti chiave	Studi di casi e applicazioni (alcuni esempi)	Testi	Ore di didattica	Ore di studio
Introduzione e nozioni di base sul marketing dei servizi	L'economia dei servizi: dimensione e prospettive di crescita. Eterogeneità e variabilità dei servizi: alcune modalità di classificazione. Il sistema di erogazione del servizio. I temi ricorrenti: cliente, personale di contatto, organizzazione, relazione ed esperienza.		Bateson J.E.G., Hoffman K.D., "Gestire il marketing dei servizi" capp. 1, 2	6	10
Analisi del cliente	Il ruolo del cliente nell'incontro del servizio. Il comportamento d'acquisto: distorsioni cognitive e bias decisionali. Il concetto di razionalità. Modelli di scelta normativi e descrittivi. Euristiche di scelta e di giudizio.	Esperimenti di laboratorio sulle più note distorsioni cognitive dei processi di giudizio e di scelta.	M. Tedeschi "Il processo decisionale del consumatore: effetti di contesto ed implicazioni di marketing" capp. 1, 2, 3	12	28
Il supporto fisico: Efficienza vs efficacia di marketing	Il flowchart come strumento di gestione del processo di erogazione del servizio. L'analisi strutturale per l'innovazione di processo. L'ambiente di riferimento.		Bateson J.E.G., Hoffman K.D., "Gestire il marketing dei servizi" cap. 3	4	8
Il personale di contatto	Il personale di contatto come componente del sistema di erogazione del servizio. Il ruolo di confine occupato dal personale di contatto. Le funzioni del personale di	Analisi ed applicazione della tecnica degli incidenti critici per lo studio della soddisfazione dei clienti.	Bateson J.E.G., Hoffman K.D., "Gestire il marketing dei servizi" capp. 4 - 12	4	8

	<p>contatto. Le abilità del personale di contatto. Il personale di contatto e la soddisfazione del cliente.</p>				
L'incontro di servizio	<p>La relazione diadica come strumento centrale d'analisi. Role theory e relazioni diadiche. Il marketing relazionale.</p>		<p>Bateson J.E.G., Hoffman K.D., "Gestire il marketing dei servizi" capp. 5, 6</p>	4	8
Gestione del prodotto/servizio	<p>L'atmosfera e la cultura aziendale. Interazioni di ruolo col personale di contatto.</p>		<p>Bateson J.E.G., Hoffman K.D., "Gestire il marketing dei servizi" cap. 7</p>	4	8
Marketing mix delle imprese di servizi	<p>Natura dei costi e della domanda. Politiche di prezzo. Tecniche per la discriminazione dei prezzi. La natura della comunicazione nei servizi. Il communication mix.</p>		<p>Bateson J.E.G., Hoffman K.D., "Gestire il marketing dei servizi" capp. 8, 9, 10</p>	14	28
Qualità e soddisfazione nelle imprese di servizi	<p>Gestire e mantenere il cliente. Il concetto base di qualità. Il modello Servqual.</p>		<p>Bateson J.E.G., Hoffman K.D., "Gestire il marketing dei servizi" capp. 12, 13, 14</p>	16	38



FINANZA AZIENDALE - ANALISI FINANZIARIA (M1)

Secondo anno - 4 crediti

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia

Dott. Emilio Roncoroni

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 17 aprile 2002**Obiettivo del corso**

Il corso introduce gli studenti alla comprensione della dinamica finanziaria di impresa tramite lo studio della sua rappresentazione e delle sue determinanti. Particolare attenzione in questo ambito è rivolta alla costruzione del rendiconto finanziario e alla predisposizione degli strumenti per la gestione anticipata e per la programmazione finanziaria (budget di cassa, preventivo dei flussi finanziari e bilancio pro-forma). Il corso prevede 32 ore di didattica, a cui lo studente è vivamente incoraggiato a partecipare attivamente, a fronte delle quali viene stimato un impegno di studio individuale di 64 ore (per un totale di 96 ore di lavoro). Il superamento dell'esame dà diritto a 4 crediti formativi.

Didattica

Nelle 32 ore di didattica previste gli argomenti saranno svolti secondo l'ordine indicato nella scheda sulla struttura del corso.

Modalità di valutazione

E' prevista una prova di valutazione in forma scritta alla fine del corso.

Testi

M. Massari, Finanza aziendale: principi di analisi finanziaria, dispensa

Struttura del corso					
Argomenti	Concetti chiave	Studi di caso e applicazioni (alcuni esempi)	Testi	ore di didattica	ore di studio
Riclassificazione del bilancio	Principi di riclassificazione dello stato patrimoniale e del conto economico. Conto economico a valore della produzione e valore aggiunto, costo del prodotto.	Caso Alfa	Massari	6	12
Indici di bilancio	Presentazione dei principali indici di bilancio. ROE, ROI, valore aggiunto. Leva finanziaria.	Caso Alfa	Massari	8	16
Il rendiconto finanziario	Costruzione del rendiconto finanziario. Analisi dei flussi di cassa per categoria di finanziatori. Relazioni tra rendiconto finanziario e strategie di impresa.	Caso Alfa	Massari	8	16
Budget di cassa e bilancio previsionale	Principi guida per la costruzione del budget di cassa. Criteri per la realizzazione del bilancio previsionale. Sostenibilità del bilancio previsionale.	Caso Omega	Massari	10	20

**FINANZA AZIENDALE - ANALISI FINANZIARIA (M1)**

Secondo anno - 4 crediti

Corso di laurea in Economia aziendale

Dott.ssa Luciana Canovi

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 17 aprile 2002**Obiettivo del corso**

Il corso introduce gli studenti alla comprensione della dinamica finanziaria di impresa, tramite lo studio della sua rappresentazione e delle sue determinanti. Accanto all'analisi di bilancio per indici, particolare attenzione è rivolta alla costruzione del rendiconto finanziario e alla predisposizione degli strumenti per la gestione anticipata e per la programmazione finanziaria (budget di cassa, preventivo dei flussi finanziari e bilancio pro-forma). Obiettivo del corso è mettere gli studenti in grado di applicare le tecniche proposte a casi aziendali e acquisire la capacità di analizzare criticamente il lavoro svolto.

Didattica

Nelle 32 ore di didattica previste gli argomenti saranno svolti secondo l'ordine indicato nella scheda sulla struttura del corso. A lezioni frontali si affiancheranno esercitazioni e discussioni di casi aziendali che saranno messi a disposizione degli studenti con l'anticipo sufficiente ad una prima analisi individuale o per gruppi della tematica proposta. La didattica prevista richiede quindi una costante ed attiva partecipazione degli studenti.

Modalità di valutazione

Al termine del corso è prevista una prova di valutazione in forma scritta.

Testi

I temi affrontati trovano riferimento in una dispensa predisposta dal docente che sarà disponibile al momento di inizio del corso. Ad essa si affianca una serie di letture di approfondimento via via indicate

Struttura del corso					
Argomenti	Concetti chiave	Studi di casi e applicazioni (alcuni esempi)	Testi	ore di didattica	ore di studio
La riclassificazione del bilancio di esercizio	Predisposizione del bilancio di esercizio ai fini dell'analisi finanziaria: riclassificazione dello Stato patrimoniale seguendo il criterio finanziario e il criterio funzionale; riclassificazione del Conto Economico a valore della produzione e valore aggiunto, a ricavi e costo del prodotto venduto.	Caso Alfa	Dispensa Letture di approfondimento	8	16
Gli indici di bilancio	Tipologie: indici di redditività, di liquidità, di impiego dell'attivo, di indebitamento. Lettura coordinata degli indici di bilancio.	Caso Alfa Caso Beta	Dispensa Letture di approfondimento	6	17
L'analisi della dinamica finanziaria	Introduzione all'analisi della dinamica finanziaria: i flussi di fondi. Il rendiconto finanziario. Analisi dei flussi di cassa per categorie di finanziatori.	Caso Delta Caso Gamma	Dispensa Letture di approfondimento	10	25
La previsione finanziaria	Gli strumenti per la previsione finanziaria: preventivo dei flussi finanziari, budget di cassa e il bilancio pro-forma.	Caso Omega Caso Zeta	Dispensa Letture di approfondimento	8	10



FINANZA AZIENDALE - CAPITAL BUDGETING (M2)

Secondo anno - 4 crediti

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia

Dott. Emilio Roncoroni

Periodo di svolgimento del corso: 26 aprile - 5 giugno 2002

Obiettivo del corso

Il corso affronta dapprima i temi: della allocazione del capitale, nell'ottica finanziaria, introducendo il principio del costo-opportunità del capitale; del capital budgeting. In seguito introduce i fondamenti della struttura finanziaria ottimale. Il corso prevede 32 ore di didattica, a cui lo studente è vivamente incoraggiato a partecipare attivamente, a fronte delle quali viene stimato un impegno di studio individuale di 64 ore (per un totale di 96 ore di lavoro). Il superamento dell'esame dà diritto a 4 crediti formativi.

Didattica

Nelle 32 ore di didattica previste gli argomenti saranno svolti secondo l'ordine indicato nella scheda sulla struttura del corso.

Modalità di valutazione

E' prevista una prova di valutazione in forma scritta alla fine del corso.

Testi

S.A. Ross, R.W. Westerfield, J.F. Jaffe, Finanza aziendale, Il Mulino, Bologna 1997, capp. 2, 4, 5, 6, 8, 9, 11, 14, 15, 16

Struttura del corso				
Argomenti	Concetti chiave	Testi	ore di didattica	ore di studio
Introduzione al capital budgeting	L'impresa come somma di progetti di investimento. I criteri di valutazione dei progetti: pay back, VAN, IRR.	Ross, Westerfield, Jaffe	8	16
Rendimento, rischio e costo opportunità del capitale	Il costo del capitale per il tramite del CAPM. L'identificazione del costo del capitale in relazione al rischio del progetto di investimento. Rischio sistemico.	Ross, Westerfield, Jaffe	10	20
Struttura finanziaria dell'impresa	Massimizzazione del valore dell'impresa. Struttura finanziaria ottimale: Modigliani - Miller	Ross, Westerfield, Jaffe	8	16
Decisioni di investimento	Costi di agenzia nelle scelte di finanziamento. Crescita dell'impresa e rapporti di indebitamento.	Ross, Westerfield, Jaffe	6	12



FINANZA AZIENDALE - CAPITAL BUDGETING (M2)

Secondo anno - 4 crediti

Corso di laurea in Economia aziendale

Dott.ssa Luciana Canovi

Periodo svolgimento del corso: 26 aprile - 5 giugno 2002

Obiettivo del corso

Il corso si propone di illustrare i fondamenti teorici ed i problemi applicativi che presidono le decisioni di investimento e di finanziamento delle imprese. Argomenti centrali del corso sono quindi i principi e i metodi del capital budgeting, la misurazione del costo del capitale e i fondamenti della struttura finanziaria ottimale. L'obiettivo è condurre gli studenti alla conoscenza degli aspetti teorici degli argomenti trattati e di metterli in grado di tradurre in contesti operativi i principi e le tecniche apprese.

Didattica

Nelle 32 ore di didattica previste gli argomenti saranno svolti secondo l'ordine indicato nella scheda sulla struttura del corso. A lezioni frontali si affiancheranno esercitazioni e discussioni guidate. La didattica prevista richiede

quindi una costante ed attiva partecipazione degli studenti.

Modalità di valutazione

Al termine del corso è prevista una prova di valutazione in forma scritta.

Testi

S.A. Ross, R.W. Westerfield, J.F. Jaffe, Finanza Aziendale, Il Mulino, Bologna, 1997, capp. 2, 4, 5, 8, 9, 11, 14, 15, 16

Struttura del corso					
Argomenti	Concetti chiave	Studi di casi e applicazioni (alcuni esempi)	Testi	ore di didattica	ore di studio
Introduzione alla finanza aziendale	Valore attuale e costo del capitale.			2	4
Decisioni finanziarie e mercati	Il ruolo del mercato finanziario nelle decisioni delle imprese. Il principio della separazione.		Ross cap. 2	2	6
La regola del valore attuale netto	Il VAN quale criterio guida delle decisioni in assenza di imperfezioni del mercato.	Caso ABC	Ross capp. 4, 5	6	12
Rischio, rendimento e costo opportunità del capitale	Rischio diversificabile e rischio sistematico. Il beta e le sue determinanti. Le decisioni di investimento in condizioni di rischio. La misurazione del costo del capitale.		Ross capp. 8, 9, 11	10	24
Struttura finanziaria e valore dell'impresa	Il problema della struttura finanziaria in assenza di imperfezioni di mercato. L'effetto dell'imposizione fiscale. Limiti all'uso del debito. Le decisioni di investimento nelle imprese indebitate.	Caso BCD	Ross capp. 14, 15, 16	12	22



GESTIONE DEI SISTEMI INFORMATIVI AZIENDALI

Secondo anno - 8 crediti

Corso di laurea in Economia e commercio, percorso Economia, reti, informazione

Dott.ssa Maria Pia Grazia Robbe

Ing. Alessandro Zanasi

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 5 giugno 2002

Obiettivo del corso

Il corso consta di due parti. Nella prima parte ci si propone di fornire gli strumenti tecnici e applicativi essenziali per affrontare le problematiche territoriali della gestione delle aziende. In particolare ci si propone l'obiettivo di avvicinare gli studenti alle questioni relative alla gestione dei Sistemi Informativi Territoriali (SIT) e al loro concreto utilizzo. La seconda parte ha l'obiettivo di fornire una conoscenza di base su come sono trattati i testi all'interno di una più generale trattazione dell'evoluzione delle recenti teorie organizzative (con riferimento particolare a Competitive Intelligence, Knowledge Management, CRM), soffermandosi sulla descrizione delle tecnologie più recenti a sostegno del livello applicativo. Si sottolineerà l'aspetto della trasformazione dell'azione organizzativa che vede la centralità dell'azione economica basata più sulle esigenze dell'end-user (cliente, cittadino o suo rappresentante) che sulla tecnologia disponibile. Particolare attenzione sarà dedicata all'analisi di alcuni temi

particolarmente importanti e delicati in questa prospettiva: la soddisfazione del cliente, il livello di servizio, la personalizzazione della soluzione, le metodologie e le tecniche per gestire la conoscenza del mercato/cliente. La contestualizzazione della trattazione degli argomenti del corso all'interno di realtà aziendali specifiche e all'avanguardia nell'adozione del TEXT MINING (IBM, Telecom Italia, L'Oreal, SSB, EDF) rappresenta un fondamentale valore aggiunto per gli studenti. Il corso prevede 64 ore di didattica, a cui lo studente è vivamente incoraggiato a partecipare attivamente, a fronte delle quali viene stimato un impegno di studio individuale di 136 ore (per un totale di 200 ore di lavoro). Il superamento dell'esame dà diritto a 8 crediti formativi.

Didattica

Per quanto riguarda la prima parte, la struttura del corso prevede alcune lezioni teoriche ove si fornisce un corpus nozionistico-informativo utile per la valutazione delle interrelazioni fra problematiche territoriali, aziendali e SIT. Alcune lezioni teorico-pratiche ed esercitazioni di laboratorio verranno utilizzate per approfondire gli aspetti operativi dei sistemi territoriali. Saranno inoltre presentati casi studio tratti dal mondo delle imprese e verranno mostrati e saranno forniti gli elementi e i materiali per l'apprendimento di un software GIS (Geographical Information System). Il training in aula informatica e l'analisi delle applicazioni Gis più innovative in campo aziendale intendono sollecitare gli studenti a trovare e costruire soluzioni "su misura" per ciascun tipo di azienda. Anche per la seconda parte ci saranno lezioni teoriche e lezioni teorico-pratiche con esercitazioni di laboratorio che tenderanno a far acquisire strumenti operativi. All'inizio del corso saranno indicati alcuni testi di riferimento. Durante il corso saranno distribuiti alcuni articoli di approfondimento sulla materia trattata. Sarà possibile, per gli studenti interessati, svolgere tesi e/o stages presso aziende/università italiane ed estere. Verranno proposti seminari e testimonianze di esperti di Gestione dei Sistemi Informativi.

Modalità di valutazione

Sono previste due prove a quiz a risposta singola alla fine di ogni parte e una prova finale consistente nella stesura di una tesina e/o lo svolgimento di un semplice progetto utilizzando il software disponibile presso la Facoltà scegliendo l'ambito di riferimento (prima o seconda parte).

Testi

P. Cabena, P. Hadjinian, R. Stadler, J. Verhess, A. Zanasi, Discovering Data Mining, Ed. Prentice Hall, Englewood Cliffs, 1998 (DDM)

N.F.F. Ebecken, Data Mining II, Ed. Wessex Institute of Tecnology, Boston, 2000 (DM II)

Competitive Technology Intelligence, Ed. John Wiley, New York, 2000 (CTI)

Altri materiali didattici verranno forniti contestualmente alle lezioni

Materiale didattico integrativo

Durante il corso verranno fornite dispense (articoli e fotocopie) ed indicazioni sui testi contenenti il materiale utilizzato nel corso delle lezioni.

Struttura del corso					
Argomenti	Concetti chiave	Studi di casi e applicazioni (alcuni esempi)	Testi	ore di didattica	ore di studio
Introduzione del corso	I Sistemi Informativi Aziendali: tipologie e sistemi.		Materiale fornito dal docente.	8	8
Introduzione e nozioni di base ai sistemi informativi territoriali	I Sistemi Informativi Territoriali: - Cosa è un Sit - Cosa è un Gis Introduzione al geomarketing	I campi di applicazione dei Sit.	Materiale fornito dal docente.	4	8
Geomarketing	Gis e web per il geomarketing e la logistica	Presentazione applicazioni Tellus	Materiale fornito dal docente.	4	8

Software Gis Mapinfo	Il modello dei dati I dati Le funzioni e gli operatori Gis Le applicazioni		Materiale fornito dal docente.	4	16
Sit	Modello organizzativo Condivisione dei dati Esercitazione: individuazione temi		Materiale fornito dal docente.	4	8
Rappresentazione cartografica	Le carte tematiche La costruzione di una legenda La rappresentazione del territorio; le basi cartografiche		Materiale fornito dal docente.	4	8
Introduzione ai sistemi di Business Intelligence	M0.1 Obiettivi M0.2 Lo scenario: Globalizzazione, Competizione, CRM, Information Overload M0.3 Business Intelligence M0.4 Data Mining M0.5 Linguistica		DDM-Cap.1 Dispense	4	8
Le fonti	M1.1 Le banche dati online M3.1 I knowledge portals M3.2 Internet ed i suoi servizi M3.3 Le infrastrutture: e-mail, file servers, multimedia, Java	Derwent, WPI	Dispense	4	8
I sistemi di recupero dell'informazione	M2.1 L'Information Retrieval M2.2 I motori di ricerca M2.3 Indicizzazione automatica M1.2 Concetti base di bibliometria	Misure di precisione	DMII Dispense	4	8
I sistemi di analisi automatica dell'informazione: Text Mining	M3.1 Parsing M3.2 Tagging M3.4 Lemmatizzazione M3.5 Clustering M3.6 Categorizzazione /	Esempi di casi	Dispense	6	18

	Classificazione M3.7 Filtraggio M3.8 Estrazione M3.9 Ontologie M4.10 Semantic web				
Le applicazioni/Casi concreti	M4.1 Competitive Intelligence M4.2 CRM M4.3 Knowledge Management M4.4 Il contesto giuridico: Data Privacy M4.5 Altro/Prodotti	Telecom Italia, L'Oreal, IBM	CTI Dispense	8	20
Esercitazioni	M5.1 TEMIS Insight Discoverer (sicuro) M5.2 SAS Enterprise Miner for Text (probabile) M5.3 IBM Intelligent Miner for Text (probabile)		Dispense	6	12



INFORMATICA

Primo anno - 4 crediti

Corsi di laurea in Economia aziendale, Economia e marketing internazionale, Scienze economiche e sociali

Dott. Stefano Bordoni (A-E e F-O)

Dott. Paolo Davoli (P-Z)

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 5 giugno 2002

Obiettivo del corso

Il corso di Informatica si propone di preparare gli studenti al conseguimento della patente europea di informatica (ECDL), ottenibile presso centri autorizzati esterni (es. CICAIA). I contenuti didattici riguardano quindi gli argomenti specificati dal syllabus ECDL e più precisamente: 1 - Concetti teorici della Tecnologia dell'informazione (Basic concepts); 2 - Uso del computer e gestione dei file (Files management); 3 - Elaborazione testi (Word processing); 4 - Foglio elettronico (Spreadsheet); 5 - Basi di dati (Databases); 6 - Strumenti di presentazione (Presentation); 7 - Reti informatiche (Information networks). Un forte elemento di novità da un punto di vista metodologico è costituito dalla sperimentazione all'interno del corso di un software per la didattica a distanza. Questa metodologia didattica verrà utilizzata nella parte iniziale del corso e ripresa su temi specifici in forma di seminario su singoli argomenti.

Didattica

Nelle 32 ore di didattica, gli argomenti verranno svolti nell'ordine indicato nella scheda sulla struttura del corso. Ogni sezione didattica sarà composta da una parte teorica ed una di esercitazione, entrambe svolta dal docente. Alla fine del corso gli studenti potranno verificare la propria preparazione sulla base dei questionari utilizzati in sede di esame ECDL.

Modalità di valutazione

E' prevista una prova di valutazione alla fine del corso, interamente svolta a computer.

Testi

S. Bordoni, Dispensa del corso
Manuale dei singoli pacchetti software
Courseware ECDL da definire

Materiale didattico integrativo

Alla fine del corso verrà fornita un software di autovalutazione, simile al sistema Alice, utilizzato in sede di esame ECDL.

Struttura del corso					
Argomenti	Concetti chiave	Studi di casi e applicazioni (alcuni esempi)	Testi	ore di didattica	ore di studio
Concetti teorici della Tecnologia dell'informazione	Hardware, Software, Tipi di computer, Componenti di un PC, Dispositivi di input/output, di memoria, tipi di Software		Dispensa del Corso, Manuale ECDL certificato AICA	2	10
Uso del computer e gestione dei file	Desktop, organizzazione dei files, Editing	Esercitazione sul programma Gestione Risorse	DDM - cap.1 Dispensa del Corso, Manuale ECDL certificato AICA	2	8
Elaborazione testi	Creazione, formattazione, stampa, salvataggio di un documento	Esercitazione sul programma Word 2000	Dispensa del Corso, Manuale ECDL certificato AICA	6	12
Foglio elettronico	Creazione di un foglio di lavoro, personalizzazione, inserimento di dati, formule, funzioni, formattazione, stampa, salvataggio. Funzioni avanzate.	Esercitazione sul programma Excel 2000	Dispensa del Corso, Manuale ECDL certificato AICA	6	30
Basi di dati	Creazione di un database, concetto di chiave primaria, maschere, recupero di	Esercitazione sul programma Access 2000	Dispensa del Corso, Manuale ECDL certificato	4	12

	informazioni, generazione di report		AICA		
Strumenti di presentazione	Creazione, formattazione, stampa, salvataggio di una presentazione	Esercitazione sul programma Powerpoint	Dispensa del Corso, Manuale ECDL certificato AICA	4	12
Strumenti di presentazione Reti informatiche	Lan e Wan, Internet, Navigazione e ricerca in Web, Posta elettronica, linguaggio HTML	Sessioni guidate su Internet Explorer, Utilizzo di un programma di posta elettronica e di un editor HTML	Dispensa del Corso, Manuale ECDL certificato AICA	8	10



INTRODUZIONE ALLA MACROECONOMIA

Primo anno - 8 crediti

Corsi di laurea in Economia aziendale, Scienze economiche e sociali

Prof.ssa Graziella Bertocchi (A-L)

Prof.ssa Tindara Addabbo (M-Z)

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 5 giugno 2002

Obiettivo del corso

Il corso si propone di fornire gli elementi essenziali della teoria macroeconomica in una costante relazione con lo studio di casi concreti su singoli temi e con l'esame del recente sviluppo dell'economia italiana nel contesto europeo. Il corso prevede 64 ore di didattica, a cui lo studente è vivamente incoraggiato a partecipare attivamente, a fronte delle quali viene stimato un impegno di studio individuale di 136 ore (per un totale di 200 ore di lavoro). Il superamento dell'esame dà diritto a 8 crediti formativi.

Didattica

Nelle 64 ore di didattica, gli argomenti verranno svolti nell'ordine indicato nella scheda sulla struttura del corso. Su ciascun argomento verranno esaminati studi di caso e, nella seconda parte del corso, saranno esaminati alcuni aspetti importanti dell'evoluzione recente dell'economia italiana. A partire dalla seconda settimana di lezioni, un'ora alla settimana sarà dedicata allo svolgimento in aula di esercizi relativi sia alla teoria macroeconomica sia agli studi di caso. Il docente renderà noto il testo degli esercizi con sufficiente anticipo, in modo da dare l'opportunità agli studenti che abbiano già svolto gli esercizi di "autovalutare" la propria preparazione.

Modalità di valutazione

Sono previste due prove di valutazione in forma scritta: una a metà e una alla fine del corso, riservata esclusivamente agli studenti che abbiano superato la prima prova. Il voto finale sarà una media del risultato delle due prove. Gli studenti che non superano, o che non sostengono, una di queste due prove dovranno sostenere l'esame su tutto il programma del corso.

Testi

G.N. Mankiw, Macroeconomia, Zanichelli, Bologna, 2001

Materiale didattico integrativo

Durante il semestre potrà essere indicato ulteriore materiale statistico e documentario da utilizzarsi nel corso delle lezioni.

Il volume di R. Rovelli, *Macroeconomia europea. Guida allo studio di Mankiw, Bologna, Zanichelli, 2001*, contiene esercizi svolti, casi di studio sull'economia italiana ed europea e una banca-dati relativa all'economia italiana su dischetto.

Struttura del corso					
Argomenti	Concetti chiave	Studi di casi e applicazioni (alcuni esempi)	Testi	ore di didattica	ore di studio
Introduzione e nozioni di base di contabilità nazionale	Di cosa si occupa la macroeconomia: problemi e fatti principali. Definizioni e misurazione del Pil. Valore aggiunto e distribuzione del reddito. Il conto economico delle risorse e degli impieghi. Indici dei prezzi.	Le componenti del Pil e la distribuzione del reddito in Italia. La legge di Okun.	Mankiw, capp. 1 e 2.	8	12
Il reddito nazionale e l'equilibrio di lungo periodo	La determinazione del prodotto di pieno impiego nelle ipotesi neoclassiche. Distribuzione e allocazione del reddito.	La politica fiscale negli USA negli anni Ottanta.	Mankiw, cap. 3.	4	8
Disoccupazione e politica economica	Diversi tipi di disoccupazione. Le modalità della disoccupazione. I flussi di entrata e uscita nel mercato del lavoro. Il ruolo della politica macroeconomica.	L'aumento della disoccupazione in Europa.	Mankiw, cap. 6.	6	12
La moneta	Definizione e funzioni della moneta. La teoria quantitativa della moneta. Moneta e inflazione. Aggregati monetari e determinazione dell'offerta di moneta.	La velocità di circolazione della moneta è costante? Due episodi di iperinflazione. Le istituzioni monetarie finanziarie europee. La definizione degli aggregati monetari del sistema monetario europeo.	Mankiw, capp. 7 e 18 (par. 1)	7	14
Domanda aggregata e reddito di equilibrio nel breve periodo	Definizione e ipotesi relative al breve periodo. Domanda aggregata e determinazione del reddito di equilibrio. Investimenti, tasso di interesse ed equilibrio sul mercato dei beni. Preferenza per la liquidità ed equilibrio sul mercato della moneta e dei titoli. Il modello IS-LM. Politica fiscale e politica monetaria. Il modello IS-LM con prezzi flessibili.	La funzione del consumo in Italia. Esperienze di misure espansive e restrittive nella recente esperienza americana ed europea. Effetti stabilizzanti ed effetti destabilizzanti della caduta dei prezzi: l'esperienza della Grande Depressione.	Mankiw, capp. 9, 10 e 11.	14	30
Inflazione e disoccupazione	Ipotesi alternative sulla determinazione di salari e prezzi. Inflazione, disoccupazione e curva di	Inflazione e disoccupazione negli Stati Uniti e in Italia.	Mankiw, cap. 13.	7	14

	Phillips. Domanda e offerta aggregata.				
Economia aperta	La bilancia dei pagamenti. L'equilibrio risparmi-investimenti nell'ipotesi di pieno impiego in economie di piccole e di grandi dimensioni. Tasso di cambio nominale e tasso di cambio reale.	La bilancia dei pagamenti dell'Italia.	Mankiw, cap. 8.	6	14
Economia aperta	Domanda aggregata in economia aperta: il modello Mundell-Fleming. Movimento di capitali e regimi di cambio. Prezzi fissi e prezzi flessibili. Piccole e grandi economie aperte.	Il sistema monetario europeo. L'Unione monetaria europea. Il problema del debito pubblico. La Banca Centrale Europea: funzioni e obiettivi. Le conseguenze economiche dell'unificazione monetaria.	Mankiw, cap. 12.	12	32



INTRODUZIONE ALLA MICROECONOMIA

Primo anno - 8 crediti

Corsi di laurea in Economia aziendale, Scienze economiche e sociali

Prof. Sergio Paba (A-L)

Dott. Enrico Giovannetti (M-Z)

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 15 dicembre 2001

Obiettivo del corso

Fornire gli elementi essenziali della teoria del comportamento degli agenti economici (consumatori, lavoratori, imprese) e della loro interazione nei mercati. Su ciascun argomento verranno esaminati studi di caso e applicazioni concrete.

Didattica

Il corso prevede 64 ore di didattica inclusive di lezioni ed esercitazioni. Gli argomenti verranno svolti secondo l'ordine indicato nella scheda allegata.

Modalità di valutazione

Sono previste due forme di valutazione in forma scritta per chi frequenta il corso. La prima verterà sulla prima parte del corso e si terrà tra il 2 e il 7 novembre. La seconda, sull'ultima parte del corso e riservata a quelli che hanno superato la prima prova, si terrà tra il 17 e il 22 dicembre 2001. Gli studenti che superano entrambe le prove avranno un voto pari alla media ponderata dei voti ottenuti. Gli studenti che non superano entrambe le prove potranno sostenere una prova scritta su *tutto* il programma del corso nel solo appello di febbraio. Chi non intende sostenere le prove intermedie potrà iscriversi ad uno solo dei due appelli previsti per gennaio e febbraio.

Testi

R.S. Pindyck, D.L. Rubinfeld, Microeconomia, seconda edizione italiana, Zanichelli, Bologna, 1996

Materiale didattico integrativo

Durante il corso potranno essere distribuite dispense o altro materiale didattico integrativo.

Struttura del corso			
Argomenti	Concetti chiave	Testi	ore di didattica
Introduzione alla	Il modo di pensare degli economisti. Economia e scarsità.	P&R cap.	2

microeconomia	Modelli economici. Analisi positiva e normativa. L'approccio costi-benefici.	1	
Offerta e domanda ed equilibrio di mercato	Definizione di mercato. Curva di domanda. Legge della domanda. Curva di offerta. Algebra delle curve di domanda e offerta. Spostamenti delle curve di domanda e di offerta. Equilibrio di mercato. Implicazioni in termini di benessere. Perturbazioni dell'equilibrio. Effetti dell'intervento governativo. Esempi e applicazioni. Elasticità della domanda al prezzo. Elasticità incrociata della domanda.	P&R cap. 2	8
Scelta del consumatore	Preferenze. Curve di indifferenza. Esempi e applicazioni. Concetto di utilità. Funzione di utilità. Utilità marginale e saggio di sostituzione. Vincolo di bilancio. Massimizzazione dell'utilità. Soluzione del problema di scelta. Applicazioni.	P&R cap. 3	6
Domanda individuale e domanda di mercato	Derivazione della curva di domanda. Curva prezzo-consumo. Curva reddito-consumo. Curva di Engel. Elasticità della domanda al reddito. Effetto sostituzione ed effetto reddito. Applicazioni.	P&R cap. 4	4
Benessere del consumatore	Rendita del consumatore. Esternalità del consumo. Applicazioni.	P&R cap. 4	2
Produzione	Concetto di efficienza. Funzione di produzione. Prodotto totale, marginale e medio del lavoro. Legge dei rendimenti decrescenti. Il lungo periodo. Isoquanti e tasso marginale di sostituzione tecnica. Rendimenti di scala costanti, crescenti e decrescenti. Produttività e cambiamento tecnico.	P&R cap. 6	6
I costi	Il problema della misurazione dei costi. Il concetto di costo opportunità. Costi irrecuperabili. Costo fisso, variabile, totale. Costo marginale e costo medio. Derivazione analitica dei costi. Applicazioni. Curve di isocosto. Minimizzazione dei costi. Economie e diseconomie di scala. Learning by doing. Applicazioni.	P&R cap. 7	6
Imprese e mercati concorrenziali	Imprese <i>price-taker</i> . Massimizzazione del profitto ed equilibrio dell'impresa. Curva di offerta dell'impresa concorrenziale. Breve e lungo periodo. Rendita del produttore. Concorrenza e benessere. Mercati concorrenziali e benessere. Effetti dell'intervento governativo.	P&R capp. 8, 9	6
Il monopolio	Curva di domanda dell'impresa e ricavo marginale. Relazione tra ricavo marginale ed elasticità della domanda. Concetto e misura di potere di mercato. Monopolio e benessere. Concetto di perdita secca (deadweight loss). Come si creano i monopoli. Il monopolio naturale. Azioni di governo che creano monopoli. Politiche antitrust e regolazione dei monopoli	P&R cap. 10	6
Discriminazione di prezzo	Condizioni per la discriminazione. Tipi di discriminazione. Discriminazione perfetta. Discriminazione di quantità. Discriminazione di terzo grado. Applicazioni.	P&R cap. 11	2
Oligopolio	Interazione strategica ed equilibrio in oligopolio. Modelli di oligopolio. Teoria dei giochi e oligopolio. Equilibrio di Nash. Il gioco del dilemma del prigioniero. Applicazioni.	P&R cap. 12	6
Concorrenza monopolistica	Concorrenza monopolistica nel breve e nel lungo periodo. Concorrenza monopolistica ed efficienza. Applicazioni.	P&R cap. 12	2
Economia delle reti e dell'informazione	Esternalità di rete. Prodotti e tutela della proprietà intellettuale. Applicazioni.	Dispensa	2

Equilibrio generale e benessere	Equilibrio generale. Concetto di Pareto efficienza. Scatola di Edgeworth. Applicazione al commercio internazionale. Funzione di benessere sociale. Il ruolo del governo in un sistema di mercato.	P&R cap. 16	6
---------------------------------	---	-------------	---



ISTITUZIONI DI DIRITTO - ELEMENTI DI DIRITTO PUBBLICO (M1)

Primo anno - 4 crediti (3 nel corso di laurea in Economia e marketing internazionale)

Corsi di laurea in Economia aziendale, Economia e marketing internazionale, Scienze economiche e sociali

Prof. Roberto Pinardi (A-E e F-O)

Prof. Giampaolo Storchi (P-Z)

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 17 aprile 2002

Obiettivo del corso

Il corso è destinato in particolare agli studenti del primo anno. Introduttivo allo studio del fenomeno giuridico, si propone di fornire gli strumenti conoscitivi elementari del diritto pubblico. A tal fine, oltre agli argomenti di seguito elencati, è necessario che lo studente acquisisca familiarità con la Costituzione della Repubblica italiana nel testo attualmente in vigore. Il corso prevede 32 ore di didattica, a cui lo studente è vivamente invitato a partecipare (v. sotto: Modalità di valutazione), a fronte delle quali viene stimato un impegno di studio individuale di 68 ore (per un totale di 100 ore di lavoro). Il superamento dell'esame dà diritto a 4 crediti formativi.

Didattica

Nelle 32 ore di didattica, gli argomenti verranno svolti nell'ordine indicato nella scheda sulla struttura del corso. Al fine di favorire l'apprendimento in tempo reale, al chiarimento degli argomenti sviluppati a lezione verrà sistematicamente dedicata la prima parte della lezione successiva.

Modalità di valutazione

A) Per i soli studenti frequentanti, al termine delle lezioni, verrà predisposto un test scritto, a risposte multiple, il cui superamento darà diritto alla registrazione di un voto pari a venti trentesimi nel corso di uno dei 3 appelli immediatamente successivi al termine delle lezioni (appelli di giugno, luglio e settembre). Chi intendesse ottenere una valutazione superiore a venti trentesimi, dovrà comunque integrare la prova scritta sostenendo l'esame orale.
B) La verifica della preparazione per gli studenti che non abbiano frequentato il corso è data esclusivamente dall'esame orale.

Testi

Tra i numerosi manuali di Diritto pubblico, a supporto della preparazione, si consiglia, nell'edizione più recente: G.U. Rescigno, Corso di diritto pubblico, Zanichelli, Bologna, cap. 1 (da parr. 4 a 10), cap. 4 (parr. 5, 6 e 7), capp. 6, 7, 8, 11, 12, 13, 14, 15 e 18 (parr. i da 1 a 8 e parr. 16-17)

Gli studenti potranno, peraltro, previo accordo con il docente, utilizzare altri testi aggiornati per la preparazione dell'esame

Struttura del corso				
Argomenti	Concetti chiave	Testi	ore di didattica	ore di studio
Lo Stato	Perché iniziare dalla nozione di Stato. Definizione di Stato e dei suoi singoli elementi costitutivi. Cos'è il diritto pubblico. Lo Stato come persona giuridica.	Rescigno, cap. 1, (parr. da 4 a 10).	2	3
Le forme di Stato e le forme di governo	Il rapporto tra i due concetti. Le forme di Stato: esame storico (Stato assoluto, liberale, totalitario, socialista, democratico-pluralista). Stato unitario, federale e regionale: cenni. Le forme di governo: esame storico (monarchia assoluta, costituzionale e parlamentare; forma di	Rescigno, cap. 8 (meno ultimo paragrafo).	4	8

	governo parlamentare, neoparlamentare, presidenziale, semipresidenziale e direttoriale).			
Nozioni di teoria generale del diritto	La nozione di fonte del diritto. La norma giuridica: elementi costitutivi. L'interpretazione giuridica: nozione e principali tecniche ermeneutiche. I vari significati della parola "diritto" (diritto oggettivo e situazioni giuridiche soggettive). I criteri per risolvere le antinomie giuridiche.	Rescigno, cap. 6.	2	3
Le fonti dell'ordinamento italiano	La Costituzione del '48: premesse storiche e caratteri generali. Le leggi costituzionali e di revisione costituzionale: il procedimento di approvazione ed i limiti alla revisione costituzionale. La legge ordinaria del Parlamento: l'iter di approvazione e la posizione nel sistema delle fonti. Gli atti con forza di legge: decreto legge e decreto legislativo. I regolamenti parlamentari. Il referendum abrogativo e gli altri strumenti di democrazia diretta previsti dalla nostra Costituzione. I regolamenti in quanto fonte secondaria. La consuetudine (elementi costitutivi). Le fonti delle autonomie: statuti, leggi e regolamenti regionali; le fonti degli enti locali. Le fonti comunitarie (in particolare: i regolamenti dell'U.E.).	Rescigno, cap. 7 e parr. 5, 6 e 7 del cap. 4 (su U. E.).	10	24
Gli organi costituzionali	La nozione di organo costituzionale. A) Il Parlamento: caratteristiche generali; i sistemi elettorali; l'organizzazione interna delle Camere; la funzione legislativa; la funzione di controllo politico. B) Il Governo: composizione; procedimento di formazione; la responsabilità politica e giuridica; le funzioni. C) Il Presidente della Repubblica: elezioni; ruolo; responsabilità e poteri. D) La Corte costituzionale: composizione; il controllo di costituzionalità; il giudizio sui conflitti di attribuzione; il giudizio sulle accuse ex art. 90 Cost.; il giudizio di ammissibilità del referendum abrogativo.	Rescigno, par. 9 del cap. 8 e capp. 11, 12, 13 e 14.	10	22
La magistratura	Principi generali relativi alla funzione ed al potere giurisdizionale. Giudici ordinari e giudici speciali. Il Consiglio superiore della magistratura. La Corte di Cassazione. La Corte dei conti. Il Consiglio di Stato.	Rescigno, cap. 15	2	4
I diritti costituzionalmente garantiti	Principi generali. La riserva di legge e la riserva di giurisdizione. Diritti di libertà e diritti sociali (cenni). Il principio di uguaglianza.	Rescigno, cap. 18 (parr. da 1 ad 8 e 16-17)	2	4



ISTITUZIONI DI DIRITTO - ELEMENTI DI DIRITTO PRIVATO (M2)

Primo anno - 4 crediti (5 nel corso di laurea in Economia e marketing internazionale)

Corsi di laurea in Economia aziendale, Economia e marketing internazionale, Scienze economiche e sociali

Prof. Alberto Bregoli (A-E)

Prof. Michele Tiraboschi (F-O)

Dott. Riccardo Salomone (P-Z)

Periodo di svolgimento del corso: 26 aprile - 5 giugno 2002

Obiettivo del corso

Il corso si propone di studiare le regole giuridiche di base dei rapporti tra privati (diritti, obblighi e responsabilità degli operatori economici e sociali). Il corso prevede 33 ore di didattica (lezioni e approfondimenti monografici).

L'impegno di studio individuale per il superamento dell'esame è invece quantificabile presuntivamente in 67 ore. Lo studente deve quindi considerare approssimativamente necessario un impegno totale di circa 100 ore. Il superamento dell'esame dà diritto a 4 crediti formativi.

Didattica

Nelle 33 ore di didattica, gli argomenti verranno svolti come indicato nella scheda sulla struttura del corso.

Modalità di valutazione

Per il superamento dell'esame sono necessari sia il superamento di una prova scritta che di un colloquio orale con il docente. Al termine del corso verrà organizzato un test della durata di 45 minuti, articolato su 30 domande. La risposta esatta al almeno 2/3 di queste (21), costituirà biglietto di ammissione alla verifica finale, orale, con sufficienza minima garantita.

Testi

F. Galgano, Istituzioni di diritto privato, Cedam, Padova, 2001

Struttura del corso				
Argomenti Parte generale	Concetti chiave	Testi	Ore di didattica	Ore di studio
Diritto e tecnica giuridica	La dialettica necessaria tra diritto e processo. Il processo civile ed i suoi caratteri. L'azione; le prove; la sentenza.	Parte introduttiva dei manuali e materiali di approfondimento segnalati dal docente	3	6
I soggetti degli atti giuridici	Le persone fisiche. Le capacità. Gli enti impersonali. Associazioni; fondazioni; società. I rappresentanti. Gli organi.	I relativi capitoli del manuale adottato e materiali integrativi segnalati a lezione	5	10
I risultati dell'agire giuridico	Le risorse economiche come obiettivo degli atti di diritto privato: i beni. I diritti. I diritti reali, come strumenti per la distribuzione della ricchezza. Tipologia, modi di acquisto. I diritti. I diritti di credito, come mezzi per la produzione e la circolazione della ricchezza. Attribuzione di diritto e gestione di fatto delle risorse. Pubblicità e possesso: strumenti per la certezza giuridica degli acquisti.	I relativi capitoli del manuale adottato e materiali integrativi segnalati a lezione	8	16

Gli strumenti dell'agire giuridico	L'obbligazione: espressione di impegni programmatici liberamente assunti. I tipi di impegno programmatico. Modalità e casi di assenzio e dell'obbligazione. Lo strumento principale per determinare impegni, diretti a modificare l'assetto della ricchezza: il progetto o programma, definito concordemente da più soggetti liberi e consapevoli. Il contratto. Vicende del contratto.	I relativi capitoli del manuale adottato e materiali integrativi segnalati a lezione	8	16
I mezzi di reazione all'inadempimento delle obbligazioni e dei contratti	L'inadempimento: concezione economica del fenomeno. La responsabilità patrimoniale: concezione economica della categoria. Il danno: caratteri e limiti del danno civilistico. L'esecuzione forzata. Le garanzie del credito.		6	12
Lo strumento adottato per rimediare alle conseguenze dannose "ingiuste", provocate dalla libertà di agire individuale	Il fatto illecito e l'obbligo di risarcimento dei danni.		3	6



ISTITUZIONI DI ECONOMIA

Primo anno - 8 crediti

Corso di laurea in Economia e marketing internazionale

Prof. Giovanni Solinas

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 5 giugno 2002

Obiettivo del corso

Il corso si propone di introdurre gli studenti ai principi basilari della teoria economica. Il corso si divide in due parti riguardanti rispettivamente la microeconomia e la macroeconomia. Gli elementi essenziali della microeconomia e della macroeconomia vengono illustrati facendo costante riferimento a casi concreti e utilizzando gli strumenti della teoria per interpretare il comportamento delle economie contemporanee. Il corso prevede 64 ore di didattica in aula, a fronte delle quali viene stimato un impegno di studio individuale di 136 ore (per un totale di 200 ore di lavoro). Il superamento dell'esame dà diritto a 8 crediti formativi.

Didattica

Nelle 64 ore di didattica, gli argomenti verranno svolti nell'ordine indicato nella scheda sulla struttura del corso. Fin dal principio del corso, verranno proposti in aula quesiti ed esercizi che consentano allo studente di comprendere la logica della disciplina, gli consentano di valutare il proprio grado di preparazione e facilitino il superamento dell'esame finale.

Modalità di valutazione

Sono previste due prove di valutazione in forma scritta: una a metà e una alla fine del corso, riservata esclusivamente agli studenti che abbiano superato la prima prova. Il voto finale sarà una media, opportunamente

ponderata, del risultato delle due prove. Gli studenti che non superano, o che non sostengono una di queste due prove, dovranno sostenere l'esame su tutto il programma del corso.

Testi

G.N. Mankiw, Principi di economia, Zanichelli, Bologna, 1999

Materiale didattico integrativo

Durante il corso verrà fornito materiale statistico e documentario utilizzato durante le lezioni.

Struttura del corso - Parte I: Microeconomia					
Argomenti	Concetti chiave	Studi di casi e applicazioni (alcuni esempi)	Testi	ore di didattica	ore di studio
Introduzione: l'economia e il suo metodo	Le decisioni individuali, l'interazione tra gli individui e lo scambio. Il metodo dell'economia: i fatti, le ipotesi, i modelli. La microeconomia e la macroeconomia.		Mankiw, capp. 1 e 2.	3	6
Il funzionamento dei mercati	Interdipendenza, specializzazione, vantaggio assoluto e vantaggio comparato. I mercati e la concorrenza. L'offerta, la domanda e l'equilibrio dei mercati. L'elasticità della domanda e l'elasticità dell'offerta. I prezzi regolamentati. Le imposte sui consumi e sulla produzione. L'elasticità e l'incidenza delle imposte.	Come ridurre la domanda di sigarette? Le ragioni del fallimento del cartello OPEC. Il proibizionismo, l'uso di stupefacenti e la criminalità. Gli effetti di breve e di lungo periodo dell'equo canone.	Mankiw, capp. 3, 4, 5 e 6.	8	16
I mercati e il benessere.	La rendita del consumatore. La rendita del produttore. L'efficienza dei mercati.	Il costo della imposizione fiscale. Il commercio internazionale e il benessere economico.	Mankiw, capp. 7, 8 e 9.	6	12
Il settore pubblico	Esternalità. Soluzioni private alle esternalità. Intervento pubblico ed esternalità. Beni pubblici e risorse collettive e diritti di proprietà.	Le politiche per l'innovazione.	Mankiw, capp. 10 e 11.	4	8
Le imprese nei mercati concorrenziali.	I costi di produzione e i profitti. La funzione di produzione. Le diverse misure dei costi. I costi nel breve e nel lungo periodo. La massimizzazione del profitto e la curva di offerta nei mercati concorrenziali. Dall'impresa all'industria.		Mankiw, capp. 13 e 14.	4	8
I mercati dei fattori della produzione, le retribuzioni e la distribuzione del	La domanda di lavoro dell'impresa e l'occupazione. La determinazione dei salari. Gli altri fattori di produzione. La distribuzione del reddito e le	La diseguaglianza dei redditi nelle economie sviluppate. La riforma della	Mankiw, capp. 18, 19 e 20.	4	10

reddito	misure della diseguaglianza. Le politiche per ridurre la povertà.	previdenza sociale in Italia.			
Microeconomia avanzata	La teoria delle scelte del consumatore. Il vincolo di bilancio, le preferenze e l'ottimizzazione.	L'effetto reddito e l'offerta di lavoro.	Mankiw, cap. 21.	4	8

Struttura del corso - Parte II: Macroeconomia					
Argomenti	Concetti chiave	Studi di casi e applicazioni (alcuni esempi)	Testi	ore di didattica	ore di studio
Le grandezze macroeconomiche	Il reddito, la spesa e la misurazione del PIL. Le componenti del PIL. Gli indici dei prezzi.	Le differenze del PIL e la qualità della vita in diversi paesi. Il paniere Istat	Mankiw, capp. 22 e 23.	4	8
L'economia reale nel lungo periodo	La crescita economica nel mondo. La produttività: funzione e determinanti. La crescita e la politica economica.	La "soluzione Sachs" ai problemi africani	Mankiw, cap. 24.	2	4
L'economia chiusa: concetti e fondamenti	Le istituzioni e i mercati finanziari. La relazione risparmi investimenti. Il ruolo delle imposte. Il disavanzo del bilancio pubblico. Il significato e funzioni della moneta. Il sistema bancario e l'offerta di moneta. I problemi di controllo dell'offerta di moneta. Le cause dell'inflazione. La dicotomia classica e la neutralità della moneta: presupposti e limiti. L'imposta da inflazione. I costi dell'inflazione. Le misure della disoccupazione. Il tasso "naturale" di disoccupazione.	Il disavanzo e il debito pubblico in Italia. Le autorità monetarie in Italia e in Europa. I casi di iperinflazione.	Mankiw, capp. 25, 26, 27 e 28.	9	21
L'economia aperta: concetti e fondamenti	I flussi internazionali di beni e di capitali e la bilancia dei pagamenti. I tassi di cambio nominali e reali e loro determinanti. L'equilibrio nell'economia aperta. Disavanzo di bilancio e politiche commerciali.	Importazioni ed esportazioni in Italia. I flussi tra i paesi in via di sviluppo e i paesi industrializzati. Dalla lira all'euro.	Mankiw, capp. 29 e 30.	6	12
Il controllo dell'economia nel breve periodo	Gli aspetti fondamentali delle fluttuazioni economiche. La domanda aggregata. L'offerta aggregata. Le cause della recessione. La politica monetaria e la domanda aggregata. La politica fiscale e la domanda aggregata. Politica	La legge di Okun. Gli effetti macroeconomici degli shock petroliferi. La politica fiscale e la politica monetaria nell'UE.	Mankiw, capp. 31, 32 e 33.	8	19

	economica e stabilizzazione dell'economia. Gli stabilizzatori automatici. Inflazione e disoccupazione. La curva di Phillips. I costi della riduzione dell'inflazione. Le relazioni tra breve e lungo periodo.	La curva di Phillips in Italia. L'andamento della disoccupazione in Italia e in Europa.			
Il dibattito sulla politica macroeconomica	Possibilità e limiti degli strumenti di controllo dell'economia: ritardi e imprevedibilità degli shock. Obiettivi, regole e discrezionalità nella condotta delle politiche monetarie. Vantaggi e costi del pareggio di bilancio. Normativa fiscale, investimenti e livello di attività.		Mankiw, cap. 34.	2	4



LINGUA FRANCESE I

Primo anno - 4 crediti

Corso di laurea in Economia e marketing internazionale

Prof.ssa Maria Cavazzuti

Collaboratore ed esperto linguistico: Dott.ssa Francesca Occhionorelli

Periodo di svolgimento del corso: 8 novembre - 15 dicembre 2001

Obiettivo del corso

Il corso mira a fornire gli strumenti atti ad analizzare e a descrivere la struttura della lingua francese onde fondare nel discente la pratica ragionata della comunicazione. Il corso si articola in due momenti: il primo riguarda l'assimilazione ragionata del sistema dei suoni, dei segni e dei modelli strutturali fondamentali della lingua, il secondo concerne l'interazione finalizzata e contestualizzata rispetto a situazioni di comunicazione date. La riflessione teorica sulla lingua sarà applicata all'analisi di una raccolta di testi concernenti, nel primo anno, la civiltà di base.

Didattica

Il corso prevede 32 ore di didattica ufficiale. Gli argomenti saranno trattati nell'ordine indicato nella scheda sulla struttura del corso. Le lezioni ufficiali saranno integrate da 20 ore di esercitazioni per l'apprendimento e/o il consolidamento della struttura morfo-sintattica della lingua. Le esercitazioni saranno tenute dai collaboratori linguistici di madrelingua francese. Di queste 20 ore, 10 saranno dedicate allo studio personale guidato, 10 al consolidamento delle abilità comunicative con particolare attenzione, nel I anno, alla lingua generale. A fronte delle 32 ore di corso viene stimato un impegno di studio individuale di 48 ore, unitamente alle 20 ore di lettorato l'impegno complessivo sarà di 100 ore, pari a 4 crediti formativi.

Modalità di valutazione

Le prove di valutazione saranno in forma scritta e orale. Alla fine del corso è prevista una prova di ascolto e di verifica dell'apprendimento della morfo-sintassi. Gli studenti che superano questa prova devono soltanto leggere e commentare, nelle sessioni d'esame ufficiali, un testo seguendo le indicazioni suggerite durante il corso. Gli studenti che non superano la prova o che non la sostengono dovranno sostenere l'intero esame scritto nelle sessioni ufficiali. L'orale consiste in una conversazione su situazioni comunicative trattate durante le lezioni del corso e del lettorato.

Testi e materiale didattico integrativo

L. Parodi, M. Vallacco, Grammathèque - grammatica contrastiva per Italiani -, Cideb Ed., Genova 1999

Dispensa: Linguaggio e comunicazione (a cura di Maria Cavazzuti)

Dossier di testi di civiltà (a cura di Maria Cavazzuti)

Struttura del corso

Argomenti	Concetti chiave (langue et communication)	Concetti chiave (civilisation)	Testi	ore di didattica	ore di studio
Une langue, un pays	Le processus de la communication: émetteur, codage, message, décodage, receptrer.	Un pays et ses paysages: les aspects physiques de la France	Dispensa: Linguaggio e comunicazione. Dossier di testi di civiltà.	4	6
Une langue, un pays	Aspects du mot: le signe linguistique (signifiant, signifié, référent).	Un pays et ses paysages: les aspects physiques de la France	Idem	4	6
Une langue, une civilisation	Les mots dans la communication: énoncé, énonciation, champ sémantique, champ lexical.	Notions d'histoire: France, empire colonial, décolonisation, francophonie	Idem	6	9
Une langue, une civilisation	Choisir un langage: les niveaux de langue, les déictiques.	Notions d'histoire: France, empire colonial, décolonisation, francophonie	Idem	4	6
Un pays et ses institutions	Réaliser un message: les fonctions du langage, les actes de parole.	Les institutions de la V.e République	Idem	4	6
Un pays et ses institutions	La logique de la phrase: les classes des mots-(cl. Principales, secondaires, de conjonction).	Centralisation et décentralisation: le partage administratif	Idem	6	9
Un pays et son économie	La structure de la phrase: phrase simple, phrase complexe.	La France et son économie: quelques repères économiques et certains pôles productifs	idem	4	6



LINGUA INGLESE

Primo anno - 8 crediti

Corsi di laurea in Economia Aziendale, Economia e marketing internazionale, Scienze economiche e sociali

Prof. Giancarlo Gagliardelli (A-E)

Prof.ssa Attilia Lavagno (F-O e P-Z)

Collaboratori ed esperti linguistici: Dott. Timothy Keates; Dott.ssa Andrea M. Lord; Dott. Colin Norris

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 5 giugno 2002

Obiettivo del corso

Il corso mira a fornire gli strumenti necessari alla decodifica critica della letteratura delle scienze sociali, in particolare di quelle caratterizzanti i diversi percorsi accademici. La comprensione del discorso delle scienze sociali si fonda sia sulla conoscenza approfondita della struttura degli enunciati, sia sulla acquisizione di un fascio di strategie di riconoscimento e di produzione di unità linguistiche di grado gerarchico superiore: il paragrafo concettuale, il testo, il discorso. L'esposizione a modelli di prosa originale costituisce la base su cui fondare le abilità attive di produzione - sia scritta che orale - di testi e discorsi intorno alle discipline economiche e aziendali.

Didattica

Il corso prevede 64 ore di didattica ufficiale e 40 ore di esercitazioni: alle une e alle altre lo studente è incoraggiato a partecipare attivamente. A fronte delle prime viene stimato un impegno di studio individuale di 96 ore, per un totale di 200 ore complessive, corrispondenti a 8 crediti formativi.

Contenuti del corso

Pronuncia della Lingua inglese: i fonemi dell'inglese e dell'italiano; i principali fonemi sovrasegmentali (accento, ritmo, intonazione).

Grammatica dell'enunciato: revisione e approfondimento dei sistemi: morfosintattico, semantico, lessicale. Lo studio comporterà continui raffronti con l'italiano e altre lingue.

Grammatica del discorso: "testualità"; organizzazione gerarchica del discorso; coesione; progressione semantica; progressione tematica; coerenza; gli "atti" della comunicazione scientifica: definizione, classificazione, descrizione, ipotesi, deduzione, induzione, generalizzazione, conclusione, ecc. Lettura, commento, analisi del testo, studio delle strategie retoriche, e traduzione di testi delle scienze sociali.

Didattica

Lezioni ed esercitazioni.

Durante le ore di lezione ufficiali, gli argomenti saranno trattati nell'ordine indicato nella scheda sulla struttura del corso. Le lezioni ufficiali saranno integrate da un congruo numero di ore di esercitazione tenute dai collaboratori ed esperti linguistici di madrelingua inglese sugli argomenti trattati nel corso ufficiale, in vista della preparazione al superamento delle prove "in itinere". Data l'alta specificità dei contenuti, la non frequentazione delle lezioni ufficiali e/o delle esercitazioni di dottorato è garanzia di insuccesso nelle prove in itinere.

Modalità di valutazione

Nelle settimane dedicate al sostenimento delle prove in itinere, lo studente dovrà presentarsi a sostenere QUATTRO prove scritte: DUE somministrate dal docente ufficiale (una alla metà del corso, l'altra alla fine), e DUE somministrate dai collaboratori linguistici (una alla metà del corso, l'altra alla fine). Il voto finale sarà costituito per il 70% dalla media dei voti delle due prove somministrate dai docenti ufficiali, e per il 30% dalla media dei voti delle due prove somministrate dai collaboratori. Chi avrà ottenuto una media di almeno 24/30 nelle prove scritte potrà chiedere di sostenere anche una prova orale. Coloro che non avranno superato tutte le QUATTRO prove, dovranno sostenere l'esame su tutto il programma nelle sessioni ufficiali d'esame.

Testi

G. Gagliardelli, Elementi di grammatica enunciativa della lingua inglese, CLUEB, Bologna, 1999

G. Gagliardelli, The Words of an Economist: avviamento allo studio della pronuncia, Pitagora, Bologna, 1997

R. Roncaglia, G. Gagliardelli, D. Miller, Analisi linguistica e comunicazione scientifica, Pitagora, Bologna, 1987

G. Gagliardelli, Clozing in on economics, Pitagora, Bologna, 1994

Durante il corso verranno distribuiti appunti e dispense a cura dei docenti e dei collaboratori linguistici

Struttura del corso				
Argomenti	Testi	Concetti chiave	ore di didattica	ore di studio
Fonologia	Gagliardelli: The words of an Economist (pagg. 3-114)	Scelta dello standard inglese e dello standard italiano di riferimento. Fonemi italiani e inglesi. Confronti e osservazioni. Fonemi sordi e sonori. Assimilazione. Il suono neutro Schwa. La pronuncia di "R". Lettura della trascrizione fonemica di passi di "Economics" di P.A. Samuelson.	10	15
Grammatica enunciativa: concetti	Gagliardelli: Elementi di grammatica enunciativa (capp. 1, 2)	Enunciatore, coenunciatore, nozione, nesso potenziale, nesso attualizzato, enunciato.	2	3
Grammatica enunciativa: Tempi Semplici	Gagliardelli: Elementi di ... (cap. 7)	Tempi semplici: minimo intervento, massima fattualità. Relatore (Ø /S) "non distante": invariante e usi. Relatore (D) "distante": invariante e usi. (D) la distanza fra due tempi diversi nello stesso mondo e fra due "ora" in mondi diversi.	4	6

Grammatica enunciativa: (TO) e (ING)	Gagliardelli: Elementi di ... (cap. 4)	Relatore (TO): segnale di "direzione" e "congiungimento" fra nozioni. Invariante e usi. <S-TO-P>. (ING) e la nominalizzazione. Nome verbale (in funzione S, O, O di preposizione). (TO) vs. (ING).	4	6
Grammatica enunciativa: (DO)	Gagliardelli: Elementi di ... (cap. 3)	Operatore (DO): negazione, interrogazione, riasserzione del nesso. Riasserzione vs. enfasi.	4	6
Grammatica enunc.: Tempi composti. (HAVE+EN)	Gagliardelli: Elementi di ... (capp. 5, 9)	Aspetto Perfettivo e Imperfettivo. Aspetto Perfetto. (HAVE) e la localizzazione del predicato. (HAVE+EN): Perfetto di risultato, di esperienza, di persistenza, di "passato recente".	4	6
Grammatica enunc.: Tempi composti. (BE+ING)	Gagliardelli: Elementi di ... (cap. 8)	Aspetto Imperfettivo Progressivo (BE) e la caratterizzazione del soggetto. (ING) e l'aggettivo verbale. (BE+ING): invariante e usi. <S-V> vs. <S-Ving>.	4	6
Grammatica enunc.: Tempi composti: HAVE+EN+BE+ING	Gagliardelli: Elementi di ... (cap. 10)	(HAVE+EN) + (BE+ING): invariante e usi. Il soggetto dell'enunciato e il suo "corredo" di processi.	4	6
Grammatica enunc.: la modalizzazione	Gagliardelli: Elementi di ... (cap. 11)	Enunciati non modalizzati vs. enunciati modalizzati. Modalità. Modalizzazione. Modali e negazione. Modali vs. non-modali.	3	4
Grammatica enunc.: modalità epistemica	Gagliardelli: Elementi di ... (cap. 11)	Relatori May, Must, Can't, Can?, Shall, Will, Needn't. Modalità epistemica + (D): relatori Might, Could, Should, Would.	2	3
Grammatica enunc.: modalità deontica	Gagliardelli: Elementi di ... (cap. 11)	Relatori May, Must, Shall, Need, Can. Modalità deontica + (D): relatori Might, Could, Should.	2	3
Grammatica enunc.: modalità dinamica	Gagliardelli: Elementi di ... (cap. 11)	Relatori Can, Will. Modalità dinamica + (D): relatori Could, Would.	1	2
Grammatica enunc.: l'espressione della futurità	Gagliardelli: Elementi di ... (pagg. 403 - 411)	Diverse opzioni per l'espressione di time futuro: (Ø /S), (BE+ING) + V, (SH- WI/LL) + V (BE + GO + ING + TO) + V (SH-W/LL + BE + GO + ING + TO) + V	4	6
Documenti: analisi testuale	AA.VV. Analisi Linguistica e Comunicazione Scientifica (pagg. 99-114)	Lettura, commento e analisi di passi tratti da "Economics" di Paul A. Samuelson: Introduction (X edition).	5	7
La testualità	Gagliardelli: Clozing in on Economics (pagg. V-X e 1-17)	Coreferenza, anafora, catafora, coerenza, conoscenza del mondo, conoscenza delle sceneggiature e competenza ipertestuale. La riformulazione.	2	3
Il testo: microstruttura	AA.VV. Analisi Linguistica e	Coesione grammaticale, anafora e catafora, coesione lessicale, elementi	2	3

	Comunicazione Scientifica (pagg. 5-51)	connettivi. Tema/Rema. Marche enunciative.		
Il testo: macrostruttura	AA.VV. Analisi linguistica e... (pagg. 53-92)	Discorso scientifico. Funzione comunicativa e struttura discorsiva. Il testo didattico istituzionale. Il trattato. La rivista scientifica.	1	2
Documenti: analisi testuale	AA.VV. Analisi linguistica e... (pagg. 115-127; 141-155; 157-172)	Lettura, commento e analisi di passi tratti da "Economics" di Paul A. Samuelson: Introduction (XII edition), Basic Elements of Supply and Demand, The Economics of Developing Countries.	6	9



LINGUA INGLESE II

Secondo anno - 4 crediti

Corso di laurea in Economia e Commercio, percorso Economia, reti, informazione

Prof.ssa Attilia Lavagno

Collaboratore ed esperto linguistico: Dott. Bennett Bazalgette

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 31 ottobre 2001

Obiettivo del corso

Il corso intende avviare gli studenti allo studio del registro linguistico specifico dell'ambito economico - informatico attraverso la sistematizzazione del lessico specialistico. Le lezioni toccheranno essenzialmente i seguenti ambiti: Internet, e-commerce, e-mail. Particolare attenzione verrà data allo studio degli acronimi di settore. Il corso fornirà inoltre gli strumenti necessari alla decodifica critica di modelli di prosa originale riguardanti le problematiche summenzionate.

Didattica

Le lezioni ufficiali del corso saranno integrate da esercitazioni condotte da collaboratori madrelinguisti. Le esercitazioni, che si rivolgeranno a gruppi di una trentina di studenti ciascuno, permetteranno l'applicazione dei principi generali trattati dalla docente del corso ufficiale e alleneranno all'uso attivo della lingua straniera.

Modalità di valutazione

Verranno somministrati due test: uno alla fine del primo periodo e l'altro a conclusione delle esercitazioni. La media dei due test darà luogo al voto finale. Lo studente che avrà ottenuto un voto finale pari o superiore a 24/30 potrà chiedere di sostenere una prova orale. Lo studente che non avrà sostenuto i tests o che, pur avendoli sostenuti non avrà raggiunto un voto medio di 18/30, dovrà sostenere una prova scritta su tutto il programma svolto.

Testi

A. Lavagno, Dispensa

Struttura del corso				
Argomenti	Concetti chiave	Testi	Ore di didattica	Ore di studio
What is "computerese"? Computer-user high tech vocabulary	Lettura del brano "Browser" ed analisi dei seguenti elementi: Text - ASCII - GUI - Mosaic - Client/server - Protocols: TCP/IP; TCP; IP HTTP; FTP - Daemon vs Demon - Netscape - MSIE - Access provider - Portal - Niche - Workstation - Lynx - Unix - Freeware - Liteware - Shareware - Opera.	DISPENSA: primo modulo	10	15
e-commerce e-business e-tailing	Dot.com - Spam - Opt-in e-mail - e-mail - e-mail reflector - POP 3 - Netiquette -	DISPENSA: secondo modulo	14	21

	Flaming - Chatting - Chat abbreviations - BBS - Advertising Terminology on the Internet.			
"On -line "reading passages	Analisi testuale ed approfondimento lessicale di: "e-xaggeration: the digital economy is much smaller than you think" - "Advertising that clicks" - "Only connect" - "Understanding the Net economy revolution".	Articoli da "The Economist.com"	8	12



LINGUA SPAGNOLA I

Primo anno - 4 crediti

Corso di laurea in Economia e marketing internazionale

Dott.ssa Isabel Gorris Yagüe

Collaboratore ed esperto linguistico: Dott.ssa Ana Berdud Bernabeu

Periodo di svolgimento del corso: 8 novembre - 15 dicembre 2001

Obiettivo del corso

Nell'ambito dell'insegnamento della Lingua spagnola all'interno del corso di laurea in Economia e marketing internazionale, il corso ha come obiettivi fondamentali: l'uso pratico della lingua, preparando gli alunni ad un uso effettivo dello spagnolo come mezzo di comunicazione; il suo graduale apprendimento, dando in questo primo corso le basi morfosintattiche e grammaticali della lingua; la possibilità di progredire in modo graduale, anche autonomamente una volta finito il corso, quindi la progressiva autonomia linguistica dello studente; e l'avvicinamento alla cultura e alla civiltà ispanica specialmente per quanto riguarda argomenti di indole economica.

Didattica

Il corso prevede 32 ore di didattica ufficiale e 20 ore di esercitazioni. A fronte delle prime viene stimato un impegno di studio individuale di 48 ore per un totale di 100 ore complessive, corrispondenti a 4 crediti formativi. Il corso del primo anno sarà tenuto durante il primo semestre e sarà suddiviso in due parti: una parte pratica ed una teorica. La parte pratica da svolgere con il collaboratore madrelingua (corso propedeutico) avrà come finalità l'essere in grado di rispondere in modo concreto a delle situazioni comuni della vita quotidiana e lavorativa, in accordo con i contenuti grammaticali previsti per gli studenti principianti. La parte teorica da svolgere con il docente del corso si occuperà di fornire concetti teorici fondamentali della civiltà e cultura spagnola e di consolidare le conoscenze linguistiche.

Modalità di valutazione

Alla fine del corso propedeutico del primo periodo, gli alunni sosterranno un test di lingua che consentirà di individuare chi ne ha tratto beneficio. Gli studenti che otterranno una misurazione sufficiente potranno frequentare il corso delle seconde lingue (tenuto dai docenti ufficiali), e le esercitazioni (tenute dal collaboratore madrelingua) che si svolgono nel secondo periodo del primo semestre (8/11/01- 15/12/01). Alla fine del corso, svolto quasi interamente in lingua spagnola, gli alunni sosterranno una prova scritta ed una prova orale con il docente, che valuterà tanto l'apprendimento teorico quanto l'uso pratico della lingua.

Testi

Primer plano 1 profesional. Libro del alumno, Español lengua extranjera, Ed. Edelsa, Grupo Didascalía. S.A., Madrid, 2000

Materiale didattico integrativo

Primer plano cuaderno de ejercicios Gramática didáctica del español, Ed. S.M., Madrid, 1999

Diccionario Herder ita/esp - esp/ita

CD Rom interactivo Primer plano

Testi complementari:

Imágenes de España, Ed. Edelsa, Madrid, 2001

España ayer y hoy, Ed. Sgel, Madrid, 1998

Practicar y consultar gramática. Español lengua extranjera. 250 ejercicios / ayuda gramatical y soluciones, Ed. difusión, Barcelona, 1994

100 palabras de negocios. Español lengua extranjera. El vocabulario más importante del mundo de los negocios, Barcelona, 1994

Ulteriore informazione bibliografica sarà somministrata durante il seminario del corso teorico

Struttura del corso					
Argomenti	Concetti chiave	Studi di casi e applicazioni (alcuni esempi)	Testi	ore di didattica	ore di studio
Spagna fisica	Caratteristiche fisiche e geografiche.	Mappa fisica	Lecture di approfondimento e materiale web	2	3
Spagna politica	Contesto giuridico-costituzionale. Organizzazione politica ed amministrativa. Le autonomie y le provincie.	Mappa política. Casi particolari: Gibraltar, Ceuta y Melilla	Lecture di approfondimento e materiale web	4	8
Le lingue del territorio nazionale	Español, catalán, gallego y vasco.	audiocassette	Lecture di approfondimento e materiale didattico complementare	4	6
Le varianti dello Spagnolo della penisola	Español de las islas canarias. El español de América. El Spanglish.	audiocassette	Lecture di approfondimento e materiale didattico complementare	4	6
Contesto socio-politico	Il periodo di transizione democratica nell' ultimo terzo del s. xx. I partiti politici.		Lecture di approfondimento e materiale web	6	8
La economia spagnola	Integrazione di Spagna in Europa. Economia in auge. España en el MCE (UE). El nuevo mercado ibero-americano.		Lecture di approfondimento e materiale web	8	10
Le istituzioni pubbliche	Sanidad, enseñanza y seguridad social.		Lecture di approfondimento e materiale web	2	4
La avanguardia artistica e culturale	Arte, cine y literatura.		Lecture di approfondimento e materiale web	2	3



Corso di laurea in Economia e marketing internazionale

Dott.ssa Antonella Nardi

Collaboratore ed esperto linguistico: Dott.ssa Angelika Moryson

Periodo di svolgimento del corso: 8 novembre - 15 dicembre 2001

Obiettivo

Il corso mira a sviluppare abilità comunicative atte a stabilire contatti orali e scritti in situazioni quotidiane e a fornire gli strumenti atti a orientarsi in testi in lingua tedesca e ad aiutarne la comprensione. Durante il corso verranno trattati argomenti di civiltà legati a una visione dinamica della Germania. Il materiale consta di testi audiovisivi e di lettura; su questi ultimi verrà applicata una riflessione linguistica finalizzata all'analisi di fenomeni tipici della lingua esaminati in un contesto significativo.

Didattica

Il corso prevede 32 ore di didattica ufficiale. Gli argomenti verranno trattati nell'ordine indicato nella scheda allegata. Le lezioni ufficiali saranno integrate da 20 ore di esercitazioni per l'apprendimento e/o il consolidamento della struttura morfo-sintattica della lingua. Le esercitazioni saranno tenute dalla collega di madrelingua tedesca. Di queste 20 ore, 10 saranno dedicate allo studio personale guidato, 10 al consolidamento delle abilità comunicative con particolare attenzione, al I anno, alla lingua generale. A fronte delle 32 ore di corso viene stimato un impegno di studio individuale di 48 ore, unitamente alle 20 ore di lettorato l'impegno complessivo sarà di 100 ore, pari a 4 crediti formativi.

Modalità di valutazione

Le prove di valutazione saranno in forma scritta e orale. Alla fine del corso è prevista una prova di ascolto e di verifica dell'apprendimento della morfo-sintassi. Gli studenti che superano questa prova devono solo leggere e commentare, nelle sessioni d'esame ufficiali, un testo seguendo le indicazioni suggerite durante il corso. Gli studenti che non superano la prova o che non la sostengono dovranno sostenere l'intero esame scritto nelle sessioni ufficiali. L'orale consiste in una conversazione su situazioni comunicative trattate durante le lezioni del corso e del lettorato.

Testi e materiale didattico integrativo

H. Dreyer, R. Schmitt, Grammatica tedesca con esercizi, Ismaning, 2001

Dispensa di testi di civiltà a cura di A. Nardi. Il materiale video è disponibile presso la dott.ssa Cavazzi

Struttura del corso					
Argomenti	Concetti chiave (Landeskunde)	Riflessione linguistica	Testi	ore di didattica	ore di studio
Regioni e paesaggi tedeschi	Ciò che sappiamo. L'aspetto fisico del Paese. Regioni di interesse particolare (zone industriali, economiche, turistiche, naturali).	La lingua dai testi: le parti del discorso. I costituenti della frase	Dossier di materiale didattico (fotocopie e video) Grammatica di riferimento	8	12
Città tedesche	Profilo di alcune città tedesche significative da diversi punti di vista: storia, vita quotidiana, particolarità	La lingua dai testi: aspetti verbali	idem	6	9
Le istituzioni della Repubblica Federale Tedesca	Gli organi politici più importanti, i partiti politici, i personaggi.	La lingua dai testi: aspetti nominali e campi semantici	idem	6	9
Momenti culturali	Analisi di stereotipi, introduzione di luoghi e fenomeni culturali di particolare rilievo	La lingua dai testi: i connettori	idem	6	9
Germania di	Alcune problematiche di	La lingua dai testi:	idem	6	9

oggi	attualità nel Paese	la frase, aspetti sintattici			
------	---------------------	---------------------------------	--	--	--



Corso di laurea in ECONOMIA AZIENDALE (CLEA)				DU - Commercio Estero					
Curriculum AMMINISTRAZIONE E FINANZA									
SSD	anno	INSEGNAMENTO	Crediti	INSEGNAMENTO	Crediti	Anno di corso	Crediti residui	Insegnamenti di destinazione dei crediti residui	Crediti assegnati
SECS-P/07	1	ECONOMIA AZIENDALE	8	Economia Aziendale	8	1	0		
INF/01	1	INFORMATICA	4	Informatica (idoneità)	4	2	0		
SECS-P/01	1	INTRODUZIONE ALLA MACROECONOMIA	8	Economia Internazionale	8	2	0		
SECS-P/01	1	INTRODUZIONE ALLA MICROECONOMIA	8	Economia Politica	8	1	0		
IUS/01	1	ISTITUZIONI DI DIRITTO - Elementi di Diritto Privato (M2)	4	Istituzioni di Diritto Privato	8	1	4	DIRITTO DEI CONTRATTI	4
IUS/09	1	ISTITUZIONI DI DIRITTO - Elementi di Diritto Pubblico (M1)	4	Istituzioni di Diritto Pubblico	8	1	4		
L-LIN/12	1	LINGUA INGLESE	8	Lingua Inglese (prima prova)	8	2	0		
SECS-S/06	1	MATEMATICA	8	Matematica Generale	8	1	0		
SECS-P/12	1	STORIA ECONOMICA	8						
IUS/04	2	DIRITTO COMMERCIALE	8	Diritto Commerciale	8	2	0		
SECS-P/11	2	ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI - Attività finanziarie (M2)	4						
SECS-P/11	2	ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI - Sistema finanziario (M1)	4						
SECS-P/09	2	FINANZA AZIENDALE - Analisi finanziaria (M1)	4						
SECS-P/09	2	FINANZA AZIENDALE - Capital Budgeting (M2)	4						
SECS-P/08	2	MARKETING - Marketing strategico (M1)	4	Analisi di Mercato (semestrale)	4	2	0		
SECS-S/06	2	MATEMATICA FINANZIARIA	4						
SECS-P/07	2	METODOLOGIE E DETERMINAZIONI CONTABILI - Bilancio (M1)	4						
SECS-P/10	2	ORGANIZZAZIONE AZIENDALE - Forme organizzative (M1)	4	Organizzazione delle Aziende Commerciali (semestrale)	4	2	0		
SECS-P/03	2	SCIENZA DELLE FINANZE	4						
SECS-S/01	2	STATISTICA	8	Statistica	8	1	0		
IUS/04	3	DIRITTO DEI CONTRATTI	4	Istituzioni di Diritto Privato	4	1	0		
IUS/12	3	DIRITTO TRIBUTARIO	4						
SECS-P/11	3	ECONOMIA DEL MERCATO MOBILIARE	4						
SECS-P/11	3	ECONOMIA DELLE AZIENDE DI CREDITO	8						
SECS-P/11	3	FINANZIAMENTI D'AZIENDA	8						
SECS-P/07	3	PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO - Budgeting (M2)	4						
SECS-P/07	3	PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO - Contabilità e controllo dei costi (M1)	4						
L-LIN	3	Seconda lingua (Lingua francese, spagnola, tedesca)	4	Lingua Francese/Tedesca (prima prova)	8	2	4		
	3	PROVA FINALE	2						
	3	STAGE	14	stage	20	3	6		
		Libera scelta	12						

		Corso di laurea in ECONOMIA AZIENDALE (CLEA)		DU - Commercio Estero					
		Curriculum LIBERA PROFESSIONE							
SSD	anno	INSEGNAMENTO	Crediti	INSEGNAMENTO	Crediti	Anno di corso	Crediti residui	Insegnamenti di destinazione dei crediti residui	Crediti assegnati
SECS-P/07	1	ECONOMIA AZIENDALE	8	Economia Aziendale	8	1	0		
INF/01	1	INFORMATICA	4	Informatica (idoneità)	4	2	0		
SECS-P/01	1	INTRODUZIONE ALLA MACROECONOMIA	8	Economia Internazionale	8	2	0		
SECS-P/01	1	INTRODUZIONE ALLA MICROECONOMIA	8	Economia Politica	8	1	0		
IUS/01	1	ISTITUZIONI DI DIRITTO - Elementi di Diritto Privato (M2)	4	Istituzioni di Diritto Privato	8	1	4	DIRITTO DEI CONTRATTI	4
IUS/09	1	ISTITUZIONI DI DIRITTO - Elementi di Diritto Pubblico (M1)	4	Istituzioni di Diritto Pubblico	8	1	4		
L-LIN/12	1	LINGUA INGLESE	8	Lingua Inglese (prima prova)	8	2	0		
SECS-S/06	1	MATEMATICA	8	Matematica Generale	8	1	0		
SECS-P/12	1	STORIA ECONOMICA	8						
IUS/04	2	DIRITTO COMMERCIALE	8	Diritto Commerciale	8	2	0		
SECS-P/11	2	ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI - Attività finanziarie (M2)	4						
SECS-P/11	2	ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI - Sistema finanziario (M1)	4						
SECS-P/09	2	FINANZA AZIENDALE - Analisi finanziaria (M1)	4						
SECS-P/09	2	FINANZA AZIENDALE - Capital Budgeting (M2)	4						
SECS-P/08	2	MARKETING - Marketing strategico (M1)	4	Analisi di Mercato (semestrale)	4	2	0		
SECS-S/06	2	MATEMATICA FINANZIARIA	4						
SECS-P/07	2	METODOLOGIE E DETERMINAZIONI CONTABILI - Bilancio (M1)	4						
SECS-P/10	2	ORGANIZZAZIONE AZIENDALE - Forme organizzative (M1)	4	Organizzazione delle Aziende Commerciali (semestrale)	4	2	0		
SECS-P/03	2	SCIENZA DELLE FINANZE	4						
SECS-S/01	2	STATISTICA	8	Statistica	8	1	0		
IUS/04	3	DIRITTO DEI CONTRATTI	4	Istituzioni di Diritto Privato	4	1	0		
IUS/07	3	DIRITTO DEL LAVORO	4						
IUS/04	3	DIRITTO FALLIMENTARE	4						
IUS/12	3	DIRITTO TRIBUTARIO	4						
SECS-P/11	3	ECONOMIA DELLE AZIENDE DI CREDITO	8						
SECS-P/07	3	PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO - Contabilità e controllo dei costi (M1)	4						
SECS-P/07	3	REVISIONE AZIENDALE	4						
SECS-P/07	3	TEMI SPECIALI DI BILANCIO	4						
L-LIN	3	Seconda lingua (Lingua francese, spagnola, tedesca)	4	Lingua Francese/Tedesca (prima prova)	8	2	4		
	3	PROVA FINALE	2						
	3	STAGE	14	STAGE	20	3	6		
	3	Libera scelta	12						

Corso di laurea in ECONOMIA AZIENDALE (CLEA)				DU - Commercio Estero					
Curriculum MARKETING E DISTRIBUZIONE									
SSD	anno	INSEGNAMENTO	Crediti	INSEGNAMENTO	Crediti	Anno di corso	Crediti residui	Insegnamenti di destinazione dei crediti residui	Crediti assegnati
SECS-P/07	1	ECONOMIA AZIENDALE	8	Economia Aziendale	8	1	0		
INF/01	1	INFORMATICA	4	Informatica (idoneità)	4	2	0		
SECS-P/01	1	INTRODUZIONE ALLA MACROECONOMIA	8	Economia Internazionale	8	2	0		
SECS-P/01	1	INTRODUZIONE ALLA MICROECONOMIA	8	Economia Politica	8	1	0		
IUS/01	1	ISTITUZIONI DI DIRITTO - Elementi di Diritto Privato (M2)	4	Istituzioni di Diritto Privato	8	1	4		
IUS/09	1	ISTITUZIONI DI DIRITTO - Elementi di Diritto Pubblico (M1)	4	Istituzioni di Diritto Pubblico	8	1	4	Diritto dell'unione europea	4
L-LIN/12	1	LINGUA INGLESE	8	Lingua Inglese (prima prova)	8	2	0		
SECS-S/06	1	MATEMATICA	8	Matematica Generale	8	1	0		
SECS-P/12	1	STORIA ECONOMICA	8						
IUS/04	2	DIRITTO COMMERCIALE	8	Diritto Commerciale	8	2	0		
SECS-P/11	2	ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI - Sistema finanziario (M1)	4						
SECS-P/09	2	FINANZA AZIENDALE - Analisi finanziaria (M1)	4						
SECS-P/08	2	MARKETING - Marketing operativo (M2)	4						
SECS-P/08	2	MARKETING - Marketing strategico (M1)	4						
SECS-S/06	2	MATEMATICA FINANZIARIA	4						
SECS-P/07	2	METODOLOGIE E DETERMINAZIONI CONTABILI - Bilancio (M1)	4						
SECS-P/10	2	ORGANIZZAZIONE AZIENDALE - Comportamento organizzativo (M2)	4						
SECS-P/10	2	ORGANIZZAZIONE AZIENDALE - Forme organizzative (M1)	4	Organizzazione delle Aziende Commerciali (semestrale)	4	2	0		
SECS-P/03	2	SCIENZA DELLE FINANZE	4						
SECS-S/01	2	STATISTICA	8	Statistica	8	1	0		
SECS-S/03	3	ANALISI DI MERCATO	4	Analisi di Mercato (semestrale)	4	2	0		
IUS/14	3	DIRITTO DELL'UNIONE EUROPEA	4	Istituzioni di Diritto Pubblico	4	1	0		
				Diritto Commerciale Internazionale (semestrale)	4	3	0		
IUS/04	3	DIRITTO INDUSTRIALE	4						
SECS-P/08	3	ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE COMMERCIALI	8						
SECS-P/08	3	MARKETING DEI BENI DI CONSUMO	4						
SECS-P/08	3	MARKETING DEI BENI INDUSTRIALI	4						
SECS-P/08	3	MARKETING INTERNAZIONALE	4	Marketing Internazionale	8	2	4		
L-LIN	3	Seconda lingua (Lingua francese, spagnola, tedesca)	4	Lingua Francese/Tedesca (prima prova)	8	2	4		
SECS-P/13	3	TECNOLOGIA DEI CICLI PRODUTTIVI	4						
	3	PROVA FINALE	2						
	3	STAGE	14	stage	20	3	6		
	3	Libera scelta	12						

Corso di laurea in ECONOMIA AZIENDALE (CLEA)				DU - Commercio Estero					
Curriculum SERVIZI PUBBLICI									
SSD	anno	INSEGNAMENTO	Crediti	INSEGNAMENTO	Crediti	Anno di corso	Crediti residui	Insegnamenti di destinazione dei crediti residui	Crediti assegnati
SECS-P/07	1	ECONOMIA AZIENDALE	8	Economia Aziendale	8	1	0		
INF/01	1	INFORMATICA	4	Informatica (Ideneità)	4	2	0		
SECS-P/01	1	INTRODUZIONE ALLA MACROECONOMIA	8	Economia Internazionale	8	2	0		
SECS-P/01	1	INTRODUZIONE ALLA MICROECONOMIA	8	Economia Politica	8	1	0		
IUS/01	1	ISTITUZIONI DI DIRITTO - Elementi di Diritto Privato (M2)	4	Istituzioni di Diritto Privato	8	1	4	DIRITTO DEI CONTRATTI DI OUTSOURCING	4
IUS/09	1	ISTITUZIONI DI DIRITTO - Elementi di Diritto Pubblico (M1)	4	Istituzioni di Diritto Pubblico	8	1	4		
L-LIN/12	1	LINGUA INGLESE	8	Lingua Inglese (prima prova)	8	2	0		
SECS-S/06	1	MATEMATICA	8	Matematica Generale	8	1	0		
SECS-P/12	1	STORIA ECONOMICA	8						
IUS/04	2	DIRITTO COMMERCIALE	8	Diritto Commerciale	8	2	0		
SECS-P/11	2	ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI - Sistema finanziario (M1)	4						
SECS-P/09	2	FINANZA AZIENDALE - Analisi finanziaria (M1)	4						
SECS-P/08	2	MARKETING - Marketing strategico (M1)	4	Analisi di Mercato (semestrale)	4	2	0		
SECS-S/06	2	MATEMATICA FINANZIARIA	4						
SECS-P/07	2	METODOLOGIE E DETERMINAZIONI CONTABILI - Bilancio (M1)	4						
SECS-P/07	2	METODOLOGIE E DETERMINAZIONI CONTABILI - Bilancio degli enti pubblici (M1)	4						
SECS-P/10	2	ORGANIZZAZIONE AZIENDALE - Forme organizzative (M1)	4	Organizzazione delle Aziende Commerciali (semestrale)	4	2	0		
SECS-P/03	2	SCIENZA DELLE FINANZE	4						
SECS-P/03	2	SISTEMI DI WELFARE	4						
SECS-S/01	2	STATISTICA	8	Statistica	8	1	0		
IUS/07	3	DIRITTO DEI CONTRATTI DI OUTSOURCING	4	Istituzioni di Diritto Privato	4	1	0		
IUS/07	3	DIRITTO DEL LAVORO NEI SERVIZI PUBBLICI	4						
SECS-P/02	3	ECONOMIA DEL TERZO SETTORE E DEI SERVIZI PUBBLICI - Economia del terzo settore (M1)	4						
SECS-P/07	3	ECONOMIA DELLE AZIENDE E DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE (Gestione dei servizi pubblici)	4						
SECS-P/03	3	EFFETTI REDISTRIBUTIVI DELLE POLITICHE PUBBLICHE	4						
SECS-P/03	3	FEDERALISMO FISCALE	4						
SECS-P/03	3	ECONOMIA DEL TERZO SETTORE E DEI SERVIZI PUBBLICI - Offerta e finanziamento dei servizi locali (M2)	4						
SECS-P/10	3	ORGANIZZAZIONE DELLE RISORSE UMANE	4						
SECS-P/07	3	PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO DELLE AZIENDE PUBBLICHE	4						
L-LIN	3	Seconda lingua (Lingua francese, spagnola, tedesca)	4	Lingua Francese/Tedesca (prima prova)	8	2	4		
	3	PROVA FINALE	2						
	3	STAGE Libera scelta	14	STAGE	20	3	6		
			12						

Corso di laurea in ECONOMIA E MARKETING INTERNAZIONALE (CLEMI)			DU - Commercio Estero						
SSD	anno	INSEGNAMENTO	Crediti	INSEGNAMENTO	Crediti	Anno di corso	Crediti residui	Insegnamenti di destinazione dei crediti residui	Crediti assegnati
SECS-P/07	1	ECONOMIA AZIENDALE	8	Economia Aziendale	8	1	0		
INF/01	1	INFORMATICA	4	Informatica (Idoneità)	4	2	0		
IUS/01	1	ISTITUZIONI DI DIRITTO - Elementi di diritto privato (M2)	5	Istituzioni di Diritto Privato	8	1	3		
IUS/09	1	ISTITUZIONI DI DIRITTO - Elementi di diritto pubblico (M1)	3	Istituzioni di Diritto Pubblico	8	1	5	Diritto dell'Unione Europea	5
SECS-P/01	1	ISTITUZIONI DI ECONOMIA	8	Economia Politica	8	1	0		
L-LIN/12	1	LINGUA INGLESE I	8	Lingua Inglese (prima prova)	8	2	0		
SECS-P/08	1	MARKETING STRATEGICO	4	Analisi di Mercato (semestrale)	4	2	0		
SECS-S/06	1	METODI QUANTITATIVI I	4	Matematica Generale	8	1	4		
L-LIN	1	Seconda lingua I (Francese, Spagnolo, Tedesco)	4	Lingua Francese/Tedesca (prima prova)	8	2	4	Seconda lingua II (Francese, Spagnolo, Tedesco)	4
SECS-P/12	1	STORIA ECONOMICA	8						
SECS-P/07	2	METODOLOGIE E DETERMINAZIONI CONTABILI - Bilancio (M1)	4						
IUS/04	2	DIRITTO COMMERCIALE	4	Diritto Commerciale	8	2	4		
SECS-P/06	2	ECONOMIA INDUSTRIALE - Economia e istituzioni dei distretti industriali	4	Economia Internazionale - Industriale	8	3	0		
SECS-P/06	2	ECONOMIA INDUSTRIALE - Forme di mercato e organizzazione industriale	4						
SECS-P/02	2	ECONOMIA INTERNAZIONALE E NUOVI MERCATI	8	Economia Internazionale	8	2	0		
L-LIN/12	2	LINGUA INGLESE II	4	Lingua Inglese (seconda prova)	4	3	0		
SECS-P/08	2	MARKETING OPERATIVO	4	Economia e Gestione delle Imprese Commerciali (semestrale)	4	2	0		
SECS-S/06	2	METODI QUANTITATIVI II	4						
SECS-P/10	2	ORGANIZZAZIONE AZIENDALE - Comportamento organizzativo (M2)	4						
SECS-P/10	2	ORGANIZZAZIONE AZIENDALE - Forme organizzative (M1)	4	Organizzazione delle Aziende Commerciali (semestrale)	4	2	0		
SECS-P/03	2	SCIENZA DELLE FINANZE	4						
L-LIN	2	Seconda lingua II (Francese, Spagnolo, Tedesco)	4	Lingua Francese/Tedesca (prima prova)	4	2	0		
SECS-S/01	2	STATISTICA	8	Statistica	8	1	0		
M-STO/04	3	CULTURE NAZIONALI E RELAZIONI ECONOMICHE TRA PAESI	4	Economia e Tecnica degli Scambi Internazionali	8	3	4		
IUS/14	3	DIRITTO DELL'UNIONE EUROPEA	5	Istituzioni di Diritto Pubblico	5	1	0		
				Diritto Commerciale Internazionale (semestrale)	5	3	0		
SECS-P/11	3	FINANZA INTERNAZIONALE	8	Gestione Finanziaria e Valutaria	8	3	0		
SECS-P/02	3	INTEGRAZIONE EUROPEA E POLITICHE COMUNITARIE	4						
	3	LABORATORIO DI ANALISI DEI PAESI E DEI MERCATI	4						
L-LIN/12	3	LINGUA INGLESE III	4						
SECS-P/08	3	MARKETING INTERNAZIONALE	8	Marketing Internazionale	8	2	0		
L-LIN	3	Seconda lingua III (Francese, Spagnolo, Tedesco)	4	Lingua Francese/Tedesca (seconda prova)	4	3	0		
	3	PROVA FINALE	2						
	3	STAGE	11	Stage	20	3	9		
		Libera scelta	10						

		Corso di laurea in SCIENZE ECONOMICHE E SOCIALI (SES)	DU - Commercio Estero						
		Curriculum ECONOMIA E SOCIETA'							
SSD	anno	INSEGNAMENTO	Crediti	INSEGNAMENTO	Crediti	Anno di corso	Crediti residui	Insegnamenti di destinazione dei crediti residui	Crediti assegnati
SECS-P/07	1	ECONOMIA AZIENDALE	8	Economia Aziendale	8	1	0		
INF/01	1	INFORMATICA	4	Informatica (idoneità)	4	2	0		
SECS-P/01	1	INTRODUZIONE ALLA MACROECONOMIA	8	Economia Internazionale	8	2	0		
SECS-P/01	1	INTRODUZIONE ALLA MICROECONOMIA	8	Economia Politica	8	1	0		
IUS/01	1	ISTITUZIONI DI DIRITTO - Elementi di diritto privato (M2)	4	Istituzioni di Diritto Privato	8	1	4		
IUS/09	1	ISTITUZIONI DI DIRITTO - Elementi di diritto pubblico (M1)	4	Istituzioni di Diritto Pubblico	8	1	4	ECONOMIA INTERNAZIONALE E SVILUPPO ECONOMICO - Diritto dell'Unione Europea	4
L-LIN/12	1	LINGUA INGLESE	8	Lingua Inglese (prima prova)	8	2	0		
SECS-S/06	1	MATEMATICA	8	Matematica Generale	8	1	0		
SECS-P/12	1	STORIA ECONOMICA	8						
SECS-P/02	2	TEMI DI POLITICA ECONOMICA - Concorrenza, antitrust, regolamentazione	4						
SECS-P/02	2	TEMI DI POLITICA ECONOMICA - Economia dell'integrazione economica europea	4						
SECS-P/03	2	TEMI DI POLITICA ECONOMICA - Sistemi di welfare	4						
SECS-P/03	2	SCIENZA DELLE FINANZE	4						
IUS/04	2	DIRITTO COMMERCIALE	8	Diritto Commerciale	8	2	0		
SECS-P/11	2	ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI - Sistema finanziario (M1)	4						
SECS-P/01	2	TEMI DI ECONOMIA POLITICA - Macroeconomia	4						
SECS-P/01	2	TEMI DI ECONOMIA POLITICA - Microeconomia	4						
SECS-S/06	2	MATEMATICA FINANZIARIA	4						
SECS-S/01	2	STATISTICA	8	Statistica	8	1	0		
SECS-P/04	2	TEMI DI ECONOMIA POLITICA - Storia del pensiero economico	4						
SECS-P/02	3	ECONOMIA INDUSTRIALE, DEL LAVORO E DEL TERRITORIO - "Economia del lavoro	4						
SECS-P/06	3	ECONOMIA INDUSTRIALE, DEL LAVORO E DEL TERRITORIO - "Economia e istituzioni dei distretti industriali	4	Economia Internazionale - Industriale	8	3	4	ECONOMIA INTERNAZIONALE E SVILUPPO ECONOMICO - Teoria e politiche del commercio internazionale	4
SECS-P/06	3	ECONOMIA INDUSTRIALE, DEL LAVORO E DEL TERRITORIO - "Innovazione e sviluppo economico	4						
IUS/07	3	ECONOMIA INDUSTRIALE, DEL LAVORO E DEL TERRITORIO - Diritto del lavoro	4						
AGR/01	3	ECONOMIA INDUSTRIALE, DEL LAVORO E DEL TERRITORIO - Economia agraria	4						
SECS-P/06	3	ECONOMIA INDUSTRIALE, DEL LAVORO E DEL TERRITORIO - Economia dell'impresa	4	Economia e Gestione delle Imprese Commerciali (semestrale)	4	3	0		
SECS-P/01	3	ECONOMIA INDUSTRIALE, DEL LAVORO E DEL TERRITORIO - Economia di genere	4						
M-GGR/02	3	ECONOMIA INDUSTRIALE, DEL LAVORO E DEL TERRITORIO - Geografia economica	4						
AGR/01	3	ECONOMIA INDUSTRIALE, DEL LAVORO E DEL TERRITORIO - Politica agraria	4						
SECS-P/02	3	ECONOMIA INTERNAZIONALE E SVILUPPO ECONOMICO - "Economia monetaria internazionale	4						
SECS-P/01	3	ECONOMIA INTERNAZIONALE E SVILUPPO ECONOMICO - "Teoria e politiche del commercio internazionale	4	Economia Internazionale - Industriale	4	3	0		
IUS/14	3	ECONOMIA INTERNAZIONALE E SVILUPPO ECONOMICO - Diritto dell'Unione Europea	4	Istituzioni di Diritto Pubblico	4	1	0		
				Diritto Commerciale Internazionale (semestrale)	4	3	0		
SECS-P/06	3	ECONOMIA INTERNAZIONALE E SVILUPPO ECONOMICO - Economia dello sviluppo	4						
SECS-P/01	3	ECONOMIA INTERNAZIONALE E SVILUPPO ECONOMICO - Teoria della crescita	4						
SECS-P/02	3	ECONOMIA PUBBLICA - Economia del terzo settore	4						
SECS-P/03	3	ECONOMIA PUBBLICA - Effetti redistributivi delle politiche pubbliche	4						
SECS-P/03	3	ECONOMIA PUBBLICA - Federalismo fiscale	4						
SECS-P/03	3	ECONOMIA PUBBLICA - Offerta e finanziamento dei servizi locali	4						
SECS-P/05	3	METODI QUANTITATIVI - Introduzione all'econometria	4						
SECS-S/06	3	METODI QUANTITATIVI - Matematica per l'economia	4						
SECS-S/05	3	METODI QUANTITATIVI - Statistica sociale	4						
L-LIN	3	Seconda lingua (Lingua francese, spagnola, tedesca)	4	Lingua Francese/Tedesca (prima prova)	8	2	4		
SECS-P/12	3	STORIA E SOCIOLOGIA - Dalla meccanizzazione all'intelligenza artificiale	4						
SECS-P/04	3	STORIA E SOCIOLOGIA - Seminario di storia del pensiero economico	4						
SPS/09	3	STORIA E SOCIOLOGIA - Sociologia del lavoro	4						
SPS/07	3	STORIA E SOCIOLOGIA - Sociologia generale	4						
M-STO/04	3	STORIA E SOCIOLOGIA - Storia economica e politica della UE	4						
	3	PROVA FINALE	2						
	3	STAGE	14	Stage	20	3	6		
	3	Libera scelta	12						

Corso di laurea in SCIENZE ECONOMICHE E SOCIALI (SES)				DU - Commercio Estero					
Curriculum FINANZA E MONETA									
SSD	anno	INSEGNAMENTO	Crediti	INSEGNAMENTO	Crediti	Anno di corso	Crediti residui	Insegnamenti di destinazione dei crediti residui	Crediti assegnati
SECS-P/07	1	ECONOMIA AZIENDALE	8	Economia Aziendale	8	1	0		
INF/01	1	INFORMATICA	4	Informatica (idoneità)	4	2	0		
SECS-P/01	1	INTRODUZIONE ALLA MACROECONOMIA	8	Economia Internazionale	8	2	0		
SECS-P/01	1	INTRODUZIONE ALLA MICROECONOMIA	8	Economia Politica	8	1	0		
IUS/01	1	ISTITUZIONI DI DIRITTO - Elementi di diritto privato (M2)	4	Istituzioni di Diritto Privato	8	1	4		
IUS/09	1	ISTITUZIONI DI DIRITTO - Elementi di diritto pubblico (M1)	4	Istituzioni di Diritto Pubblico	8	1	4		
L-LIN/12	1	LINGUA INGLESE	8	Lingua Inglese (prima prova)	8	2	0		
SECS-S/06	1	MATEMATICA	8	Matematica Generale	8	1	0		
SECS-P/12	1	STORIA ECONOMICA	8						
IUS/04	2	DIRITTO COMMERCIALE	8	Diritto Commerciale	8	2	0		
SECS-P/11	2	ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI - Attività finanziarie (M2)	4						
SECS-P/11	2	ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI - Sistema finanziario (M1)	4						
SECS-P/02	2	ECONOMIA DELL'INTEGRAZIONE ECONOMICA EUROPEA	4						
SECS-P/01	2	MACROECONOMIA	4						
SECS-P/01	2	MICROECONOMIA	4						
SECS-S/06	2	MATEMATICA FINANZIARIA	4						
SECS-P/03	2	SCIENZA DELLE FINANZE	4						
SECS-S/01	2	STATISTICA	8	Statistica	8	1	0		
SECS-P/04	2	STORIA DEL PENSIERO ECONOMICO	4						
SECS-P/11	3	ECONOMIA DEL MERCATO MOBILIARE	4						
SECS-P/01	3	ECONOMIA MONETARIA	8						
SECS-S/06	3	MODELLI PER GLI INVESTIMENTI FINANZIARI I (Scelte di investimento e teoria del portafoglio)	4						
SECS-S/06	3	MODELLI PER GLI INVESTIMENTI FINANZIARI II (Prodotti derivati e gestione del rischio)	4						
INF/01	3	INTRODUZIONE ALLA PROGRAMMAZIONE E APPLICAZIONI PER LA FINANZA	8						
SECS-P/05	3	INTRODUZIONE ALL'ECONOMETRIA	4						
SECS-P/01	3	RISPARMIO E SCELTE FINANZIARIE DELLE FAMIGLIE	4						
SECS-P/03	3	TASSAZIONE ATTIVITA' FINANZIARIE	4						
L-LIN	3	Seconda lingua (Lingua francese, spagnola, tedesca)	4	Lingua Francese/Tedesca	8	2	4		
	3	PROVA FINALE	2						
	3	STAGE	14	stage	20	3	6		
	3	Libera scelta	12						

Corso di laurea in ECONOMIA AZIENDALE (CLEA)			DU - Economia e Amministrazione delle Imprese						
Curriculum AMMINISTRAZIONE E FINANZA									
SSD	anno	INSEGNAMENTO	Crediti	INSEGNAMENTO		Anno di corso	Crediti residui	Insegnamenti di destinazione dei crediti residui	Crediti assegnati
SECS-P/07	1	ECONOMIA AZIENDALE	8	Economia Aziendale	8	1	0		
INF/01	1	INFORMATICA	4	Informatica (idoneità)	4		0		
SECS-P/01	1	INTRODUZIONE ALLA MACROECONOMIA	8	Politica Economica	8	2	0		
SECS-P/01	1	INTRODUZIONE ALLA MICROECONOMIA	8	Economia Politica	8	1	0		
IUS/01	1	ISTITUZIONI DI DIRITTO - Elementi di Diritto Privato (M2)	4	Istituzioni di Diritto Privato	8	1	4	Diritto dei contratti	4
IUS/09	1	ISTITUZIONI DI DIRITTO - Elementi di Diritto Pubblico (M1)	4	Istituzioni di Diritto Pubblico	8	1	4		
L-LIN/12	1	LINGUA INGLESE	8	Lingua Inglese (idoneità)	8		0		
SECS-S/06	1	MATEMATICA	8	Matematica Generale	8	1	0		
SECS-P/12	1	STORIA ECONOMICA	8						
IUS/04	2	DIRITTO COMMERCIALE	8	Diritto Commerciale	8	2	0		
SECS-P/11	2	ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI - Attività finanziarie (M2)	4						
SECS-P/11	2	ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI - Sistema finanziario (M1)	4						
SECS-P/09	2	FINANZA AZIENDALE - Analisi finanziaria (M1)	4	Finanza Aziendale	8	2	0		
SECS-P/09	2	FINANZA AZIENDALE - Capital Budgeting (M2)	4						
SECS-P/08	2	MARKETING - Marketing strategico (M1)	4	Marketing (MGC) (semestrale)	4	3	0		
SECS-S/06	2	MATEMATICA FINANZIARIA	4	Matematica Finanziaria (BF) (semestrale)	4	3	0		
SECS-P/07	2	METODOLOGIE E DETERMINAZIONI CONTABILI - Bilancio (M1)	4	Programmazione e Controllo	8	2	4	PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO - Budgeting (M2)	4
SECS-P/10	2	ORGANIZZAZIONE AZIENDALE - Forme organizzative (M1)	4	Organizzazione Aziendale	8	2	4		
SECS-P/03	2	SCIENZA DELLE FINANZE	4	Scienza delle Finanze	8	2	4		
SECS-S/01	2	STATISTICA	8	Statistica	8	1	0		
IUS/04	3	DIRITTO DEI CONTRATTI	4	Istituzioni di Diritto Privato	4		0		
IUS/12	3	DIRITTO TRIBUTARIO	4	Diritto Tributario (ARLP) (semestrale)	4	3	0		
SECS-P/11	3	ECONOMIA DEL MERCATO MOBILIARE	4	Tecnica di Borsa (BF) (semestrale)	4	3	0		
SECS-P/11	3	ECONOMIA DELLE AZIENDE DI CREDITO	8	Tecnica Bancaria	8	2	0		
SECS-P/11	3	FINANZIAMENTI D'AZIENDA	8						
SECS-P/07	3	PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO - Budgeting (M2)	4	Programmazione e Controllo	4	2	0		
SECS-P/07	3	PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO - Contabilità e controllo dei costi (M1)	4	Analisi e Contabilità dei Costi (FM) (semestrale)	4	3	0		
L-LIN	3	Seconda lingua (Lingua francese, spagnola, tedesca)	4	Lingua Francese/Tedesca/Spagnola (idoneità)	4		0		
	3	PROVA FINALE	2						
	3	STAGE	14	STAGE (500 ORE)	20		6		
		Libera scelta	12						

Corso di laurea in ECONOMIA AZIENDALE (CLEA)									
Curriculum LIBERA PROFESSIONE				DU - Economia e Amministrazione delle Imprese					
SSD	anno	INSEGNAMENTO	Crediti	INSEGNAMENTO		Anno di corso	Crediti residui	Insegnamenti di destinazione dei crediti residui	Crediti assegnati
SECS-P/07	1	ECONOMIA AZIENDALE	8	Economia Aziendale		8	1	0	
INF/01	1	INFORMATICA	4	Informatica (idoneità)		4		0	
SECS-P/01	1	INTRODUZIONE ALLA MACROECONOMIA	8	Politica Economica		8	2	0	
SECS-P/01	1	INTRODUZIONE ALLA MICROECONOMIA	8	Economia Politica		8	1	0	
IUS/01	1	ISTITUZIONI DI DIRITTO - Elementi di Diritto Privato (M2)	4	Istituzioni di Diritto Privato		8	1	4	DIRITTO DEI CONTRATTI
IUS/09	1	ISTITUZIONI DI DIRITTO - Elementi di Diritto Pubblico (M1)	4	Istituzioni di Diritto Pubblico		8	1	4	
L-LIN/12	1	LINGUA INGLESE	8	Lingua Inglese (idoneità)		8		0	
SECS-S/06	1	MATEMATICA	8	Matematica Generale		8	1	0	
SECS-P/12	1	STORIA ECONOMICA	8						
IUS/04	2	DIRITTO COMMERCIALE	8	Diritto Commerciale		8	2	0	
SECS-P/11	2	ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI - Attività finanziarie (M2)	4	Tecnica di Borsa (BF) (semestrale)		4	3	0	
SECS-P/11	2	ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI - Sistema finanziario (M1)	4						
SECS-P/09	2	FINANZA AZIENDALE - Analisi finanziaria (M1)	4	Finanza Aziendale		8	2	0	
SECS-P/09	2	FINANZA AZIENDALE - Capital Budgeting (M2)	4						
SECS-P/08	2	MARKETING - Marketing strategico (M1)	4	Marketing (MGC) (semestrale)		4	3	0	
SECS-S/06	2	MATEMATICA FINANZIARIA	4	Matematica Finanziaria (BF) (semestrale)		4	3	0	
SECS-P/07	2	METODOLOGIE E DETERMINAZIONI CONTABILI - Bilancio (M1)	4	Programmazione e Controllo		8	2	4	PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO - Contabilità e controllo dei costi (M1)
SECS-P/10	2	ORGANIZZAZIONE AZIENDALE - Forme organizzative (M1)	4	Organizzazione Aziendale		8	2	4	
SECS-P/03	2	SCIENZA DELLE FINANZE	4	Scienza delle Finanze		8	2	4	
SECS-S/01	2	STATISTICA	8	Statistica		8	1	0	
IUS/04	3	DIRITTO DEI CONTRATTI	4	Istituzioni di Diritto Privato		4	1	0	
IUS/07	3	DIRITTO DEL LAVORO	4	Diritto del Lavoro (IDC) (semestrale)		4	3	0	
IUS/04	3	DIRITTO FALLIMENTARE	4	Diritto Fallimentare (ARLP) (semestrale)		4	3	0	
IUS/12	3	DIRITTO TRIBUTARIO	4	Diritto Tributario (ARLP) (semestrale)		4	3	0	
SECS-P/11	3	ECONOMIA DELLE AZIENDE DI CREDITO	8	Tecnica Bancaria		8	2	0	
SECS-P/07	3	PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO - Contabilità e controllo dei costi (M1)	4	Programmazione e Controllo		4	2	0	
SECS-P/07	3	REVISIONE AZIENDALE	4	Revisione Aziendale (ARLP) (semestrale)		4	3	0	
SECS-P/07	3	TEMI SPECIALI DI BILANCIO	4	Tecnica Professionale (ARLP) (semestrale)		4	3		
				Analisi e Contabilità dei Costi (FM) (semestrale)		4	3		
L-LIN	3	Seconda lingua (Lingua francese, spagnola, tedesca)	4	Lingua Francese/Tedesca/Spagnola (Idoneità)		4		0	
	3	PROVA FINALE	2						
	3	STAGE	14	STAGE (500 ORE)		20		6	
	3	Libera scelta	12						

Corso di laurea in ECONOMIA AZIENDALE (CLEA)				DU - Economia e Amministrazione delle Imprese					
Curriculum MARKETING E DISTRIBUZIONE									
SSD	anno	INSEGNAMENTO	Crediti	INSEGNAMENTO	Anno di corso	Crediti residui	Insegnamenti di destinazione dei crediti residui	Crediti assegnati	
SECS-P/07	1	ECONOMIA AZIENDALE	8	Economia Aziendale	8	1	0		
INF/01	1	INFORMATICA	4	Informatica (idoneità)	4		0		
SECS-P/01	1	INTRODUZIONE ALLA MACROECONOMIA	8	Politica Economica	8	2	0		
SECS-P/01	1	INTRODUZIONE ALLA MICROECONOMIA	8	Economia Politica	8	1	0		
IUS/01	1	ISTITUZIONI DI DIRITTO - Elementi di Diritto Privato (M2)	4	Istituzioni di Diritto Privato	8	1	4		
IUS/09	1	ISTITUZIONI DI DIRITTO - Elementi di Diritto Pubblico (M1)	4	Istituzioni di Diritto Pubblico	8	1	4	Diritto dell'unione europea 4	
L-LIN/12	1	LINGUA INGLESE	8	Lingua Inglese (idoneità)	8		0		
SECS-S/06	1	MATEMATICA	8	Matematica Generale	8	1	0		
SECS-P/12	1	STORIA ECONOMICA	8						
IUS/04	2	DIRITTO COMMERCIALE	8	Diritto Commerciale	8	2	0		
SECS-P/11	2	ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI - Sistema finanziario (M1)	4	Tecnica Bancaria	8	2	4		
SECS-P/09	2	FINANZA AZIENDALE - Analisi finanziaria (M1)	4	Finanza Aziendale	8	2	4		
SECS-P/08	2	MARKETING - Marketing operativo (M2)	4	Tecnica Industriale e Commerciale	8	2	0		
SECS-P/08	2	MARKETING - Marketing strategico (M1)	4						
SECS-S/06	2	MATEMATICA FINANZIARIA	4	Matematica Finanziaria (BF) (semestrale)	4	3	0		
SECS-P/07	2	METODOLOGIE E DETERMINAZIONI CONTABILI - Bilancio (M1)	4	Programmazione e Controllo	8	2	4		
SECS-P/10	2	ORGANIZZAZIONE AZIENDALE - Comportamento organizzativo (M2)	4	Organizzazione Aziendale	8	2	0		
SECS-P/10	2	ORGANIZZAZIONE AZIENDALE - Forme organizzative (M1)	4						
SECS-P/03	2	SCIENZA DELLE FINANZE	4	Scienza delle Finanze	8	2	4		
SECS-S/01	2	STATISTICA	8	Statistica	8	1	0		
SECS-S/03	3	ANALISI DI MERCATO	4	Analisi di mercato (MGC) (semestrale)	4	3	0		
IUS/14	3	DIRITTO DELL'UNIONE EUROPEA	4	Istituzioni di Diritto Pubblico	4	1			
IUS/04	3	DIRITTO INDUSTRIALE	4						
SECS-P/08	3	ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE COMMERCIALI	8						
SECS-P/08	3	MARKETING DEI BENI DI CONSUMO	4	Marketing (MGC) (semestrale)	4	3	0		
SECS-P/08	3	MARKETING DEI BENI INDUSTRIALI	4						
SECS-P/08	3	MARKETING INTERNAZIONALE	4	Marketing Internazionale (MGC) (semestrale)	4	3	0		
L-LIN	3	Seconda lingua (Lingua francese, spagnola, tedesca)	4	Lingua Francese/Tedesca/Spagnola (idoneità)	4		0		
SECS-P/13	3	TECNOLOGIA DEI CICLI PRODUTTIVI	4						
	3	PROVA FINALE	2						
	3	STAGE	14	STAGE (500 ORE)	20		6		
	3	Libera scelta	12						

Corso di laurea in ECONOMIA AZIENDALE (CLEA)				DU - Economia e Amministrazione delle Imprese				
Curriculum SERVIZI PUBBLICI								
SSD	anno	INSEGNAMENTO	Crediti	INSEGNAMENTO	Anno di corso	Crediti residui	Insegnamenti di destinazione dei crediti residui	Crediti assegnati
SECS-P/07	1	ECONOMIA AZIENDALE	8	Economia Aziendale	8	1	0	
INF/01	1	INFORMATICA	4	Informatica (idoneità)	4		0	
SECS-P/01	1	INTRODUZIONE ALLA MACROECONOMIA	8	Politica Economica	8	2	0	
SECS-P/01	1	INTRODUZIONE ALLA MICROECONOMIA	8	Economia Politica	8	1	0	
IUS/01	1	ISTITUZIONI DI DIRITTO - Elementi di Diritto Privato (M2)	4	Istituzioni di Diritto Privato	8	1	4	Diritto dei contratti di outsourcing
IUS/09	1	ISTITUZIONI DI DIRITTO - Elementi di Diritto Pubblico (M1)	4	Istituzioni di Diritto Pubblico	8	1	4	
L-LIN/12	1	LINGUA INGLESE	8	Lingua Inglese (idoneità)	8		0	
SECS-S/06	1	MATEMATICA	8	Matematica Generale	8	1	0	
SECS-P/12	1	STORIA ECONOMICA	8					
IUS/04	2	DIRITTO COMMERCIALE	8	Diritto Commerciale	8	2	0	
SECS-P/11	2	ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI - Sistema finanziario (M1)	4	Tecnica Bancaria	8	2	4	
SECS-P/09	2	FINANZA AZIENDALE - Analisi finanziaria (M1)	4	Finanza Aziendale	8	2	4	
SECS-P/08	2	MARKETING - Marketing strategico (M1)	4	Marketing (MGC) (semestrale)	4	3	0	
SECS-S/06	2	MATEMATICA FINANZIARIA	4	Matematica Finanziaria (BF) (semestrale)	4	3	0	
SECS-P/07	2	METODOLOGIE E DETERMINAZIONI CONTABILI - Bilancio (M1)	4	Programmazione e Controllo	8	2	0	
SECS-P/07	2	METODOLOGIE E DETERMINAZIONI CONTABILI - Bilancio degli enti pubblici (M2)	4					
SECS-P/10	2	ORGANIZZAZIONE AZIENDALE - Forme organizzative (M1)	4	Organizzazione Aziendale	8	2	4	
SECS-P/03	2	SCIENZA DELLE FINANZE	4	Scienza delle Finanze	8	2	0	
SECS-P/03	2	SISTEMI DI WELFARE	4					
SECS-S/01	2	STATISTICA	8	Statistica	8	1	0	
IUS/07	3	DIRITTO DEI CONTRATTI DI OUTSOURCING	4	Istituzioni di Diritto Privato	4	1	0	
IUS/07	3	DIRITTO DEL LAVORO NEI SERVIZI PUBBLICI	4	Diritto del Lavoro (IDC) (semestrale)	4	3	0	
SECS-P/02	3	ECONOMIA DEL TERZO SETTORE E DEI SERVIZI PUBBLICI - Economia del terzo settore (M1)	4					
SECS-P/07	3	ECONOMIA DELLE AZIENDE E DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE (Gestione dei servizi pubblici)	4	Economia e Gestione delle Imprese di Servizi (IDC) (semestrale)	4	3	0	
SECS-P/03	3	EFFETTI REDISTRIBUTIVI DELLE POLITICHE PUBBLICHE	4					
SECS-P/03	3	FEDERALISMO FISCALE	4					
SECS-P/03	3	ECONOMIA DEL TERZO SETTORE E DEI SERVIZI PUBBLICI - Offerta e finanziamento dei servizi locali (M2)	4					
SECS-P/10	3	ORGANIZZAZIONE DELLE RISORSE UMANE	4	Organizzazione e Gestione delle Risorse Umane (FM) (semestrale)	4	3	0	
SECS-P/07	3	PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO DELLE AZIENDE PUBBLICHE	4	Analisi e Contabilità dei Costi (FM) (semestrale)	4	3	0	
L-LIN	3	Seconda lingua (Lingua francese, spagnola, tedesca)	4	Lingua Francese/Tedesca/Spagnola (idoneità)	4		0	
	3	PROVA FINALE	2					
	3	STAGE	14	STAGE (500 ORE)	20		6	
		Libera scelta	12					

Corso di laurea in ECONOMIA E MARKETING INTERNAZIONALE (CLEMI)				DU - Economia e Amministrazione delle Imprese					
SSD	anno	INSEGNAMENTO	Crediti	INSEGNAMENTO	Crediti	Anno di corso	Crediti residui	Insegnamenti di destinazione dei crediti residui	Crediti assegnati
SECS-P/07	1	ECONOMIA AZIENDALE	8	Economia Aziendale	8	1	0		
INF/01	1	INFORMATICA	4	Informatica (idoneità)	4		0		
IUS/01	1	ISTITUZIONI DI DIRITTO - Elementi di diritto privato (M2)	5	Istituzioni di Diritto Privato	8	1	3		
IUS/09	1	ISTITUZIONI DI DIRITTO - Elementi di diritto pubblico (M1)	3	Istituzioni di Diritto Pubblico	8	1	5	DIRITTO DELL'UNIONE EUROPEA	5
SECS-P/01	1	ISTITUZIONI DI ECONOMIA	8	Economia Politica	8	1	0		
L-LIN/12	1	LINGUA INGLESE I	8	Lingua Inglese (idoneità)	8		0		
SECS-P/08	1	MARKETING STRATEGICO	4	Marketing (MGC) (semestrale)	4	3	0		
SECS-S/06	1	METODI QUANTITATIVI I	4	Matematica Generale	8	1	4		
L-LIN	1	Seconda lingua I (Francese, Spagnolo, Tedesco)	4	Lingua Francese/Tedesca/Spagnola (Idoneità)	4		0		
SECS-P/12	1	STORIA ECONOMICA	8						
SECS-P/07	2	METODOLOGIE E DETERMINAZIONI CONTABILI - Bilancio (M1)	4	Programmazione e Controllo	8	2	4		
IUS/04	2	DIRITTO COMMERCIALE	4	Diritto Commerciale	8	2	4		
SECS-P/06	2	ECONOMIA INDUSTRIALE - Economia e istituzioni dei distretti industriali	4						
SECS-P/06	2	ECONOMIA INDUSTRIALE - Forme di mercato e organizzazione industriale	4						
SECS-P/02	2	ECONOMIA INTERNAZIONALE E NUOVI MERCATI	8						
L-LIN/12	2	LINGUA INGLESE II	4						
SECS-P/08	2	MARKETING OPERATIVO	4						
SECS-S/06	2	METODI QUANTITATIVI II	4						
SECS-P/10	2	ORGANIZZAZIONE AZIENDALE - Forme organizzative (M1)	4	Organizzazione Aziendale	8	2	0		
SECS-P/10	2	ORGANIZZAZIONE AZIENDALE - Comportamento organizzativo (M2)	4						
SECS-P/03	2	SCIENZA DELLE FINANZE	4	Scienza delle Finanze	8	2	4		
L-LIN	2	Seconda lingua II (Francese, Spagnolo, Tedesco)	4						
SECS-S/01	2	STATISTICA	8	Statistica	8	1	0		
M-STO/04	3	CULTURE NAZIONALI E RELAZIONI ECONOMICHE TRA PAESI	4						
IUS/14	3	DIRITTO DELL'UNIONE EUROPEA	5	Istituzioni di Diritto Pubblico	5	1	0		
SECS-P/11	3	FINANZA INTERNAZIONALE	8	Finanza Aziendale	8	2	0		
SECS-P/02	3	INTEGRAZIONE EUROPEA E POLITICHE COMUNITARIE	4						
	3	LABORATORIO DI ANALISI DEI PAESI E DEI MERCATI	4						
L-LIN/12	3	LINGUA INGLESE III	4						
SECS-P/08	3	MARKETING INTERNAZIONALE	8						
L-LIN	2	Seconda lingua III (Francese, Spagnolo, Tedesco)	4						
	3	PROVA FINALE	2						
	3	STAGE	11	STAGE (500 ORE)	20		9		
		Libera scelta	10						

		Corso di laurea in SCIENZE ECONOMICHE E SOCIALI (SES)											
		Curriculum ECONOMIA E SOCIETA'		DU - Economia e Amministrazione delle Imprese									
SSD	anno	INSEGNAMENTO	Crediti	INSEGNAMENTO	Crediti	Anno di corso	Crediti residui	Insegnamenti di destinazione dei crediti residui				Crediti assegnati	
SECS-P/07	1	ECONOMIA AZIENDALE	8	Economia Aziendale	8	1	0						
INF/01	1	INFORMATICA	4	Informatica (idoneità)	4		0						
SECS-P/01	1	INTRODUZIONE ALLA MACROECONOMIA	8	Politica Economica	8	2	0						
SECS-P/01	1	INTRODUZIONE ALLA MICROECONOMIA	8	Economia Politica	8	1	0						
IUS/01	1	ISTITUZIONI DI DIRITTO - Elementi di diritto privato (M2)	4	Istituzioni di Diritto Privato	8	1	4						
IUS/09	1	ISTITUZIONI DI DIRITTO - Elementi di diritto pubblico (M1)	4	Istituzioni di Diritto Pubblico	8	1	4	ECONOMIA INTERNAZIONALE E SVILUPPO ECONOMICO - Diritto dell'Unione Europea				4	
L-LIN/12	1	LINGUA INGLESE	8	Lingua Inglese (idoneità)	8		0						
SECS-S/06	1	MATEMATICA	8	Matematica Generale	8	1	0						
SECS-P/12	1	STORIA ECONOMICA	8										
SECS-P/02	2	TEMI DI POLITICA ECONOMICA - Concorrenza, antitrust, regolamentazione	4										
SECS-P/02	2	TEMI DI POLITICA ECONOMICA - Economia dell'integrazione economica europea	4										
SECS-P/03	2	TEMI DI POLITICA ECONOMICA - Sistemi di welfare	4										
SECS-P/03	2	SCIENZA DELLE FINANZE	4	Scienza delle Finanze	8	2	0						
IUS/04	2	DIRITTO COMMERCIALE	8	Diritto Commerciale	8	2	0						
SECS-P/11	2	ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI - Sistema finanziario (M1)	4	Tecnica di Borsa (BF) (semestrale)	4	3	0						
SECS-P/01	2	TEMI DI ECONOMIA POLITICA - Macroeconomia	4										
SECS-P/01	2	TEMI DI ECONOMIA POLITICA - Microeconomia	4										
SECS-S/06	2	MATEMATICA FINANZIARIA	4	Matematica Finanziaria (BF) (semestrale)	4	3	0						
SECS-S/01	2	STATISTICA	8	Statistica	8	1	0						
SECS-P/04	2	TEMI DI ECONOMIA POLITICA - Storia del pensiero economico	4										
SECS-P/02	3	ECONOMIA INDUSTRIALE, DEL LAVORO E DEL TERRITORIO - *Economia del lavoro	4										
SECS-P/06	3	ECONOMIA INDUSTRIALE, DEL LAVORO E DEL TERRITORIO - *Economia e istituzioni dei distretti industriali	4										
SECS-P/06	3	ECONOMIA INDUSTRIALE, DEL LAVORO E DEL TERRITORIO - *Innovazione e sviluppo economico	4										
IUS/07	3	ECONOMIA INDUSTRIALE, DEL LAVORO E DEL TERRITORIO - Diritto del lavoro	4	Diritto del Lavoro (IDC) (semestrale)	4	3	0						
AGR/01	3	ECONOMIA INDUSTRIALE, DEL LAVORO E DEL TERRITORIO - Economia agraria	4										
SECS-P/06	3	ECONOMIA INDUSTRIALE, DEL LAVORO E DEL TERRITORIO - Economia dell'impresa	4	Economia e Gestione delle Imprese Commerciali (IDC, MGC) (semestrale)	4	3	0						
SECS-P/01	3	ECONOMIA INDUSTRIALE, DEL LAVORO E DEL TERRITORIO - Economia di genere	4										
M-GGR/02	3	ECONOMIA INDUSTRIALE, DEL LAVORO E DEL TERRITORIO - Geografia economica	4										
AGR/01	3	ECONOMIA INDUSTRIALE, DEL LAVORO E DEL TERRITORIO - Politica agraria	4										
SECS-P/02	3	ECONOMIA INTERNAZIONALE E SVILUPPO ECONOMICO - *Economia monetaria internazionale	4										
SECS-P/01	3	ECONOMIA INTERNAZIONALE E SVILUPPO ECONOMICO - *Teoria e politiche del commercio internazionale	4										
IUS/14	3	ECONOMIA INTERNAZIONALE E SVILUPPO ECONOMICO - Diritto dell'Unione Europea	4	Istituzioni di Diritto Pubblico	4	1	0						
SECS-P/06	3	ECONOMIA INTERNAZIONALE E SVILUPPO ECONOMICO - Economia dello sviluppo	4										
SECS-P/01	3	ECONOMIA INTERNAZIONALE E SVILUPPO ECONOMICO - Teoria della crescita	4										
SECS-P/02	3	ECONOMIA PUBBLICA - Economia del terzo settore	4										
SECS-P/03	3	ECONOMIA PUBBLICA - Effetti redistributivi delle politiche pubbliche	4										
SECS-P/03	3	ECONOMIA PUBBLICA - Federalismo fiscale	4										
SECS-P/03	3	ECONOMIA PUBBLICA - Offerta e finanziamento dei servizi locali	4										
SECS-P/05	3	METODI QUANTITATIVI - Introduzione all'econometria	4										
SECS-S/06	3	METODI QUANTITATIVI - Matematica per l'economia	4										
SECS-S/05	3	METODI QUANTITATIVI - Statistica sociale	4										
L-LIN	3	Seconda lingua (Lingua francese, spagnola, tedesca)	4	Lingua Francese/Tedesca/Spagnola (idoneità)	4		0						
SECS-P/12	3	STORIA E SOCIOLOGIA - Dalla meccanizzazione all'intelligenza artificiale	4										
SECS-P/04	3	STORIA E SOCIOLOGIA - Seminario di storia del pensiero economico	4										
SPS/07	3	STORIA E SOCIOLOGIA - Sociologia generale	4										
SPS/09	3	STORIA E SOCIOLOGIA - Sociologia del lavoro	4										
M-STO/04	3	STORIA E SOCIOLOGIA - Storia economica e politica della UE	4										
	3	PROVA FINALE	2										
	3	STAGE	14	STAGE (500 ORE)	20		6						
	3	Libera scelta	12										

Corso di laurea in
Economia aziendale
Curriculum AMMINISTRAZIONE E FINANZA

docenti	insegnamenti	propedeuticità	
esami a libera scelta	offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno	
offerta formativa 3° e 4° anno	offerta formativa dopo la laurea	archivio guide della Facoltà	

Insegnamenti per anno di corso ([1°](#), [2°](#), [3°](#))
Programmi (cliccare sui nomi degli insegnamenti)

[altri curricula](#)

primo anno	Crediti
ECONOMIA AZIENDALE	8
INFORMATICA	4
INTRODUZIONE ALLA MACROECONOMIA	8
INTRODUZIONE ALLA MICROECONOMIA	8
ISTITUZIONI DI DIRITTO	
M1 - Elementi di diritto pubblico	4
M2 - Elementi di diritto privato	4
LINGUA INGLESE	8
MATEMATICA	8
STORIA ECONOMICA	8
totale crediti	60
	<input type="text"/>
secondo anno	
DIRITTO COMMERCIALE	8
ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI	
M1 - Sistema finanziario	4
M2 - Attività finanziarie	4
FINANZA AZIENDALE	
M1 - Analisi finanziaria	4
M2 - Capital budgeting	4
MARKETING	
M1 - Marketing strategico	4
MATEMATICA FINANZIARIA	4
METODOLOGIE E DETERMINAZIONI CONTABILI	
M1 - Bilancio	4
ORGANIZZAZIONE AZIENDALE	
M1 - Forme organizzative	4
SCIENZA DELLE FINANZE	4
STATISTICA	8
LIBERA SCELTA	8
totale crediti	60
	<input type="text"/>
terzo anno	
DIRITTO DEI CONTRATTI	4
DIRITTO TRIBUTARIO	4
ECONOMIA DELLE AZIENDE DI CREDITO	8
ECONOMIA DEL MERCATO MOBILIARE	4
FINANZIAMENTI D'AZIENDA	8

PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO	
M1 - Contabilità e controllo dei costi	4
M2 - Budgeting	4
SECONDA LINGUA (FRANCESE / SPAGNOLO / TEDESCO)	4
LIBERA SCELTA	4
STAGE	14
PROVA FINALE	2
totale crediti	60

Corso di laurea in Economia aziendale

Curriculum LIBERA PROFESSIONE

docenti	insegnamenti	propedeuticità
esami a libera scelta	offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno
offerta formativa 3° e 4° anno	offerta formativa dopo la laurea	archivio guide della Facoltà

Insegnamenti per anno di corso (1°, 2°, 3°)

altri curricula

Programmi (cliccare sui nomi degli insegnamenti)

primo anno	Crediti
ECONOMIA AZIENDALE	8
INFORMATICA	4
INTRODUZIONE ALLA MACROECONOMIA	8
INTRODUZIONE ALLA MICROECONOMIA	8
ISTITUZIONI DI DIRITTO	
M1 - Elementi di diritto pubblico	4
M2 - Elementi di diritto privato	4
LINGUA INGLESE	8
MATEMATICA	8
STORIA ECONOMICA	8
totale crediti	60

secondo anno	Crediti
DIRITTO COMMERCIALE	8
ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI	
M1 - Sistema finanziario	4
M2 - Attività finanziarie	4
FINANZA AZIENDALE	
M1 - Analisi finanziaria	4
M2 - Capital budgeting	4
MARKETING	
M1 - Marketing strategico	4
MATEMATICA FINANZIARIA	4
METODOLOGIE E DETERMINAZIONI CONTABILI	
M1 - Bilancio	4
ORGANIZZAZIONE AZIENDALE	
M1 - Forme organizzative	4
SCIENZA DELLE FINANZE	4
STATISTICA	8
LIBERA SCELTA	8
totale crediti	60

terzo anno	Crediti
DIRITTO DEI CONTRATTI	4
DIRITTO DEL LAVORO	4
DIRITTO FALLIMENTARE	4
DIRITTO TRIBUTARIO	4

ECONOMIA DELLE AZIENDE DI CREDITO	8
PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO	
M1 - Contabilità e controllo dei costi	4
REVISIONE AZIENDALE	4
SECONDA LINGUA (FRANCESE/SPAGNOLO/TEDESCO)	4
TEMI SPECIALI DI BILANCIO	4
LIBERA SCELTA	4
STAGE	14
PROVA FINALE	2
totale crediti	60

Corso di laurea in Economia aziendale

Curriculum MARKETING E DISTRIBUZIONE

docenti	insegnamenti	propedeuticità
esami a libera scelta	offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno
offerta formativa 3° e 4° anno	offerta formativa dopo la laurea	archivio guide della Facoltà

Insegnamenti per anno di corso (1°, 2°, 3°)
Programmi (cliccare sui nomi degli insegnamenti)

altri curricula

primo anno	Crediti
ECONOMIA AZIENDALE	8
INFORMATICA	4
INTRODUZIONE ALLA MACROECONOMIA	8
INTRODUZIONE ALLA MICROECONOMIA	8
ISTITUZIONI DI DIRITTO	
M1 - Elementi di diritto pubblico	4
M2 - Elementi di diritto privato	4
LINGUA INGLESE	8
MATEMATICA	8
STORIA ECONOMICA	8
totale crediti	60

secondo anno	Crediti
DIRITTO COMMERCIALE	8
ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI	
M1 - Sistema finanziario	4
FINANZA AZIENDALE	
M1 - Analisi finanziaria	4
MARKETING	
M1 - Marketing strategico	4
M2 - Marketing operativo	4
MATEMATICA FINANZIARIA	4
METODOLOGIE E DETERMINAZIONI CONTABILI	
M1 - Bilancio	4
ORGANIZZAZIONE AZIENDALE	
M1 - Forme organizzative	4
M2 - Comportamento organizzativo	4
SCIENZA DELLE FINANZE	4
STATISTICA	8
LIBERA SCELTA	8
totale crediti	60

terzo anno	Crediti
ANALISI DI MERCATO	4
DIRITTO DELL'UNIONE EUROPEA	4
DIRITTO INDUSTRIALE	4
ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE COMMERCIALI	8

MARKETING DEI BENI DI CONSUMO	4
MARKETING DEI BENI INDUSTRIALI	4
MARKETING INTERNAZIONALE	4
TECNOLOGIA DEI CICLI PRODUTTIVI	4
SECONDA LINGUA (FRANCESE/SPAGNOLO/TEDESCO)	4
LIBERA SCELTA	4
STAGE	14
PROVA FINALE	2
totale crediti	60
	<input type="text"/>

Corso di laurea in Economia aziendale

Curriculum SERVIZI PUBBLICI

docenti	insegnamenti	propedeuticità
esami a libera scelta	offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno
offerta formativa 3° e 4° anno	offerta formativa dopo la laurea	archivio guide della Facoltà

Insegnamenti per anno di corso (1°, 2°, 3°)

altri curricula

Programmi (cliccare sui nomi degli insegnamenti)

primo anno	Crediti
ECONOMIA AZIENDALE	8
INFORMATICA	4
INTRODUZIONE ALLA MACROECONOMIA	8
INTRODUZIONE ALLA MICROECONOMIA	8
ISTITUZIONI DI DIRITTO	
M1 - Elementi di diritto pubblico	4
M2 - Elementi di diritto privato	4
LINGUA INGLESE	8
MATEMATICA	8
STORIA ECONOMICA	8
totale crediti	60

secondo anno	Crediti
DIRITTO COMMERCIALE	8
ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI	
M1 - Sistema finanziario	4
FINANZA AZIENDALE	
M1 - Analisi finanziaria	4
MARKETING	
M1 - Marketing strategico	4
MATEMATICA FINANZIARIA	4
METODOLOGIE E DETERMINAZIONI CONTABILI	
M1 - Bilancio	4
M2 - Bilancio degli enti pubblici	4
ORGANIZZAZIONE AZIENDALE	
M1 - Forme organizzative	4
SCIENZA DELLE FINANZE	4
SISTEMI DI WELFARE	4
STATISTICA	8
LIBERA SCELTA	8
totale crediti	60

terzo anno	Crediti
DIRITTO DEI CONTRATTI DI OUTSOURCING	4
DIRITTO DEL LAVORO NEI SERVIZI PUBBLICI	4
ECONOMIA DELLE AZIENDE E DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE (Gestione dei servizi pubblici)	4
ECONOMIA DEL TERZO SETTORE E DEI SERVIZI PUBBLICI	

M1 - Economia del terzo settore	4
M2 - Offerta e finanziamento dei servizi locali	4
EFFETTI REDISTRIBUTIVI DELLE POLITICHE PUBBLICHE	4
FEDERALISMO FISCALE	4
ORGANIZZAZIONE DELLE RISORSE UMANE	4
PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO DELLE AZIENDE PUBBLICHE	4
SECONDA LINGUA (FRANCESE/SPAGNOLO/TEDESCO)	4
LIBERA SCELTA	4
STAGE	14
PROVA FINALE	2
totale crediti	60

Corso di laurea in
Economia e marketing internazionale

docenti	insegnamenti	propedeuticità
esami a libera scelta	offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno
offerta formativa 3° e 4° anno	offerta formativa dopo la laurea	

Insegnamenti per anno di corso ([1°](#), [2°](#), [3°](#))

Programmi (cliccare sui nomi degli insegnamenti)

primo anno	Crediti
ECONOMIA AZIENDALE	8
INFORMATICA	4
ISTITUZIONI DI DIRITTO	
M1 - Elementi di diritto pubblico	3
M2 - Elementi di diritto privato	5
ISTITUZIONI DI ECONOMIA	8
LINGUA INGLESE I	8
MARKETING STRATEGICO	4
METODI QUANTITATIVI I	4
SECONDA LINGUA I (FRANCESE / SPAGNOLO / TEDESCO)	4
STORIA ECONOMICA	8
LIBERA SCELTA	4
totale crediti	60

secondo anno	
DIRITTO COMMERCIALE	4
ECONOMIA INDUSTRIALE	
M1 - Forme di mercato e organizzazione industriale	4
M2 - Economia e istituzioni dei distretti industriali	4
ECONOMIA INTERNAZIONALE E NUOVI MERCATI	8
LINGUA INGLESE II	4
MARKETING OPERATIVO	4
METODI QUANTITATIVI II	4
METODOLOGIE E DETERMINAZIONI CONTABILI	
M1 - Bilancio	4
ORGANIZZAZIONE AZIENDALE	
M1 - Forme organizzative	4
M2 - Comportamento organizzativo	4
SCIENZA DELLE FINANZE	4
SECONDA LINGUA II (FRANCESE / SPAGNOLO / TEDESCO)	4
STATISTICA	8
totale crediti	60

terzo anno	
CULTURE NAZIONALI E RELAZIONI ECONOMICHE TRA PAESI	4
DIRITTO DELL'UNIONE EUROPEA	5
FINANZA INTERNAZIONALE	8
INTEGRAZIONE EUROPEA E POLITICHE COMUNITARIE	4
LABORATORIO DI ANALISI DEI PAESI E DEI MERCATI	4

LINGUA INGLESE III	4
MARKETING INTERNAZIONALE	8
SECONDA LINGUA III (FRANCESE / SPAGNOLO / TEDESCO)	4
LIBERA SCELTA	6
STAGE	11
PROVA FINALE	2
totale crediti	60
	<input type="text"/>

Corso di laurea in
Scienze economiche e sociali
Curriculum ECONOMIA E SOCIETA'

docenti	insegnamenti	propedeuticità
esami a libera scelta	offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno
offerta formativa 3° e 4° anno	offerta formativa dopo la laurea	archivio guide della Facoltà

Insegnamenti per anno di corso ([1°](#), [2°](#), [3°](#))

[altro curriculum](#)

Programmi (cliccare sui nomi degli insegnamenti)

primo anno	Crediti
ECONOMIA AZIENDALE	8
INFORMATICA	4
INTRODUZIONE ALLA MACROECONOMIA	8
INTRODUZIONE ALLA MICROECONOMIA	8
ISTITUZIONI DI DIRITTO	
M1 - Elementi di diritto pubblico	4
M2 - Elementi di diritto privato	4
LINGUA INGLESE	8
MATEMATICA	8
STORIA ECONOMICA	8
totale crediti	60

secondo anno	Crediti
DIRITTO COMMERCIALE	8
ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI	
M1 - Sistema finanziario	4
MATEMATICA FINANZIARIA	4
SCIENZA DELLE FINANZE	4
STATISTICA	8
TEMI DI ECONOMIA POLITICA	
M1 - Macroeconomia	4
M2 - Microeconomia	4
M3 - Storia del pensiero economico	4
TEMI DI POLITICA ECONOMICA	
M1 - Concorrenza, antitrust, regolamentazione	4
M2 - Economia dell'integrazione economica europea	4
M3 - Sistemi di welfare	4
LIBERA SCELTA	8
totale crediti	60

terzo anno	Crediti
ECONOMIA INDUSTRIALE, DEL LAVORO E DEL TERRITORIO	

M1 - *Economia del lavoro	4
M2 - *Economia e istituzioni dei distretti industriali	4
M3 - *Innovazione e sviluppo economico	4
M4 - Diritto del lavoro	4
M5 - Economia agraria	4
M6 - Economia dell'impresa	4
M7 - Economia di genere	4
M8 - Geografia economica	4
M9 - Politica agraria	4
ECONOMIA INTERNAZIONALE E SVILUPPO ECONOMICO	
M1 - *Economia monetaria internazionale	4
M2 - *Teoria e politiche del commercio internazionale	4
M3 - Diritto dell'Unione Europea	4
M4 - Economia dello sviluppo	4
M5 - Teoria della crescita	4
ECONOMIA PUBBLICA	
M1 - Economia del terzo settore	4
M2 - Effetti redistributivi delle politiche pubbliche	4
M3 - Federalismo fiscale	4
M4 - Offerta e finanziamento dei servizi locali	4
METODI QUANTITATIVI	
M1 - Introduzione all'econometria	4
M2 - Matematica per l'economia	4
M3 - Statistica sociale	4
STORIA E SOCIOLOGIA	
M1 - Dalla meccanizzazione all'intelligenza artificiale	4
M2 - Seminario di storia del pensiero economico	4
M3 - Sociologia del lavoro	4
M4 - Sociologia generale	4
M5 - Storia economica e politica della UE	4
SECONDA LINGUA (FRANCESE/SPAGNOLO/TEDESCO)	
LIBERA SCELTA	4
PROVA FINALE, APPLICAZIONI ASSOCIATE AI CORSI O TIROCINI	16
totale crediti	60

annotazioni:

(*) I corsi obbligatori dentro le aree sono contrassegnati da un asterisco.

Al 3° anno di corso:

- Ogni studente deve scegliere almeno due di queste aree, per un totale di 36 crediti.

- Per ogni area selezionata il numero minimo di crediti deve essere 12.
- Agli studenti che intendono proseguire nel biennio di specializzazione nella classe di Scienze economiche si consiglia di seguire i corsi dell'area Metodi quantitativi.

Corso di laurea in
Scienze economiche e sociali
Curriculum FINANZA E MONETA

docenti	insegnamenti	propedeuticità
esami a libera scelta	offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno
offerta formativa 3° e 4° anno	offerta formativa dopo la laurea	archivio guide della Facoltà

Insegnamenti per anno di corso ([1°](#), [2°](#), [3°](#))

[altro curriculum](#)

Programmi (cliccare sui nomi degli insegnamenti)

primo anno	Crediti
ECONOMIA AZIENDALE	8
INFORMATICA	4
INTRODUZIONE ALLA MACROECONOMIA	8
INTRODUZIONE ALLA MICROECONOMIA	8
ISTITUZIONI DI DIRITTO	
M1 - Elementi di diritto pubblico	4
M2 - Elementi di diritto privato	4
LINGUA INGLESE	8
MATEMATICA	8
STORIA ECONOMICA	8
totale crediti	60

secondo anno	Crediti
DIRITTO COMMERCIALE	8
ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI	
M1 - Sistema finanziario	4
M2 - Attività finanziarie	4
ECONOMIA DELL'INTEGRAZIONE ECONOMICA EUROPEA	4
MACROECONOMIA	4
MATEMATICA FINANZIARIA	4
MICROECONOMIA	4
SCIENZA DELLE FINANZE	4
STATISTICA	8
STORIA DEL PENSIERO ECONOMICO	4
LIBERA SCELTA	12
totale crediti	60

terzo anno	Crediti
ECONOMIA DEL MERCATO MOBILIARE	4
ECONOMIA MONETARIA	8
INTRODUZIONE ALL'ECONOMETRIA	4
INTRODUZIONE ALLA PROGRAMMAZIONE E APPLICAZIONI PER LA FINANZA	8
MODELLI PER GLI INVESTIMENTI FINANZIARI I (Scelte di investimento e teoria del portafoglio)	4
MODELLI PER GLI INVESTIMENTI FINANZIARI II (Prodotti derivati e gestione del rischio)	4
RISPARMIO E SCELTE FINANZIARIE DELLE FAMIGLIE	4
TASSAZIONE DELLE ATTIVITA' FINANZIARIE	4
SECONDA LINGUA (FRANCESE / SPAGNOLO / TEDESCO)	4

STAGE/RICERCA	14
PROVA FINALE	2
totale crediti	60
	<input type="text"/>

Corso di laurea in
Economia e commercio
Percorso in ECONOMIA, RETI, INFORMAZIONE

docenti	insegnamenti	propedeuticità
esami a libera scelta	offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno
offerta formativa 3° e 4° anno	offerta formativa dopo la laurea	archivio guide della Facoltà

Insegnamenti per anno di corso ([1°](#), [2°](#), [3°](#))
Programmi (cliccare sui nomi degli insegnamenti)

primo anno	Crediti
ECONOMIA AZIENDALE	8
ECONOMIA POLITICA I	8
LINGUA INGLESE I	8
MATEMATICA GENERALE	8
MICROECONOMIA I	8
STORIA ECONOMICA	8
TECNICHE DI RICERCA E DI ELABORAZIONE DEI DATI	12
totale crediti	60

secondo anno	
DIRITTO DELLA COMUNICAZIONE E DELL'INFORMAZIONE I	3
DIRITTO PRIVATO	5
GESTIONE DEI SISTEMI INFORMATIVI AZIENDALI	8
LINGUA INGLESE II	4
MARKETING	8
METODI DELLA GESTIONE DEI DATI	8
NETWORK ECONOMICS	8
STATISTICA	8
TEORIE DELL'INCERTEZZA E DELL'INFORMAZIONE	8
totale crediti	60

terzo anno	
ANALISI DEI DATI E DATA MINING	8
DIRITTO DELLA COMUNICAZIONE E DELL'INFORMAZIONE II	9
E-BUSINESS	9
INTRODUZIONE ALLA COMPLESSITA'	8
LIBERA SCELTA	12
TIROCINIO E SECONDA LINGUA (FRANCESE/SPAGNOLO/TEDESCO)	10
PROVA FINALE	4

totale crediti

60



Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi

sede di Reggio Emilia

Curriculum SERVIZI COMMERCIALI E FINANZIARI

docenti	insegnamenti	propedeuticità
esami a libera scelta	offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno
offerta formativa 3° e 4° anno	offerta formativa dopo la laurea	archivio guide della Facoltà

Insegnamenti per anno di corso (1°, 2°, 3°)

altro curriculum

Programmi (cliccare sui nomi degli insegnamenti)

primo anno	Crediti
ECONOMIA AZIENDALE	8
INFORMATICA	4
INTRODUZIONE ALLA MACROECONOMIA	8
INTRODUZIONE ALLA MICROECONOMIA	8
ISTITUZIONI DI DIRITTO	
M1 - Elementi di diritto pubblico	4
M2 - Elementi di diritto privato	4
LINGUA INGLESE	8
MATEMATICA	8
STORIA ECONOMICA	8
totale crediti	60
	<input type="text"/>
secondo anno	
DIRITTO COMMERCIALE	8
ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI	
M1 - Sistema finanziario	4
ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE DI SERVIZI	8
FINANZA AZIENDALE	
M1 - Analisi finanziaria	4
MATEMATICA FINANZIARIA	4
METODOLOGIE E DETERMINAZIONI CONTABILI	
M1 - Bilancio	4
ORGANIZZAZIONE AZIENDALE	
M1 - Forme organizzative	4
M2 - Comportamento organizzativo	4
SCIENZA DELLE FINANZE	4
STATISTICA	8
LIBERA SCELTA	8
totale crediti	60
	<input type="text"/>
terzo anno	
DIRITTO DEI CONTRATTI	4

DIRITTO DEL LAVORO	4
ECONOMIA DEL MERCATO MOBILIARE	8
ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE COMMERCIALI	
M1 - Strutture e forme distributive	4
M2 - Marketing delle imprese di distribuzione	4
MARKETING	8
ORGANIZZAZIONE DELLE RISORSE UMANE	4
SECONDA LINGUA (FRANCESE/SPAGNOLO/TEDESCO)	4
LIBERA SCELTA	4
STAGE	14
PROVA FINALE	2
totale crediti	60

Corso di laurea in

Economia e gestione dei servizi

sede di Reggio Emilia

Curriculum SERVIZI PUBBLICI E DEI SISTEMI ECONOMICI LOCALI

docenti	insegnamenti	propedeuticità
esami a libera scelta	offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno
offerta formativa 3° e 4° anno	offerta formativa dopo la laurea	archivio guide della Facoltà

Insegnamenti per anno di corso (1°, 2°, 3°)

altro curriculum

Programmi (cliccare sui nomi degli insegnamenti)

primo anno	Crediti
ECONOMIA AZIENDALE	8
INFORMATICA	4
INTRODUZIONE ALLA MACROECONOMIA	8
INTRODUZIONE ALLA MICROECONOMIA	8
ISTITUZIONI DI DIRITTO	
M1 - Elementi di diritto pubblico	4
M2 - Elementi di diritto privato	4
LINGUA INGLESE	8
MATEMATICA	8
STORIA ECONOMICA	8
totale crediti	60

secondo anno	Crediti
DIRITTO COMMERCIALE	8
ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI	
M1 - Sistema finanziario	4
ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE DI SERVIZI	8
FINANZA AZIENDALE	
M1 - Analisi finanziaria	4
MATEMATICA FINANZIARIA	4
METODOLOGIE E DETERMINAZIONI CONTABILI	
M1 - Bilancio	4
ORGANIZZAZIONE AZIENDALE	
M1 - Forme organizzative	4
SCIENZA DELLE FINANZE	4
SISTEMI DI WELFARE	4
STATISTICA	8
LIBERA SCELTA	8
totale crediti	60

terzo anno	Crediti
DIRITTO DEI CONTRATTI	4

DIRITTO DEL LAVORO	4
ECONOMIA DELLE AZIENDE E DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE	8
ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE COMMERCIALI	
M1 - Strutture e forme distributive	4
ECONOMIA PUBBLICA	8
ORGANIZZAZIONE DELLE RISORSE UMANE	4
POLITICA ECONOMICA	4
SECONDA LINGUA (FRANCESE/SPAGNOLO/TEDESCO)	4
LIBERA SCELTA	4
STAGE	14
PROVA FINALE	2
totale crediti	60

Corso di laurea in Economia aziendale

Percorso BANCA E MERCATI FINANZIARI

docenti	insegnamenti	propedeuticità
offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno
offerta formativa dopo la laurea	come passare al nuovo ordinamento	archivio guide della Facoltà

Programmi (cliccare sui nomi degli insegnamenti)

altri percorsi

primo biennio comune a tutti i corsi di laurea

(non attivato nell'a.a. 2001/2002)

ECONOMIA AZIENDALE

ECONOMIA POLITICA I

ISTITUZIONI DI DIRITTO PUBBLICO

MATEMATICA GENERALE

STORIA ECONOMICA

ECONOMIA POLITICA II

ISTITUZIONI DI DIRITTO PRIVATO

LINGUA INGLESE

MATEMATICA FINANZIARIA I

MICROECONOMIA

RAGIONERIA GENERALE ED APPLICATA

STATISTICA I

PROVA DI IDONEITA' DELLA SECONDA LINGUA

secondo biennio

altre materie comuni a tutti i corsi di laurea

DIRITTO COMMERCIALE

ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI

SCIENZA DELLE FINANZE

PROVA DI IDONEITA' DI INFORMATICA

altre materie comuni a tutti i percorsi del corso di laurea

ECONOMIA DELLE AZIENDE DI CREDITO

ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE

FINANZA AZIENDALE

ORGANIZZAZIONE DEL LAVORO

altre materie del percorso

DIRITTO BANCARIO

ECONOMIA DELLE AZIENDE DI ASSICURAZIONE (semestrale)

TECNICA DEI CREDITI SPECIALI (semestrale)

ECONOMIA DEL MERCATO MOBILIARE

a1) ECONOMIA MONETARIA

a2) MATEMATICA FINANZIARIA II

PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO

Lo studente sceglie un esame dal gruppo **a**.

Corso di laurea in Economia aziendale

Percorso ECONOMIA E GESTIONE DEI SERVIZI

docenti	insegnamenti	propedeuticità
offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno
offerta formativa dopo la laurea	come passare al nuovo ordinamento	archivio guide della Facoltà

Programmi (cliccare sui nomi degli insegnamenti)

altri percorsi

primo biennio comune a tutti i corsi di laurea

(non attivato nell'a.a. 2001/2002)

ECONOMIA AZIENDALE

ECONOMIA POLITICA I

ISTITUZIONI DI DIRITTO PUBBLICO

MATEMATICA GENERALE

STORIA ECONOMICA

ECONOMIA POLITICA II

ISTITUZIONI DI DIRITTO PRIVATO

LINGUA INGLESE

MATEMATICA FINANZIARIA I

MICROECONOMIA

RAGIONERIA GENERALE ED APPLICATA

STATISTICA I

PROVA DI IDONEITA' DELLA SECONDA LINGUA

secondo biennio

altre materie comuni a tutti i corsi di laurea

DIRITTO COMMERCIALE

ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI

SCIENZA DELLE FINANZE

PROVA DI IDONEITA' DI INFORMATICA

altre materie comuni a tutti i percorsi del corso di laurea

ECONOMIA DELLE AZIENDE DI CREDITO

ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE

FINANZA AZIENDALE

ORGANIZZAZIONE DEL LAVORO

altre materie del percorso

ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE COMMERCIALI

ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE DI SERVIZI

ORGANIZZAZIONE DELLE AZIENDE COMMERCIALI

ORGANIZZAZIONE E GESTIONE DELLE RISORSE UMANE

PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO



Corso di laurea in Economia aziendale

Percorso IMPRESA E MERCATO

docenti	insegnamenti	propedeuticità
offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno
offerta formativa dopo la laurea	come passare al nuovo ordinamento	archivio guide della Facoltà

Programmi (cliccare sui nomi degli insegnamenti)

altri percorsi

primo biennio comune a tutti i corsi di laurea

(non attivato nell'a.a. 2001/2002)

ECONOMIA AZIENDALE

ECONOMIA POLITICA I

ISTITUZIONI DI DIRITTO PUBBLICO

MATEMATICA GENERALE

STORIA ECONOMICA

ECONOMIA POLITICA II

ISTITUZIONI DI DIRITTO PRIVATO

LINGUA INGLESE

MATEMATICA FINANZIARIA I

MICROECONOMIA

RAGIONERIA GENERALE ED APPLICATA

STATISTICA I

PROVA DI IDONEITA' DELLA SECONDA LINGUA

secondo biennio

altre materie comuni a tutti i corsi di laurea

DIRITTO COMMERCIALE

ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI

SCIENZA DELLE FINANZE

PROVA DI IDONEITA' DI INFORMATICA

altre materie comuni a tutti i percorsi del corso di laurea

ECONOMIA DELLE AZIENDE DI CREDITO

ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE

FINANZA AZIENDALE

ORGANIZZAZIONE DEL LAVORO

altre materie del percorso

a1) ANALISI DI MERCATO

a2) DIRITTO SINDACALE (semestrale)

ORGANIZZAZIONE AZIENDALE (semestrale)

a3) ECONOMIA AGRARIA

a4) ECONOMIA DELL'IMPRESA

ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE COMMERCIALI

MARKETING

MARKETING INTERNAZIONALE

PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO

Lo studente sceglie un esame dal gruppo a.



Corso di laurea in Economia aziendale

Percorso LIBERA PROFESSIONE

docenti	insegnamenti	propedeuticità
offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno
offerta formativa dopo la laurea	come passare al nuovo ordinamento	archivio guide della Facoltà

Programmi (cliccare sui nomi degli insegnamenti)

altri percorsi

primo biennio comune a tutti i corsi di laurea

(non attivato nell'a.a. 2001/2002)

ECONOMIA AZIENDALE

ECONOMIA POLITICA I

ISTITUZIONI DI DIRITTO PUBBLICO

MATEMATICA GENERALE

STORIA ECONOMICA

ECONOMIA POLITICA II

ISTITUZIONI DI DIRITTO PRIVATO

LINGUA INGLESE

MATEMATICA FINANZIARIA I

MICROECONOMIA

RAGIONERIA GENERALE ED APPLICATA

STATISTICA I

PROVA DI IDONEITA' DELLA SECONDA LINGUA

secondo biennio

altre materie comuni a tutti i corsi di laurea

DIRITTO COMMERCIALE

ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI

SCIENZA DELLE FINANZE

PROVA DI IDONEITA' DI INFORMATICA

altre materie comuni a tutti i percorsi del corso di laurea

ECONOMIA DELLE AZIENDE DI CREDITO

ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE

FINANZA AZIENDALE

ORGANIZZAZIONE DEL LAVORO

altre materie del percorso

DIRITTO DEL LAVORO

DIRITTO FALLIMENTARE (semestrale)

DIRITTO INDUSTRIALE (semestrale)

DIRITTO TRIBUTARIO

PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO

REVISIONE AZIENDALE (semestrale)

TECNICA PROFESSIONALE (semestrale)



Corso di laurea in Economia aziendale

Percorso METODI QUANTITATIVI

docenti	insegnamenti	propedeuticità
offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno
offerta formativa dopo la laurea	come passare al nuovo ordinamento	archivio guide della Facoltà

Programmi (cliccare sui nomi degli insegnamenti)

altri percorsi

primo biennio comune a tutti i corsi di laurea

(non attivato nell'a.a. 2001/2002)

ECONOMIA AZIENDALE

ECONOMIA POLITICA I

ISTITUZIONI DI DIRITTO PUBBLICO

MATEMATICA GENERALE

STORIA ECONOMICA

ECONOMIA POLITICA II

ISTITUZIONI DI DIRITTO PRIVATO

LINGUA INGLESE

MATEMATICA FINANZIARIA I

MICROECONOMIA

RAGIONERIA GENERALE ED APPLICATA

STATISTICA I

PROVA DI IDONEITA' DELLA SECONDA LINGUA

secondo biennio

altre materie comuni a tutti i corsi di laurea

DIRITTO COMMERCIALE

ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI

SCIENZA DELLE FINANZE

PROVA DI IDONEITA' DI INFORMATICA

altre materie comuni a tutti i percorsi del corso di laurea

ECONOMIA DELLE AZIENDE DI CREDITO

ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE

FINANZA AZIENDALE

ORGANIZZAZIONE DEL LAVORO

altre materie del percorso

ANALISI DI MERCATO

a1) ECONOMETRIA

a2) ELABORAZIONE AUTOMATICA DEI DATI PER LE DECISIONI ECONOMICHE E FINANZIARIE

b1) MATEMATICA FINANZIARIA II

b2) MATEMATICA PER LE APPLICAZIONI ECONOMICHE E FINANZIARIE (semestrale)

TEORIA DELLE DECISIONI (semestrale)

PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO

c1) STATISTICA II

c2) STATISTICA PER LA RICERCA SOCIALE

Lo studente sceglie un esame da ognuno dei gruppi **a**, **b**, **c**.



Corso di laurea in Economia aziendale

Percorso ORGANIZZAZIONE E GESTIONE DELLE RISORSE UMANE

docenti	insegnamenti	propedeuticità
offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno
offerta formativa dopo la laurea	come passare al nuovo ordinamento	archivio guide della Facoltà

Programmi (cliccare sui nomi degli insegnamenti)

altri percorsi

primo biennio comune a tutti i corsi di laurea

(non attivato nell'a.a. 2001/2002)

ECONOMIA AZIENDALE

ECONOMIA POLITICA I

ISTITUZIONI DI DIRITTO PUBBLICO

MATEMATICA GENERALE

STORIA ECONOMICA

ECONOMIA POLITICA II

ISTITUZIONI DI DIRITTO PRIVATO

LINGUA INGLESE

MATEMATICA FINANZIARIA I

MICROECONOMIA

RAGIONERIA GENERALE ED APPLICATA

STATISTICA I

PROVA DI IDONEITA' DELLA SECONDA LINGUA

secondo biennio

altre materie comuni a tutti i corsi di laurea

DIRITTO COMMERCIALE

ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI

SCIENZA DELLE FINANZE

PROVA DI IDONEITA' DI INFORMATICA

altre materie comuni a tutti i percorsi del corso di laurea

ECONOMIA DELLE AZIENDE DI CREDITO

ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE

FINANZA AZIENDALE

ORGANIZZAZIONE DEL LAVORO

altre materie del percorso

DIRITTO DEL LAVORO

DIRITTO SINDACALE (semestrale)

ORGANIZZAZIONE AZIENDALE (semestrale)

a1) ECONOMIA DEL LAVORO

a2) ECONOMIA DELL'IMPRESA

ORGANIZZAZIONE E GESTIONE DELLE RISORSE UMANE

PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO

Lo studente sceglie un esame dal gruppo **a**.

Corso di laurea in

Economia aziendale

Percorso SERVIZI COMMERCIALI, FINANZIARI, PUBBLICI E DEI SISTEMI ECONOMICI LOCALI

docenti	insegnamenti	propedeuticità
offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno
offerta formativa dopo la laurea	come passare al nuovo ordinamento	archivio guide della Facoltà

Programmi (cliccare sui nomi degli insegnamenti)

altri percorsi

primo biennio comune a tutti i corsi di laurea

(non attivato nell'a.a. 2001/2002)

ECONOMIA AZIENDALE

ECONOMIA POLITICA I

ISTITUZIONI DI DIRITTO PUBBLICO

MATEMATICA GENERALE

STORIA ECONOMICA

ECONOMIA POLITICA II

ISTITUZIONI DI DIRITTO PRIVATO

LINGUA INGLESE

MATEMATICA FINANZIARIA I

MICROECONOMIA

RAGIONERIA GENERALE ED APPLICATA

STATISTICA I

PROVA DI IDONEITA' DELLA SECONDA LINGUA

terzo anno

DIRITTO COMMERCIALE

ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI

ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE

FINANZA AZIENDALE

ORGANIZZAZIONE DEL LAVORO

SCIENZA DELLE FINANZE

PROVA DI IDONEITA' DI INFORMATICA

quarto anno

DIRITTO DEL LAVORO (semestrale)

DIRITTO PRIVATO DELL'ECONOMIA: CONCORRENZA, CONSORZI, NORMATIVE TECNICHE, SERVIZI ALLE IMPRESE

ECONOMIA DEL LAVORO (semestrale)

ECONOMIA DEL MERCATO MOBILIARE: SERVIZI DI INTERMEDIAZIONE MOBILIARE

ECONOMIA DELL'INNOVAZIONE (semestrale)

ECONOMIA DELLE AZIENDE DI CREDITO

ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE COMMERCIALI

ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE COMMERCIALI DI DISTRIBUZIONE: TRADE MARKETING (semestrale)

ECONOMIA INDUSTRIALE

ECONOMIA INTERNAZIONALE

ECONOMIA PUBBLICA

MARKETING

ORGANIZZAZIONE E GESTIONE DELLE RISORSE UMANE: SVILUPPO DELLE COMPETENZE DI SERVIZIO

POLITICA ECONOMICA

Gli studenti che scelgono il percorso in Servizi commerciali, finanziari, pubblici e dei sistemi economici locali devono sostenere esami del 4° anno per un equivalente di 6 annualità (2 semestrali equivalgono ad 1 annualità). Gli insegnamenti del 4° anno sono impartiti nella sede di Reggio Emilia.



Corso di laurea in
Economia e commercio
Percorso GENERALE

docenti	insegnamenti	propedeuticità
offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno
offerta formativa dopo la laurea	come passare al nuovo ordinamento	archivio guide della Facoltà

Programmi (cliccare sui nomi degli insegnamenti)

[altri percorsi](#)

primo biennio comune a tutti i corsi di laurea

(non attivato nell'a.a. 2001/2002)

ECONOMIA AZIENDALE

ECONOMIA POLITICA I

ISTITUZIONI DI DIRITTO PUBBLICO

MATEMATICA GENERALE

STORIA ECONOMICA

ECONOMIA POLITICA II

ISTITUZIONI DI DIRITTO PRIVATO

LINGUA INGLESE

MATEMATICA FINANZIARIA I

MICROECONOMIA

RAGIONERIA GENERALE ED APPLICATA

STATISTICA I

PROVA DI IDONEITA' DELLA SECONDA LINGUA

secondo biennio

altre materie comuni a tutti i corsi di laurea

[DIRITTO COMMERCIALE](#)

[ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI](#)

[SCIENZA DELLE FINANZE](#)

PROVA DI IDONEITA' DI INFORMATICA

altre materie del percorso

[DIRITTO DEL LAVORO](#)

[DIRITTO TRIBUTARIO](#)

a1) [ECONOMETRIA](#)

a2) [ECONOMIA DEL MERCATO MOBILIARE](#)

a3) [MARKETING](#)

b1) [ECONOMIA AGRARIA](#)

b2) [ECONOMIA DEL LAVORO](#)

b3) [ECONOMIA DELL'IMPRESA](#)

b4) [ECONOMIA INTERNAZIONALE](#)

b5) [POLITICA ECONOMICA](#)

b6) [STATISTICA PER LA RICERCA SOCIALE](#)

b7) [STORIA CONTEMPORANEA](#)

[ECONOMIA DELLE AZIENDE DI CREDITO](#)

[ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE](#)

c1) [ECONOMIA INDUSTRIALE](#)

c2) [ECONOMIA MONETARIA](#)

[ORGANIZZAZIONE DEL LAVORO](#)

[STATISTICA II](#)

Lo studente sceglie un esame da ognuno dei gruppi **a**, **b**, **c**.

Corso di laurea in
Economia e commercio
Percorso ECONOMIA DELL'IMPRESA

docenti	insegnamenti	propedeuticità
offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno
offerta formativa dopo la laurea	come passare al nuovo ordinamento	archivio guide della Facoltà

Programmi (cliccare sui nomi degli insegnamenti)

[altri percorsi](#)

primo biennio comune a tutti i corsi di laurea

(non attivato nell'a.a. 2001/2002)

ECONOMIA AZIENDALE

ECONOMIA POLITICA I

ISTITUZIONI DI DIRITTO PUBBLICO

MATEMATICA GENERALE

STORIA ECONOMICA

ECONOMIA POLITICA II

ISTITUZIONI DI DIRITTO PRIVATO

LINGUA INGLESE

MATEMATICA FINANZIARIA I

MICROECONOMIA

RAGIONERIA GENERALE ED APPLICATA

STATISTICA I

PROVA DI IDONEITA' DELLA SECONDA LINGUA

secondo biennio

altre materie comuni a tutti i corsi di laurea

[DIRITTO COMMERCIALE](#)

[ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI](#)

[SCIENZA DELLE FINANZE](#)

PROVA DI IDONEITA' DI INFORMATICA

altre materie del percorso

a1) [DIRITTO DEL LAVORO](#)

a2) [DIRITTO FALLIMENTARE \(semestrale\)](#)

[DIRITTO INDUSTRIALE \(semestrale\)](#)

a3) [DIRITTO TRIBUTARIO](#)

[ECONOMETRIA](#)

b1) [ECONOMIA AGRARIA](#)

b2) [ECONOMIA DEL LAVORO](#)

b3) [GEOGRAFIA ECONOMICA](#)

b4) [MERCEOLOGIA](#)

b5) [STATISTICA PER LA RICERCA SOCIALE](#)

b6) [STORIA DEL PENSIERO ECONOMICO](#)

[ECONOMIA DELL'IMPRESA](#)

[ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE](#)

[ECONOMIA INDUSTRIALE](#)

c1) [ECONOMIA INTERNAZIONALE](#)

c2) [ECONOMIA MONETARIA](#)

c3) [POLITICA ECONOMICA](#)

d1) [FINANZA AZIENDALE](#)

d2) [ORGANIZZAZIONE DEL LAVORO](#)

d3) [PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO](#)

[STATISTICA II](#)

Lo studente sceglie un esame da ognuno dei gruppi **a, b, c, d.**



Corso di laurea in
Economia e commercio
Percorso FINANZA E ASSICURAZIONI

docenti	insegnamenti	propedeuticità
offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno
offerta formativa dopo la laurea	come passare al nuovo ordinamento	archivio guide della Facoltà

Programmi (cliccare sui nomi degli insegnamenti)

[altri percorsi](#)

primo biennio comune a tutti i corsi di laurea

(non attivato nell'a.a. 2001/2002)

ECONOMIA AZIENDALE

ECONOMIA POLITICA I

ISTITUZIONI DI DIRITTO PUBBLICO

MATEMATICA GENERALE

STORIA ECONOMICA

ECONOMIA POLITICA II

ISTITUZIONI DI DIRITTO PRIVATO

LINGUA INGLESE

MATEMATICA FINANZIARIA I

MICROECONOMIA

RAGIONERIA GENERALE ED APPLICATA

STATISTICA I

PROVA DI IDONEITA' DELLA SECONDA LINGUA

secondo biennio

altre materie comuni a tutti i corsi di laurea

[DIRITTO COMMERCIALE](#)

[ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI](#)

[SCIENZA DELLE FINANZE](#)

PROVA DI IDONEITA' DI INFORMATICA

altre materie del percorso

[DIRITTO BANCARIO](#)

[ECONOMETRIA](#)

a1) [ECONOMIA DEL LAVORO](#)

a2) [ECONOMIA DELL'IMPRESA](#)

a3) [ECONOMIA INTERNAZIONALE](#)

a4) [POLITICA ECONOMICA](#)

[ECONOMIA DELLE AZIENDE DI ASSICURAZIONE \(semestrale\)](#)

[MATEMATICA PER LE APPLICAZIONI ECONOMICHE E FINANZIARIE \(semestrale\)](#)

b1) [ECONOMIA INDUSTRIALE](#)

b2) [ECONOMIA MONETARIA](#)

[FINANZA AZIENDALE](#)

[MATEMATICA FINANZIARIA II](#)

[STATISTICA PER LA RICERCA SOCIALE](#)

[STATISTICA II](#)

Lo studente sceglie un esame da ognuno dei gruppi **a**, **b**.

Corso di laurea in
Economia politica
Percorso ECONOMIA APPLICATA

docenti	insegnamenti	propedeuticità
offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno
offerta formativa dopo la laurea	come passare al nuovo ordinamento	archivio guide della Facoltà

Programmi (cliccare sui nomi degli insegnamenti)

[altri percorsi](#)

primo biennio comune a tutti i corsi di laurea

(non attivato nell'a.a. 2001/2002)

ECONOMIA AZIENDALE

ECONOMIA POLITICA I

ISTITUZIONI DI DIRITTO PUBBLICO

MATEMATICA GENERALE

STORIA ECONOMICA

ECONOMIA POLITICA II

ISTITUZIONI DI DIRITTO PRIVATO

LINGUA INGLESE

MATEMATICA FINANZIARIA I

MICROECONOMIA

RAGIONERIA GENERALE ED APPLICATA

STATISTICA I

PROVA DI IDONEITA' DELLA SECONDA LINGUA

secondo biennio

altre materie comuni a tutti i corsi di laurea

[DIRITTO COMMERCIALE](#)

[ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI](#)

[SCIENZA DELLE FINANZE](#)

PROVA DI IDONEITA' DI INFORMATICA

altre materie del percorso

[ECONOMETRIA](#)

[ECONOMIA INDUSTRIALE](#) oppure [ECONOMIA MONETARIA](#)

[STATISTICA II](#)

[STORIA DEL PENSIERO ECONOMICO](#)

tre esami a scelta fra i seguenti (Gruppo I)

[ECONOMIA DEL LAVORO](#)

[ECONOMIA INTERNAZIONALE](#)

[ECONOMIA MONETARIA](#) oppure [ECONOMIA INDUSTRIALE](#)

[POLITICA ECONOMICA](#)

**una annualità a scelta dal Gruppo II e una dal Gruppo III oppure
due annualità dal Gruppo II e nessuna annualità dal Gruppo III**

Gruppo II

[ECONOMIA AGRARIA](#)

[ECONOMIA DELL'IMPRESA](#)

[MATEMATICA PER LE APPLICAZIONI ECONOMICHE E FINANZIARIE \(semestrale\)](#)

[MATEMATICA FINANZIARIA II](#)

[STATISTICA PER LA RICERCA SOCIALE](#)

[TEORIA DELLE DECISIONI \(semestrale\)](#)

Gruppo III

[DIRITTO DEL LAVORO](#)

[DIRITTO TRIBUTARIO](#)

[ECONOMIA DEL MERCATO MOBILIARE](#)

[FINANZA AZIENDALE](#)

[SOCIOLOGIA](#)

[SOCIOLOGIA POLITICA](#)

[STORIA CONTEMPORANEA](#)

[STORIA ECONOMICA DELL'EUROPA](#)

Fa parte del Gruppo II o del Gruppo III anche l'esame non scelto nel Gruppo I.

Corso di laurea in
Economia politica
Percorso ECONOMIA, STORIA E ISTITUZIONI

docenti	insegnamenti	propedeuticità
offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno
offerta formativa dopo la laurea	come passare al nuovo ordinamento	archivio guide della Facoltà

Programmi (cliccare sui nomi degli insegnamenti)

[altri percorsi](#)

primo biennio comune a tutti i corsi di laurea

(non attivato nell'a.a. 2001/2002)

ECONOMIA AZIENDALE

ECONOMIA POLITICA I

ISTITUZIONI DI DIRITTO PUBBLICO

MATEMATICA GENERALE

STORIA ECONOMICA

ECONOMIA POLITICA II

ISTITUZIONI DI DIRITTO PRIVATO

LINGUA INGLESE

MATEMATICA FINANZIARIA I

MICROECONOMIA

RAGIONERIA GENERALE ED APPLICATA

STATISTICA I

PROVA DI IDONEITA' DELLA SECONDA LINGUA

secondo biennio

altre materie comuni a tutti i corsi di laurea

[DIRITTO COMMERCIALE](#)

[ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI](#)

[SCIENZA DELLE FINANZE](#)

PROVA DI IDONEITA' DI INFORMATICA

altre materie del percorso

[SOCIOLOGIA](#)

[SOCIOLOGIA POLITICA](#)

a1) [STATISTICA II](#)

a2) [STATISTICA PER LA RICERCA SOCIALE](#)

[STORIA CONTEMPORANEA](#)

[STORIA ECONOMICA DELL'EUROPA](#)

due esami a scelta fra i seguenti (Gruppo I)

[ECONOMIA INDUSTRIALE](#)

[ECONOMIA INTERNAZIONALE](#)

[ECONOMIA MONETARIA](#)

[POLITICA ECONOMICA](#)

[STORIA DEL PENSIERO ECONOMICO](#)

due esami a scelta fra i seguenti (Gruppo II)

[ECONOMETRIA](#)

[ECONOMIA AGRARIA](#)

[ECONOMIA DEL LAVORO](#)

[ECONOMIA DELL'IMPRESA](#)

Una materia a scelta nel gruppo **a**. Fanno parte del Gruppo II anche gli esami non scelti nel Gruppo I e la materia non sostenuta nel gruppo **a**.



Corso di laurea in
Economia politica
Percorso TEORIA ECONOMICA

docenti	insegnamenti	propedeuticità
offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno
offerta formativa dopo la laurea	come passare al nuovo ordinamento	archivio guide della Facoltà

Programmi (cliccare sui nomi degli insegnamenti)

[altri percorsi](#)

primo biennio comune a tutti i corsi di laurea

(non attivato nell'a.a. 2001/2002)

ECONOMIA AZIENDALE

ECONOMIA POLITICA I

ISTITUZIONI DI DIRITTO PUBBLICO

MATEMATICA GENERALE

STORIA ECONOMICA

ECONOMIA POLITICA II

ISTITUZIONI DI DIRITTO PRIVATO

LINGUA INGLESE

MATEMATICA FINANZIARIA I

MICROECONOMIA

RAGIONERIA GENERALE ED APPLICATA

STATISTICA I

PROVA DI IDONEITA' DELLA SECONDA LINGUA

secondo biennio

altre materie comuni a tutti i corsi di laurea

[DIRITTO COMMERCIALE](#)

[ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI](#)

[SCIENZA DELLE FINANZE](#)

PROVA DI IDONEITA' DI INFORMATICA

altre materie del percorso

[ECONOMETRIA](#)

[ECONOMIA INDUSTRIALE](#)

[STATISTICA II](#)

[STORIA DEL PENSIERO ECONOMICO](#)

due esami a scelta fra i seguenti (Gruppo I)

[ECONOMIA INTERNAZIONALE](#)

[ECONOMIA MONETARIA](#)

[POLITICA ECONOMICA](#)

due annualità a scelta dal Gruppo II e una dal Gruppo III oppure tre annualità dal Gruppo II e nessuna annualità dal Gruppo III

Gruppo II

[ECONOMIA AGRARIA](#)

[ECONOMIA DEL LAVORO](#)

[ECONOMIA DELL'IMPRESA](#)

[MATEMATICA PER LE APPLICAZIONI ECONOMICHE E FINANZIARIE \(semestrale\)](#)

[MATEMATICA FINANZIARIA II](#)

[STATISTICA PER LA RICERCA SOCIALE](#)

[TEORIA DELLE DECISIONI \(semestrale\)](#)

Gruppo III

[DIRITTO DEL LAVORO](#)

[DIRITTO TRIBUTARIO](#)

[SOCIOLOGIA](#)

[SOCIOLOGIA POLITICA](#)

[STORIA CONTEMPORANEA](#)

[STORIA ECONOMICA DELL'EUROPA](#)

Fa parte del Gruppo II o del Gruppo III anche l'esame non scelto nel Gruppo I.

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi

sede di Reggio Emilia

Percorso SERVIZI COMMERCIALI E FINANZIARI

docenti	insegnamenti	propedeuticità
offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno
offerta formativa dopo la laurea	come passare al nuovo ordinamento	archivio guide della Facoltà

Programmi (cliccare sui nomi degli insegnamenti)

[altro percorso](#)

primo biennio comune a tutti i corsi di laurea

(non attivato nell'a.a. 2001/2002)

ECONOMIA AZIENDALE

ECONOMIA POLITICA I

ISTITUZIONI DI DIRITTO PUBBLICO

MATEMATICA GENERALE

STORIA ECONOMICA

ECONOMIA POLITICA II

ISTITUZIONI DI DIRITTO PRIVATO

LINGUA INGLESE

MATEMATICA FINANZIARIA I

MICROECONOMIA

RAGIONERIA GENERALE ED APPLICATA

STATISTICA I

PROVA DI IDONEITA' DELLA SECONDA LINGUA

PROVA DI IDONEITA' DI INFORMATICA

terzo anno

DIRITTO COMMERCIALE

ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI

ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE: STRATEGIA E ORGANIZZAZIONE DELLE IMPRESE DI SERVIZI

FINANZA AZIENDALE

ORGANIZZAZIONE AZIENDALE: ORGANIZZAZIONE E PROGETTAZIONE DI SERVIZI

SCIENZA DELLE FINANZE

quarto anno

DIRITTO DEL LAVORO (semestrale)

ECONOMIA DEL MERCATO MOBILIARE: SERVIZI DI INTERMEDIAZIONE MOBILIARE

ECONOMIA DELLE AZIENDE DI CREDITO

ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE COMMERCIALI

ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE COMMERCIALI DI DISTRIBUZIONE: TRADE MARKETING (semestrale)

ECONOMIA INDUSTRIALE

MARKETING

ORGANIZZAZIONE E GESTIONE DELLE RISORSE UMANE: SVILUPPO DELLE COMPETENZE DI SERVIZIO

Gli studenti del 4° anno devono sostenere un numero di esami per un equivalente di 6 annualità. Gli insegnamenti semestrali debbono essere scelti a coppie (2 semestrali = 1 annualità). Il percorso non è vincolante: è possibile scegliere insegnamenti anche dell'altro percorso, fino a completamento delle 6 annualità.



Corso di laurea in

Economia e gestione dei servizi

sede di Reggio Emilia

Percorso SERVIZI PUBBLICI E DEI SISTEMI ECONOMICI LOCALI

docenti	insegnamenti	propedeuticità
offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno
offerta formativa dopo la laurea	come passare al nuovo ordinamento	archivio guide della Facoltà

Programmi (cliccare sui nomi degli insegnamenti)

[altro percorso](#)

primo biennio comune a tutti i corsi di laurea

(non attivato nell'a.a. 2001/2002)

ECONOMIA AZIENDALE

ECONOMIA POLITICA I

ISTITUZIONI DI DIRITTO PUBBLICO

MATEMATICA GENERALE

STORIA ECONOMICA

ECONOMIA POLITICA II

ISTITUZIONI DI DIRITTO PRIVATO

LINGUA INGLESE

MATEMATICA FINANZIARIA I

MICROECONOMIA

RAGIONERIA GENERALE ED APPLICATA

STATISTICA I

PROVA DI IDONEITA' DELLA SECONDA LINGUA

PROVA DI IDONEITA' DI INFORMATICA

terzo anno

DIRITTO COMMERCIALE

ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI

ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE: STRATEGIA E ORGANIZZAZIONE DELLE IMPRESE DI SERVIZI

FINANZA AZIENDALE

ORGANIZZAZIONE AZIENDALE: ORGANIZZAZIONE E PROGETTAZIONE DI SERVIZI

SCIENZA DELLE FINANZE

quarto anno

DIRITTO DEL LAVORO (semestrale)

DIRITTO PRIVATO DELL'ECONOMIA: CONCORRENZA, CONSORZI, NORMATIVE TECNICHE, SERVIZI ALLE IMPRESE

ECONOMIA DEL LAVORO (semestrale)

ECONOMIA DELL'INNOVAZIONE (semestrale)

ECONOMIA INDUSTRIALE

ECONOMIA INTERNAZIONALE

ECONOMIA PUBBLICA

ORGANIZZAZIONE E GESTIONE DELLE RISORSE UMANE: SVILUPPO DELLE COMPETENZE DI SERVIZIO

POLITICA ECONOMICA

Gli studenti del 4° anno devono sostenere un numero di esami per un equivalente di 6 annualità. Gli insegnamenti semestrali debbono essere scelti a coppie (2 semestrali = 1 annualità). Il percorso non è vincolante: è possibile scegliere insegnamenti anche dell'altro percorso, fino a completamento delle 6 annualità.



programmi dettagliati
Diploma universitario in Commercio estero

Istruzioni per la stampa	insegnamenti	offerta formativa 1° anno
offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno	offerta formativa dopo la laurea
archivio guide della Facoltà		

Programmi (cliccare sui nomi degli insegnamenti)

[Diritto commerciale internazionale \(semestrale\)](#)

[Economia e tecnica degli scambi internazionali](#)

[Economia internazionale - industriale](#)

[Gestione finanziaria e valutaria](#)

[Lingua francese III](#)

[Lingua inglese III](#)

[Lingua tedesca III](#)

[Organizzazione e gestione delle risorse umane \(modulo di 20 ore\)](#)

DIRITTO COMMERCIALE INTERNAZIONALE (semestrale)

Terzo anno

Diploma universitario in Commercio estero

Dott. Marco Cavani

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 31 ottobre 2001

Obiettivo del corso

Introdurre lo studente agli elementi fondamentali del Diritto commerciale internazionale, fornendogli gli strumenti necessari per redigere un valido contratto e per orientarsi nella materia degli scambi commerciali con altri Paesi.

Argomenti

PARTE GENERALE

1. LE FONTI DEI CONTRATTI COMMERCIALI INTERNAZIONALI

Sistema legislativo del diritto internazionale privato (legge 218/1995). Convenzioni. Usi. Regole Uniformi Private: Incoterms, Principi Unidroit. Lex Mercatoria.

2. I CONTRATTI COMMERCIALI INTERNAZIONALI

Redazione. Formazione. Controversie. Giurisdizione internazionale.

PARTE SPECIALE

Convenzioni rilevanti. Contratti di vendita; contratti di fornitura, distribuzione e licenza; contratti di cooperazione tra imprese; contratti finanziamento e garanzie bancarie internazionali; contratti con evidente contenuto internazionale. Le società: le società commerciali e il diritto commerciale internazionale privato; il Gruppo Europeo d'interesse economico.

Testi

I testi verranno comunicati all'inizio del corso

ECONOMIA E TECNICA DEGLI SCAMBI INTERNAZIONALI

Terzo anno

Diploma universitario in Commercio estero

Sig.ra Giovanna Bongiovanni
Sig. Franco De Antoni

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 15 dicembre 2001

Obiettivo del corso

Il corso si propone di fornire allo studente un quadro abbastanza completo delle problematiche connesse alle operazioni di commercio con l'estero, e si compone di due moduli.

Argomenti

PRIMO MODULO

VENDITA ALL'ESTERO E TRASPORTI INTERNAZIONALI

Le forme di pagamento in uso nel commercio internazionale vincolate alla consegna della merce o dei documenti rappresentativi della merce; fasi delle operazioni, ruolo e responsabilità degli istituti bancari, norme regolamentari ed usi uniformi.

I termini di consegna nelle compravendite internazionali secondo le regole Incoterms 2000, il passaggio dei rischi e suddivisione delle spese di trasporto.

Il contratto di spedizione e di trasporto; qualificazione, oggetto, obblighi, diritti e responsabilità delle parti.

Le norme interne e le Convenzioni internazionali in materia di trasporto: clausole di esonero e limiti di risarcimento.

Imballaggi ed unità di carico dei trasporti internazionali.

I trasporti internazionali: peculiarità e mezzi dei singoli modi di trasporto, meccanismi tariffari, iter delle spedizioni.

I documenti emessi in occasione del trasporto internazionale: polizze di carico, lettere di vettura camionistiche, aeree, ferroviarie. I documenti emessi in occasione del groupage. Funzione dei documenti, loro negoziazione bancaria, responsabilità degli emittenti.

Le assicurazioni merci trasportate: forme di garanzia in uso sul mercato, il valore di assicurazione, le avarie, i clausolari del mercato italiano ed internazionale, l'accertamento del danno e le procedure da seguire.

La gestione del contenzioso trasporti.

SECONDO MODULO

Diritto e tecnica doganale: caratteristiche e contenuti; la specialità del diritto doganale e relazioni con le varie branche del diritto comune; le forme normative comunitarie e nazionali; la giurisprudenza e le questioni di compatibilità.

L'organizzazione dell'amministrazione doganale; la nuova Agenzia doganale "En.A.D."; le prospettive di "Dogana 2000"; l'informatica e la telematica in dogana.

Il rapporto giuridico tributario; la territorialità (territorio doganale comunitario e nazionale, le esclusioni); l'obbligazione doganale ed i suoi contenuti; i soggetti e la rappresentanza in dogana; i fatti esimenti; l'oggetto: la merce, il caso software.

Il debito fiscale: i dazi e le tasse ad effetto equivalente, le accise, l'Iva; l'accertamento ed i suoi elementi: quantità come base di imposizione, qualità e regole di classificazione codifica secondo la tariffa, valore e base imponibile, origine non preferenziale e preferenziale (le norme generali, gli accordi di libero Scambio, di Associazione, di Partenariato, le Preferenze generalizzate coi paesi in via di sviluppo, ecc.), le regole in tema di origine sul cumulo regionale e diagonale, l'accordo di Madrid e le norme sul "Made in ...", i marchi e le merci contraffatte o usurpative.

La documentazione: la fattura, il documento di trasporto, le certificazioni in origine, le semplificazioni, la tariffa doganale: lettura, interpretazione ed uso.

Destinazioni e regimi doganali; analisi dei singoli regimi: transito esterno ed interno, immissione in libera pratica ed in consumo, i depositi, perfezionamento attivo ed ammissione temporanea, trasformazione sotto controllo doganale, perfezionamento passivo, esportazione.

La dichiarazione verbale e scritta: il Documento Amministrativo Unico (D.A.U.): descrizione e compilazione; i momenti operativi: accettazione, acquisizione informatica e preselezione, riscossione o garanzia dei diritti nelle varie tipologie, controllo documentale o visita delle merci, liquidazione, riscontro della Guardia di Finanza; le procedure: ordinarie in circuito e fuori circuito, semplificate, domiciliate.

Il contenzioso: la revisione dell'accertamento, la controversia doganale, il recupero ed il rimborso dei diritti; le violazioni: gli illeciti civili, gli illeciti amministrativi e penali, il sistema sanzionatorio.

Il mercato interno europeo; la circolazione delle merci; il presupposto degli scambi intracomunitari; la documentazione e gli adempimenti, il sistema INTRASTAT e la compilazione degli elenchi INTRA; i controlli; le sanzioni; le connessioni tra scambi intracomunitari ed operazioni doganali; le triangolazioni.

Le procedure doganali e gli effetti sull'organizzazione dell'azienda; le tipologie organizzative; i comportamenti

aziendali nei confronti dell'Amministrazione doganale.

Organi comunitari doganali, atti internazionali e principi di carattere doganale, gli orientamenti generali.

Testi

Pubblicazione 560 e 500 della Camera di Commercio Internazionale (acquistabili presso la sezione italiana della CCI - Via XX Settembre 5 - 00187 Roma)

Dispensa e modulistica a cura del docente



ECONOMIA INTERNAZIONALE - INDUSTRIALE

Terzo anno

Diploma universitario in Commercio estero

Dott. Paolo Crestanello

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 15 dicembre 2001

Obiettivo del corso

Il corso si propone di fornire allo studente un quadro abbastanza completo delle problematiche connesse all'economia internazionale - industriale.

Argomenti

I) Un confronto tra differenti sistemi economici e sociali. Il modello di capitalismo americano e renano: differenze nel ruolo dello stato, della finanza, dell'industria e della distribuzione. I differenti vantaggi competitivi nelle nazioni. Fordismo e Post Fordismo.

II) Il sistema produttivo e distributivo in Italia. L'importanza delle piccole imprese. I distretti industriali. Il ruolo delle Istituzioni. Le politiche industriali.

III) Integrazione verticale e processi di concentrazione produttiva. Imprese finali e di subfornitura. Differenti tipi di subfornitura.

IV) Processi di internazionalizzazione: penetrazione commerciale e risparmio sui costi del lavoro. Impresa multinazionale e rilocalizzazione produttiva all'estero. Differenti modi di internazionalizzazione: attraverso joint-ventures, investimenti diretti all'estero, accordi di cooperazione. Il traffico di perfezionamento passivo (TPP).

V) I sistemi di qualità. La certificazione della qualità.

VI) Cenni di cultura europea con l'obiettivo di fornire agli allievi conoscenze generali sulla storia e sulle istituzioni europee, indicazioni relative alle forme di intervento europeo e in particolare alle politiche comunitarie in ambito di ricerca e sviluppo.

Testi

I testi verranno comunicati all'inizio del corso



GESTIONE FINANZIARIA E VALUTARIA

Terzo anno

Diploma universitario in Commercio estero

Dott. Luciano Lolli

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 15 dicembre 2001

Obiettivo del corso

Il corso intende fornire allo studente un quadro approfondito del ruolo assunto dalla banca nei rapporti con le imprese nelle operazioni con l'estero.

Argomenti

1. I SERVIZI E L'INTERMEDIAZIONE CREDITIZIA

La banca come impresa di servizi e intermediaria creditizia. L'evoluzione economica delle attività di intermediazione creditizia e di fornitura di servizi: la struttura dello Stato Patrimoniale e del Conto Economico delle Aziende di Credito; i livelli del margine di interesse e del margine di intermediazione e le loro evoluzioni negli anni '90.

La struttura dell'attivo e del passivo di un'impresa.

Gli strumenti creditizi e finanziari per la gestione aziendale: copertura dei fabbisogni di breve periodo; copertura dei fabbisogni di medio/lungo periodo.

2. LA NORMATIVA VALUTARIA ITALIANA

Disposizioni e adempimenti principali: la nuova normativa valutaria italiana; nozioni fondamentali della nuova

normativa; la comunicazione valutaria statistica.

3. IL COMMERCIO INTERNAZIONALE E LE FORME DI ASSICURAZIONE E FINANZIAMENTO DELL'EXPORT

Le coperture assicurative e finanziarie; l'assicurazione pubblica dell'export in Italia; il finanziamento pubblico dell'export in Italia; cooperazione e aiuto allo sviluppo; altre forme di finanziamento e assicurazione di mercato.

4. LA GESTIONE DEI RISCHI FINANZIARI

La volatilità dei rapporti di cambio delle valute: cenni sull'analisi tecnica e su quella fondamentale; il mercato dei cambi a termine; l'indebitamento in valuta; gli strumenti di finanza derivata.

Testi

I testi verranno comunicati all'inizio del corso



LINGUA FRANCESE III

Terzo anno

Diploma universitario in Commercio estero

Prof.ssa Roxane Ferrari

Dott.ssa Francesca Occhionorelli

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 31 ottobre 2001

Obiettivo del corso

Sviluppare competenze interpretative ed espressive: (coerenza, pertinenza, precisione formale). Conoscere attivamente i contenuti del programma. Comprendere messaggi orali di carattere generale e di natura più specifica (lingua di specialità) cogliendone la situazione, l'argomento e informazioni più dettagliate. Sapere organizzare un resoconto orale. Cogliere i contenuti essenziali di un documento scorrevole e coerente. Riconoscere il lessico e gli aspetti grammaticali. Esprimersi sui contenuti oggetto del corso in modo semplice ma efficace ed appropriato. Esprimersi all'orale in generale con una pronuncia corretta e senza errori significativi di lessico e di grammatica. Sapere rispondere a delle domande di comprensione del testo allo scritto senza errori significativi di lessico e di grammatica. Sapere individuare i procedimenti espressivi che assicurano l'efficacia di un documento. Sapere organizzare un resoconto orale scorrevole, coerente, logico e ben strutturato. Sapere elaborare un discorso in modo personale, argomentato e critico, operando opportuni collegamenti.

Argomenti

- L'entreprise / Ses objectifs / Ses partenaires / Sa taille / Sa forme juridique / Son organigramme / Son financement / Sa croissance et sa transformation.

- L'entreprise un lieu de communication pour les affaires Communication avec les fournisseurs / les clients / les partenaires / à l'intérieur de l'entreprise.

- Analyse d'articles tirés de la presse.

- Analyse d'articles de presse sur des sujets concernant le mode économique / Exposés.

- Analyse de profils d'entreprise en cours.

- Recherche personnelle sur une grande entreprise française (fiche de présentation).

La metodologia didattica prevede: Lezione frontale per fornire i contenuti e addestrare alla presa d'appunti.

Lezione interattiva per stimolare la riflessione e migliorare l'espressione sviluppando le dinamiche della presa di parola in pubblico. Attività di laboratorio per sviluppare la capacità di comprensione/espressione in ambito costruttivo. Sapersi documentare autonomamente.

L'esame del 3° anno prevede una prova scritta (comprensione scritta di un testo e successiva rielaborazione argomentata, redazione di una lettera di tipo commerciale, esercizio d'ascolto) e una prova orale (conversazione sugli argomenti affrontati durante il corso, conversazione interattiva in situazione professionale).

Testi

Grammathèque, Cideb ed.

Dispense a cura della docente



LINGUA INGLESE III

Terzo anno

Diploma universitario in Commercio estero

Prof.ssa Attilia Lavagno

Dott. Colin Norris

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 31 ottobre 2001

Argomenti

Argomenti di Business English

1. Market structure and competition
2. Efficiency and employment
3. Business ethics
4. The role of the Government
5. Central banking, money and taxation
6. Exchange rates
7. Shares, stocks, bonds
8. Nasdaq

Verranno inoltre letti ed analizzati i seguenti articoli tratti da The Economist.com:

1. E-xaggeration
2. The Virtual Threat
3. Still kicking
4. Dotty about dot.commerce?
5. Shopping around the Web
6. Frictions in cyberspace
7. Too few pennies fro heaven

Testi

I. MacKenzie, English for Business Studies, Cambridge University Press, Cambridge

Altro materiale a cura della docente



LINGUA TEDESCA III

Terzo anno

Diploma universitario in Commercio estero

Prof.ssa Antonella Nardi

Dott.ssa Daniela Gardini

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 31 ottobre 2001

Argomenti

1. Informazioni varie su città e produzioni tedesche (Haribo, Porcellana di Meißen)
2. Temi di attualità: tesi di Jacques Derrida sul tema terrorismo
3. La globalizzazione, definizioni, cause e conseguenze
4. Campi semantici: politica interna ed estera, attualità, economia
5. Ascolto di diverse notizie televisive
6. L'ordinamento politico della Repubblica Federale Tedesca
7. I partiti politici
8. Temi grammaticali: Konjunktiv I e II; Indirekte Rede; La costruzione participiale; Il gerundio; Ripasso.
9. L'introduzione dell'Euro: Pro e contro, effetti e conseguenze, il mercato comune: riforma monetaria, unione monetaria; Banca Europea: funzioni
10. Presentazione aziendale: La scelta del polo industriale: fattori strategici per insediamenti industriali; Progettazione di una partecipazione fieristica; Piccole e medie industrie in Germania: classificazione ed esempi; Promozione aziendale: strategie e progetti; Comunicazione con la stampa, comunicati stampa; Progettazione di una presentazione aziendale
11. Corrispondenza commerciale: Impostazione corretta di lettere commerciali; Il linguaggio commerciale

Testi

Materiale didattico a cura della docente

Altri supporti didattici:

V. Eismann, Wirtschaftskommunikation Deutsch, Ed. Langenscheidt, Berlin, ultima ed.

N. Becker, J. Braunert, K.H. Eisfeld, Dialog Beruf, Ed. Hueber, Muenchen, ultima ed.

Articoli pubblicati su: Süddeutsche Zeitung, Der Spiegel, Wirtschaftswoche

Internet

.



ORGANIZZAZIONE E GESTIONE DELLE RISORSE UMANE (modulo di 20 ore)

Terzo anno

Diploma universitario in Commercio estero

Dott.ssa Claudia Righetti

Periodo di svolgimento del corso: 8 novembre - 15 dicembre 2001

Obiettivo del corso

Il percorso formativo è finalizzato a: fornire una ricognizione delle attività e delle leve gestionali attraverso cui opera la funzione "Personale"/"Gestione e Sviluppo Risorse Umane"; analizzare i principali mutamenti ed elementi di cambiamento che caratterizzano le strategie ed i modelli di gestione delle risorse umane nelle organizzazioni basate sui processi; analizzare i comportamenti organizzativi, fornendo strumenti concettuali ed operativi per cogliere la struttura e i principi di funzionamento dei processi di: comunicazione (interpersonale - di gruppo - d'impresa), gestione dei contrasti e dei conflitti, negoziazione, leadership - motivazione - delega, dinamica di gruppo.

Argomenti

COMUNICAZIONE

Gli automatismi della comunicazione; Cancellazione; Deformazione e Generalizzazione: i meccanismi responsabili della distorsione delle informazioni, dei fraintendimenti, delle disconferme; Le analogie tra le distorsioni della percezione visiva e le distorsioni del processo di comunicazione; Gli assiomi della comunicazione; La comunicazione Verbale e Non Verbale; Il primo contatto e la profezia che si autoavvera: l'importanza dei primi attimi nell'evolversi di una relazione; elementi comportamentali di presentazione; i pregiudizi; Ascolto attivo e ascolto passivo; Definizione del processo di comunicazione; Il feedback.

GESTIONE DEL CONTRASTO E DEL CONFLITTO - NEGOZIAZIONE

La negoziazione: Trattativa di posizione; Il negozio di principi; Le tecniche di negoziazione; Le fasi della negoziazione; L'allargamento delle opzioni negoziali; La gestione delle emozioni e l'ascolto attivo dell'interlocutore.

Contrasto e conflitto: Contenuto e relazione; L'assertività come strumento comportamentale; Giochi a somma zero e giochi a somma diversa da zero; Le tecniche di gestione del conflitto: metacomunicazione - rivolgersi a un terzo - disarmo unilaterale - ristrutturazione di contesto e di contenuto; Il decondizionamento degli automatismi per l'ampliamento del proprio repertorio comportamentale.

LEADERSHIP - MOTIVAZIONE E DELEGA

Breve cenno sui modelli di leadership in letteratura; la leadership come processo organizzativo; gli stili di leadership; Autorità ed autorevolezza; Le forme di leadership nel lavoro di gruppo; Processi di comunicazione nella gestione dei collaboratori; Il leader assertivo; Il processo di motivazione; I bisogni individuali; Il coinvolgimento nelle strategie aziendali e nel conseguimento dei risultati; Il processo di delega; L'asse di organizzazione della delega: compiti - obiettivi.

DINAMICHE DI GRUPPO

Il gruppo come sistema; Il ciclo di gruppo: gli stadi di sviluppo dei gruppi ad alto livello di prestazione; Le dinamiche di gruppo: decodificare e gestire i processi evolutivi e/o involutivi di un gruppo; Analisi dei ruoli tipici presenti all'interno di un gruppo; Ostacoli ricorrenti nel lavoro di gruppo; L'area del compito: la partecipazione, la produttività, i processi decisionali; L'area della relazione: il clima, la coesione, la collaborazione; Processi di comunicazione nella decisione dei collaboratori: analisi delle transazioni, i copioni; Ruolo, atteggiamenti e competenze per ottimizzare il funzionamento di un gruppo di lavoro e del lavoro di gruppo.

Testi

Materiale didattico e dispense a cura della docente



programmi dettagliati
Diploma universitario in Economia e amministrazione delle imprese

Istruzioni per la stampa	insegnamenti	offerta formativa 1° anno
offerta formativa 2° anno	offerta formativa 3° e 4° anno	offerta formativa dopo la laurea
archivio guide della Facoltà		

Programmi (cliccare sui nomi degli insegnamenti)

[Analisi di mercato \(semestrale\)](#)

[Analisi e contabilità dei costi \(semestrale\)](#)

[Diritto del mercato finanziario \(semestrale\)](#)

[Economia e gestione delle imprese commerciali \(semestrale\)](#)

[Finanziamenti di aziende \(semestrale\)](#)

[Marketing \(semestrale\)](#)

[Marketing internazionale \(semestrale\)](#)

[Matematica finanziaria \(semestrale\)](#)

[Organizzazione e controllo aziendale \(semestrale\)](#)

[Organizzazione e gestione delle risorse umane \(semestrale\)](#)

[Strategia e politica aziendale \(semestrale\)](#)

[Tecnica di borsa \(semestrale\)](#)

ANALISI DI MERCATO (semestrale)

Terzo anno

Diploma universitario in Economia e amministrazione delle imprese

Prof. Attilio Ponti Sgargi

Periodo di svolgimento del corso: 8 novembre - 15 dicembre 2001

Obiettivo del corso

Nell'ambito delle esigenze conoscitive che stanno alla base della gestione aziendale in chiave di marketing, il corso si propone di fornire un quadro di metodi, tecniche e strumenti idonei ad elaborare ed interpretare informazioni sugli aspetti più significativi riguardanti la struttura del mercato e le tendenze che si manifestano nell'ambito del comportamento di consumo e dell'evoluzione della domanda.

Argomenti

L'analisi del mercato nell'ambito degli studi di marketing. I campi di indagine.

Strumenti e fasi operative nella raccolta ed elaborazione delle informazioni.

La logica del campionamento ed i campioni probabilistici nelle indagini di mercato. Ambiti e tipologie applicative.

I problemi relativi agli errori ed alle distorsioni.

Analisi della significatività dei risultati di indagine.

Il campionamento per quote ed i panel.

L'analisi dei dati ed aspetti relativi.

Ambiti applicativi dell'analisi di mercato. Tecniche statistiche di raggruppamento e segmentazione del mercato.

Le analisi territoriali ed i consumi.

Testi

G. Marbach, Le ricerche di mercato, UTET, Torino, 1992

S. Barile, G. Metallo, Le ricerche di mercato. Aspetti metodologici e applicativi, Giappichelli, Torino, 1994

Dispense a cura del docente

Testi consigliati:

P. Chisnall, Le ricerche di marketing, Mac Graw Hill, Milano, 1980



ANALISI E CONTABILITA' DEI COSTI (semestrale)

Terzo anno

Diploma universitario in Economia e amministrazione delle imprese

Dott. Giovanni Basile

Dott. Alessandro Tullio

Periodo di svolgimento del corso: 8 novembre - 15 dicembre 2001

Obiettivo del corso

L'insegnamento si propone di riprendere i concetti di programmazione e controllo focalizzandoli in particolare sulle aziende operanti nel settore dei servizi e di presentare metodologie di gestione dei costi evolute e particolarmente indicate in organizzazioni ad elevata incidenza di costi indiretti.

Argomenti

La rilevazione dei costi e le configurazioni di costo in un'impresa di servizi - Politiche di pricing.

Il margine di contribuzione e l'analisi per le decisioni - La valutazione delle esternalizzazioni in chiave economica e strategica.

La programmazione dell'attività ed applicazioni del punto di pareggio.

Metodologie di programmazione e controllo nelle imprese operanti per commessa.

Gestione strategica dei costi e metodologie di cost containment.

Il Business Planning.

Casi aziendali con discussioni in aula.

Testi

S. Baraldi, C. Devecchi, I sistemi di pianificazione, programmazione e controllo, Giappichelli, Torino, 1995, Volume 1

D. Del Cogliano, M.F. Polidoro, Il business plan nelle imprese di servizi. Una guida operativa alle pianificazioni delle imprese nei servizi, Franco Angeli, Milano, 1997

Dispense a cura del docente

Testi di approfondimento consigliati:

V. Govindarajan, K.J. Shank, L'analisi dei costi per la gestione strategica. Verso una nuova contabilità direzionale, Guerini, Milano, 1995

J. Innes, F. Mitchel, M. Tanaka, T. Yoshikawa, Logiche e strumenti di cost management. Dal calcolo dei costi alla gestione delle cause dei costi, Guerini, Milano 1995



DIRITTO DEL MERCATO FINANZIARIO (semestrale)

Terzo anno

Diploma universitario in Economia e amministrazione delle imprese

Dott.ssa Simonetta Cotterli

Periodo di svolgimento del corso: 8 novembre - 15 dicembre 2001

Obiettivo del corso

La definizione del quadro istituzionale del mercato finanziario e della disciplina che condiziona l'operatività delle singole categorie di intermediari.

Argomenti

Introduzione: L'assetto istituzionale del mercato finanziario italiano.

La disciplina delle imprese bancarie: il testo unico delle leggi in materia creditizia. L'accesso al mercato. La disciplina di vigilanza. I principi comunitari: il mutuo riconoscimento. Il modello di banca universale. I gruppi bancari. La trasparenza bancaria.

Gli intermediari finanziari non bancari. L'operatività nei confronti del pubblico. Tipologie di intermediari. Controlli e vigilanze.

Gli intermediari finanziari e il mercato mobiliare. L'organizzazione del mercato mobiliare: il ruolo della Consob. La disciplina delle società di intermediazione mobiliare (SIM). L'attività di intermediazione mobiliare delle banche. I nuovi intermediari: fondi comuni; fondi pensione; SICAV; le norme di armonizzazione comunitaria.

Testi

R. Costi, L'ordinamento bancario, Il Mulino, Bologna, 1994

Nel corso delle lezioni saranno fornite ulteriori indicazioni bibliografiche riguardanti singoli aspetti degli argomenti trattati.



ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE COMMERCIALI (semestrale)

Terzo anno

Diploma universitario in Economia e amministrazione delle imprese

Dott. Celestino Ferrari

Periodo di svolgimento del corso: 8 novembre - 15 dicembre 2001

Obiettivo del corso

Attraverso lo sviluppo di due moduli, il corso si propone di analizzare l'evoluzione dello scenario distributivo (Internet incluso) e le modalità per acquisire un posizionamento sul mercato attraverso la costruzione di una corretta identità/immagine dell'impresa.

Argomenti

L'EVOLUZIONE DELLO SCENARIO DISTRIBUTIVO. Il percorso di un prodotto: dall'ideazione, alla produzione, ai canali di commercializzazione. Le strutture di commercializzazione. Gli sviluppi del dettaglio, le politiche della G.D.O., i processi di internazionalizzazione.

TRADE MARKETING. Aree Particolari: Franchising, E-Trade, ecc.

IL DIRECT MARKETING. Definizione, obiettivi, aree operative.

L'IDENTITÀ DELL'IMPRESA. Immagine, Posizionamento, Missione.

IL CONSUMATORE/CLIENTE. l'evoluzione del consumatore, analisi delle "consumer relations", problematiche di fidelizzazione, consumerismo e movimenti di difesa del consumatore.

LA COMUNICAZIONE. Le tre leve: Pubblicità, Promozione, Relazioni Pubbliche e relativi strumenti. Le relazioni con la stampa.

MISCELLANEA. Analisi di particolari momenti e strumenti: la presenza ad una manifestazione fieristica, la sponsorizzazione e la gestione degli eventi, ecc.

INTERNAL MARKETING. Gli elementi base di marketing e comunicazione verso i dipendenti come strumento di qualità del prodotto e del servizio e di competizione sul mercato.

Testi

E. Beltramini, C. Gaeta, Il trade marketing: il mercato, i canali distributivi, i rapporti industria e distribuzione, il mix, la comunicazione, Etas, Milano

M. Zanni, Marketing Management, ed. Selekt, Reggio Emilia



FINANZIAMENTI DI AZIENDE (semestrale)

Terzo anno

Diploma universitario in Economia e amministrazione delle imprese

Dott. Davide Conti

Periodo di svolgimento del corso: 8 novembre - 15 dicembre 2001

Obiettivo del corso

Il corso si propone di affrontare i seguenti profili: analisi della formazione del fabbisogno finanziario nel quadro delle condotte operative e strategiche delle aziende; politiche finanziarie tra debito e mezzi propri: alcune considerazioni tra modelli teorici e realtà operativa; strumenti creditizi e finanziari per la copertura delle esigenze di impresa.

Pur fornendo una breve analisi d'insieme dei primi due punti, questi verranno sistematicamente ripresi nella descrizione degli strumenti creditizi e finanziari in modo da esplicitare la necessaria correlazione fabbisogno/politiche/strumenti sulla curva del ciclo di vita strategico dell'impresa. Il corso sarà poi caratterizzato da una focalizzazione sulle politiche e gli strumenti di finanziamento e assicurazione delle esportazioni di macchinari e impianti, nonché sugli strumenti per l'internazionalizzazione delle imprese.

Il corso vedrà la presenza di testimonianze operative.

Argomenti

IL FABBISOGNO FINANZIARIO DELLE IMPRESE: Le fonti di formazione nell'ambito del ciclo gestionale e strategico aziendale.

LA POLITICA DI INDEBITAMENTO E DI CAPITALIZZAZIONE: tra teoria e realtà operativa.

LA COPERTURA DEL FABBISOGNO: STRUMENTI CREDITIZI E FINANZIARI

L'autofinanziamento: sua formazione e investimento.

Il finanziamento a breve termine: debito bancario (di cassa e firma); debito di fornitura; debito parabancario (factoring); debito di mercato (polizze commerciali, cambiali finanziarie, accettazioni bancarie).

Il finanziamento ordinario a medio/lungo termine: debito bancario (mutui e prestiti); debito parabancario (leasing); finanza agevolata; debito di mercato (obbligazioni ordinarie, certificati di investimento, prestiti subordinati).

La finanza e i servizi e l'assicurazione per l'export e l'internazionalizzazione: focus sulle strategie di copertura finanziaria e assicurativa dell'export di macchinari e impianti e del processo di internazionalizzazione delle imprese meccaniche.

Testi

I testi verranno comunicati all'inizio del corso

Verranno distribuite dispense a cura del docente e dei testimoni aziendali



MARKETING (semestrale)

Terzo anno

Diploma universitario in Economia e amministrazione delle imprese

Dott. Marco Zanni

Periodo di svolgimento del corso: 8 novembre - 15 dicembre 2001

Obiettivo del corso

Il corso si propone di illustrare il comportamento di mercato dell'impresa industriale con particolare riferimento al marketing strategico. L'insegnamento è finalizzato alla traduzione dei principi economici in regole empiriche di decisione e alla comprensione del comportamento competitivo delle aziende industriali.

Argomenti

AMBIENTE ESTERNO E SISTEMA DI MARKETING

Il concetto di marketing. Gli orientamenti d'impresa. La necessità di un approccio di marketing.

L'ORGANIZZAZIONE DELLA DIREZIONE MARKETING

Organizzazione per area, per prodotto, per canale. Vantaggi e svantaggi delle differenti impostazioni. Figure professionali, compiti e responsabilità (direttore marketing, marketing manager, product manager, assistant).

LA SEGMENTAZIONE DEL MERCATO E LE RICERCHE DI MERCATO

Organizzazione della segmentazione. Segmentazione e Targeting. Le variabili di segmentazione relative al consumatore e al prodotto. La costruzione di matrici di mercato. Possibili strategie di marketing (indifferenziato, segmentato e di nicchia). Ricerche sul consumatore e indagini del settore. Ricerche qualitative e quantitative.

IL MARKETING MIX

Le variabili della domanda. Il concetto di marketing mix. Principi di base nella definizione e nella gestione delle variabili. Differenze tra beni industriali, prodotti di largo consumo e servizi. Il marketing mix nell'analisi comparata dei concorrenti.

IL PRODOTTO

Le tipologie di offerta. Il ciclo di vita del prodotto e del mercato. Il posizionamento strategico. Le matrici di gestione del portafoglio prodotti.

IL PREZZO

Il prezzo come leva di marketing. Le politiche di prezzo. Modalità di formulazione del prezzo.

LE POLITICHE DISTRIBUTIVE E ORGANIZZAZIONE DI VENDITA

Posizionamento e scelta dei canali distributivi. Politiche distributive di tipo intensivo, selettivo ed esclusivo. Il sistema di franchising.

LA PUBBLICITA' E LA PROMOZIONE VENDITE

La comunicazione d'impresa. La pubblicità come variabile strategica. Il rapporto azienda/agenzia. Costruzione di una campagna pubblicitaria. Promozione di trade, al consumatore, incentivi di vendita.

Testi

I testi verranno comunicati all'inizio del corso.

Testi consigliati:

P. Kotler, Marketing management, Isedi, Torino, 1991

D. Fornari, Le strategie di trade marketing, Egea, Milano, 1990



MARKETING INTERNAZIONALE (semestrale)

Terzo anno

Diploma universitario in Economia e amministrazione delle imprese

Prof.ssa Giovanna Galli

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 31 ottobre 2001

Obiettivo del corso

Il corso si propone di affrontare le problematiche strategiche relative alla presenza sui mercati internazionali.

Argomenti

Offre una rassegna dei principali contributi teorici sui processi di internazionalizzazione delle imprese, con particolare attenzione alle organizzazioni di piccole e medie dimensioni. In modo specifico saranno presentati e discussi l'approccio nordico e transazionale. Infine verranno affrontati i temi delle strategie e dei canali d'entrata sui mercati esteri ed illustrati i fondamenti dell'organizzazione e dello sviluppo delle imprese multinazionali.

L'attività didattica prevede, oltre alle lezioni frontali, la preparazione e discussione di progetti di gruppo.

Testi

G. Pellicelli, Il marketing internazionale: mercati globali e nuove strategie competitive, 3^a ed., Etas, Milano, 1999

Altri materiali saranno indicati nel corso delle lezioni.



MATEMATICA FINANZIARIA (semestrale)

Terzo anno

Diploma universitario in Economia e amministrazione delle imprese

Dott. Carlo Alberto Magni

Periodo di svolgimento del corso: 8 novembre - 15 dicembre 2001

Obiettivo del corso

Conoscere le principali tecniche di valutazione degli investimenti. Comprendere le connessioni concettuali e operative tra matematica finanziaria e contabilità. Impostare e risolvere problemi di decisione aziendale a carattere finanziario.

Argomenti

Capitalizzazione e attualizzazione: regimi finanziari, equivalenza tra tassi e tra leggi, scindibilità, tassi variabili, tassi spot e forward.

Rendite: calcolo di valori attuali e montanti.

Piani di ammortamento finanziario: rimborso in un'unica soluzione, rimborso graduale, impostazione elementare, impostazione finanziaria.

Indici di redditività finanziaria: TIR, VAN, APV, GAPV, scomposizione per quote di periodo e per fonte di finanziamento.

Scelte finanziarie: criterio del tasso interno, criterio del valore attuale netto, criterio del montante, criterio del ROE, connessioni tra i vari indici.

Titoli a reddito fisso: BOT, "pronti contro termine", BTP.

Testi

E. Luciano, L. Peccati, Matematica per la gestione finanziaria, Editori Riuniti, Roma, 1997

Altre letture saranno indicate durante lo svolgimento del corso



ORGANIZZAZIONE E CONTROLLO AZIENDALE (semestrale)

Terzo anno

Diploma universitario in Economia e amministrazione delle imprese

Ing. Nicola Martinelli

Periodo di svolgimento del corso: 8 novembre - 15 dicembre 2001

Argomenti

OVERVIEW SUL FACILITY MANAGEMENT

Facility Management da focus sui servizi a fornitura di soluzioni; l'infrastructure management ed il controllo aziendale.

ASPETTI DI REAL ESTATE: IMPLICAZIONI SUL FACILITY MANAGEMENT

L'asset management. Le strategie di Facility Management: Gestione interna, Gestione esternalizzata, Gestione mista.

QUADRO DI RIFERIMENTO TECNICO-NORMATIVO

Il contratto di appalto. I tipi di contratto di appalto: I contratti a forfait, I contratti a misura, I contratti in economia. La scelta dell'impresa. Le condizioni contrattuali. I documenti contrattuali: Analisi capitolato Comune Milano. Normative di riferimento: Le norme UNI La direttiva 92/50: l'appalto di servizi; Il D.Lgs 626/94: la sicurezza in azienda; La legge 10/91: la gestione energetica.

PLANNING, SCHEDULING E BUDGETING

La fase istruttoria. La fase pianificatoria. La fase programmatoria. La pianificazione finanziaria. La fase attuativa.

SISTEMI INFORMATIVI PER LA GESTIONE DEL FACILITY MANAGEMENT

Il CAFM: Computer Aided Facility Management. Il CIFM: Computer Integrated Facility Management. Le funzionalità del CIFM: Gestione amministrativa, Gestione degli spazi, Gestione dei progetti, Gestione delle attrezzature, Gestione delle telecomunicazioni, Gestione delle operations di edificio. Le applicazioni del computer: Hardware, Software, I DataBase.

OPERATIONS E MAINTENANCE

La gestione degli accessi ai servizi. La gestione della programmazione degli interventi. Gli ordini di lavoro.

LE POTENZIALITA' DI INTERNET NEL FACILITY MANAGEMENT

Trend di mercato mondiali. B2B contro B2C. La situazione in Italia. Le Tecnologie utilizzate.

LA CUSTOMER SATISFACTION COME ELEMENTO DI PROGETTAZIONE E CONTROLLO SERVIZI

Livelli di servizio. Parametri di controllo. Progettazione dei servizi. Rilevazione della customer satisfaction.

LA STRUTTURA ORGANIZZATIVA DEL FACILITY MANAGEMENT

Elementi di teoria dell'organizzazione. Attività. Funzioni. Struttura organizzativa. Risorse umane e strumentali.

INCONTRO CON ENTE PUBBLICO (COMUNE DI MILANO - SETTORE GERP)

Obiettivi del progetto Global Service. Il modello di funzionamento. La struttura organizzativa del Settore GERP. Discussione.

Testi

Dispense a cura dei docenti



ORGANIZZAZIONE E GESTIONE DELLE RISORSE UMANE (semestrale)

Terzo anno

Diploma universitario in Economia e amministrazione delle imprese

Prof. Luigi Golzio

Periodo di svolgimento del corso: 8 novembre - 15 dicembre 2001

Argomenti

Il concetto di servizio e offerta increm.

La "Personnell idea".

Motivazione e incentivazione.

Il personale e il marketing interno.

Le competenze del personale nei servizi.

Outsourcing: i tipi di reti di impresa.

Outsourcing: i costi di transazione.

Il facility management: organizzare il fornitore.

Le lezioni saranno integrate con casi aziendali.

Testi

A. Grandori, Organizzazione e comportamento economico, Il Mulino, Bologna, 1999

C Gronroos, Management e marketing dei servizi, Isedi, Torino, 1994

R. Normann, La gestione strategica dei servizi, Etaslibri, Milano, 1992



STRATEGIA E POLITICA AZIENDALE (semestrale)

Terzo anno

Diploma universitario in Economia e amministrazione delle imprese

Ing. Alberto Fecchio

Periodo di svolgimento del corso: 8 novembre - 15 dicembre 2001

Obiettivo del corso

Il corso si propone di fornire agli studenti le conoscenze e gli strumenti necessari per operare in un settore innovativo e in continuo mutamento quale è quello della gestione dei servizi di supporto all'attività principale dell'azienda. Con il consolidamento del Facility Manager all'interno dell'organigramma aziendale, si rende pertanto necessario creare nuove competenze che consentano di occuparsi della complessa gestione delle facility aziendali e di accrescere le competenze manageriali in un settore che diventa sempre più strategico per le aziende.

Argomenti

Gli argomenti che verranno trattati forniranno una visione generale di tutte le principali problematiche inerenti il Facility Management. Oltre a temi generali sul Facility Management verranno trattate questioni relative a:

L'outsourcing come strategia gestionale.

Il rapporto cliente-fornitore.

La sicurezza come politica aziendale.

Aspetti legislativi.

La pianificazione degli spazi.

La misurazione delle performance.

La gestione di progetti nel settore dei servizi (Project Management).

Il Benchmarking.

Case study.

Testi

Dispense a cura dei docenti

Testi consigliati:

F. Pala, T. Galletta, Benchmarking: strumento manageriale per gestire i costi legati al Facility Management, IFMA Italia, Milano, 1999



TECNICA DI BORSA (semestrale)

Terzo anno

Diploma universitario in Economia e amministrazione delle imprese

Dott. Paolo Lodi

Periodo di svolgimento del corso: 8 novembre - 15 dicembre 2001

Obiettivo del corso

Il corso si propone di fornire gli elementi cognitivi essenziali di natura istituzionale, economica e tecnica per la comprensione del funzionamento dei mercati finanziari, con particolare enfasi sui principi di valutazione di rischio e redditività che sono alla base delle scelte finanziarie degli operatori. In particolare, con riferimento alla realtà italiana, il corso intende fornire, sotto il profilo concettuale ed istituzionale, una analisi dei caratteri operativi del mercato mobiliare e delle diverse tipologie di strumenti oggetto di scambio. Particolare attenzione è rivolta ai titoli di Stato, le cui principali tipologie sono oggetto di approfondimento sia sotto il profilo dei caratteri tecnici ed economici, sia sotto il profilo della valutazione finanziaria, ed alla Borsa Valori, alla luce delle recenti riforme riguardanti l'organizzazione del mercato ed i meccanismi operativi delle transazioni. Vengono inoltre analizzati, da un punto di vista finanziario, i caratteri distintivi delle principali categorie di titoli strutturati presenti sul mercato (obbligazioni convertibili, reverse floaters, dual currency bonds) e dei principali strumenti derivati trattati sul mercato (opzioni, futures). Nel corso delle lezioni verrà dato ampio spazio ad esemplificazioni

ed esercitazioni pratiche.

Argomenti

Il corso si suddivide in due parti ideali:

I) istituzionale: analisi introduttiva e descrittiva dell'articolazione, della struttura organizzativa e del funzionamento del mercato mobiliare e dell'attività degli intermediari finanziari, con particolare riferimento alla realtà italiana;

II) tecnico/operativa: analisi dei meccanismi operativi e degli strumenti oggetto di scambio nelle diverse articolazioni del mercato finanziario: a) mercato obbligazionario; b) mercato azionario; c) mercato dei cambi.

Verranno trattati i seguenti argomenti:

Mercati, intermediari ed attività finanziarie: definizioni e classificazioni, mercati diretti e mercati aperti, mercato primario e mercato secondario, forme organizzative ed efficienza dei mercati: caratteri distintivi e principali categorie di attività finanziarie. L'intermediazione mobiliare e gli investitori istituzionali. Il rating.

Il mercato obbligazionario: caratteri distintivi delle obbligazioni e prassi operativa. Valutazione e analisi di rischio/rendimento dei titoli obbligazionari. Analisi del rendimento e limiti di utilizzo. La Duration e il Basis Point Value. Curve dei tassi per scadenza. Il mercato primario e le emissioni del Tesoro. Sistemi d'asta e prezzi base. Il funzionamento dell'asta telematica. I titoli "strutturati".

La Borsa Valori, il mercato azionario e i relativi derivati: organizzazione del mercato ed inquadramento istituzionale. Gli strumenti; le azioni, i warrant, le obbligazioni convertibili. Aumenti di capitale gratuiti e a pagamento. Il circuito telematico, le fasi di negoziazione e gli ordini di borsa. Gli indici di borsa. Il mercato dei prodotti derivati (IDEM). I premi di borsa.

Il mercato dei cambi e dei relativi derivati: caratteristiche generali e prassi operativa. Le operazioni a pronti e le operazioni a termine. Il mercato monetario. Il concetto di arbitraggio. Le opzioni su cambi. La copertura del rischio di cambio.

Testi

A. Ferrari, E. Gualandri, A. Landi, P. Vezzani, Strumenti, mercati, intermediari finanziari, Giappichelli, Torino, 1997

Materiale didattico a cura del docente verrà distribuito in fotocopia



ANALISI DI MERCATO

Quarto anno

Corso di laurea in Economia aziendale

Prof. Attilio Ponti Sgargi

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 5 giugno 2002

Programma del corso

PARTE INTRODUTTIVA

Esigenze conoscitive ed aspetti significativi nel rapporto tra impresa e mercato. I problemi di misurazione dei fenomeni di mercato. Gli indici di mercato ed i potenziali di vendita. L'analisi statistica dei consumi e modelli di comportamento di acquisto. Concetti di benessere e qualità della vita e relative misure.

METODI E TECNICHE DI ANALISI

Il disegno di ricerca nelle indagini di mercato. Concetti di stima e problemi connessi. Il campione e la logica del campionamento probabilistico nelle indagini di mercato. Il piano di campionamento e le operazioni di stratificazione; la verifica dei risultati. I campioni non rappresentativi ed altri tipi di campionamento. I problemi connessi agli errori ed alle distorsioni. L'analisi dei dati; l'analisi classificatoria e le componenti principali.

CAMPI DI INDAGINE

La segmentazione del mercato: concetti e criteri. La segmentazione e le tecniche statistiche di raggruppamento. Le indagini di tipo qualitativo, gli strumenti informativi e la formulazione dei quesiti. Gli esperimenti fattoriali. La soddisfazione della clientela e relative misure. Le indagini in campo pubblicitario.

ASPETTI APPLICATIVI

La statistica applicata alla ricerca commerciale. I problemi previsionali; fondamenti logici e basi statistiche. Gli aspetti territoriali nell'analisi di mercato. I modelli gravitazionali. I problemi logistici nell'ambito del marketing.

Testi

G. Marbach, Le ricerche di mercato, UTET, Torino, 1996

A. De Luca, Metodi statistici per le ricerche di mercato, UTET, Torino, 1990

P.M. Chisnall, Le ricerche di marketing, Mc Graw Hill, Milano, 1990

Per argomenti specifici da concordare con il docente:

A. De Luca, Le applicazioni dei metodi statistici alle analisi di Mercato, Angeli, Milano, 1995

S. Brasini, F. Tassinari, G. Tassinari, Marketing e pubblicità: approccio statistico all'analisi dei mercati di consumo, Il Mulino, Bologna, 1993



DIRITTO BANCARIO

Quarto anno

Corsi di laurea in Economia aziendale, Economia e commercio

Dott.ssa Simonetta Cotterli

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 5 giugno 2002

Programma del corso

L'assetto giuridico del mercato finanziario: le direttive comunitarie; il Testo Unico in materia bancaria; il Testo Unico in materia finanziaria.

Le autorità di governo e controllo: CICR; Ministro del Tesoro; Banca d'Italia; Consob; Banca Centrale Europea.

Le imprese bancarie: la nozione di attività bancaria; la raccolta del risparmio; l'esercizio del credito; il concetto di banca universale; le banche a struttura cooperativa.

L'accesso all'attività bancaria: l'autorizzazione all'attività bancaria; l'espansione territoriale delle imprese bancarie; il principio del "mutuo riconoscimento".

La Vigilanza bancaria: la Vigilanza informativa; la Vigilanza regolamentare; la Vigilanza ispettiva.

La trasparenza: la trasparenza nei confronti degli organi di vigilanza; la trasparenza nei rapporti con i clienti.

I gruppi bancari.

La crisi dell'impresa bancaria: i provvedimenti straordinari sulle succursali; l'amministrazione straordinaria; la liquidazione coatta amministrativa; i sistemi di garanzia.

I servizi di investimento: i soggetti abilitati; la nozione di "strumenti finanziari"; la nozione di "servizi di investimento"; criteri per lo svolgimento dei servizi.

L'offerta fuori sede: la nozione; i promotori finanziari.

L'appello al pubblico risparmio: la sollecitazione all'investimento; le offerte pubbliche di acquisto o di scambio.

Testi

R. Costi, L'ordinamento bancario, 3^a ed., Il Mulino, Bologna, 2001

R. Costi, Il mercato mobiliare, 2^a ed., Giappichelli, Torino, 2000



DIRITTO COMMERCIALE

Terzo anno

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia

Dott. Ettore Rocchi

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 15 dicembre 2001

Obiettivo del corso

Il corso si propone di fornire le nozioni essenziali su un ampio spettro di istituti del diritto commerciale, focalizzando al contempo l'analisi su "corpora" normativi e regolamentari come l'impresa e l'azienda, le società di persone e di capitali, le società quotate in mercati regolamentati e la disciplina generale degli stessi, i titoli di credito, nonché i lineamenti fondamentali delle procedure concorsuali e dell'impresa in crisi. L'approccio prevede una lettura critica delle varie figure attraverso il richiamo alle fonti interpretative (dottrina, giurisprudenza e prassi) e nondimeno continui riferimenti di diritto comparato, con un'attenzione particolare alle linee di tendenza della legislazione vigente ed emergente, affinché i discenti acquisiscano un metodo idoneo sia a risolvere casi pratici che a riportare quanto più possibile a sistema la continua e articolata proliferazione regolamentare che caratterizza la materia nei tempi presenti. Particolare cura sarà rivolta alla padronanza del lessico specialistico. Il corso prevede 64 ore di didattica, a cui lo studente è vivamente incoraggiato a partecipare attivamente, a fronte delle quali viene stimato un impegno di studio individuale di 136 ore (per un totale di 200 ore di lavoro).

Didattica

Per ciascun argomento verranno dapprima fornite le nozioni fondamentali, quindi esposte le varie posizioni della dottrina e della giurisprudenza, poi riportati, laddove utile, casi pratici e riferimenti comparatistici, infine tratteggiate le linee evolutive dell'argomento stesso. Il docente provvederà, laddove didatticamente opportuno, a stimolare i discenti ad interventi, approfondimenti seminariali, ricerche finalizzate, allo scopo di consentire la conoscenza e l'accesso agli strumenti di cognizione e ricerca. L'analisi del linguaggio giuridico rappresenterà un saggioro metodologico costante.

Modalità di valutazione

Sono previste da tre a cinque prove di valutazione in forma scritta e/o di test mirati a risposta multipla, su istituti o complessi di istituti che presentino omogeneità. Sulla base della media del risultato delle prove svolte si svolgerà l'esame finale, consistente in un colloquio. E' vivamente raccomandata la partecipazione alle prove scritte, soprattutto per la loro valenza "autovalutativa" ai fini dell'esame finale.

Testi

G. Auletta, N. Salanitro, Diritto commerciale, 12^a ed., Giuffrè, Milano, 2000

Durante il corso verranno fornite dispense e materiale giurisprudenziale di supporto, nonché le coordinate per l'accesso a banche dati.



DIRITTO COMMERCIALE

Terzo anno

Corsi di laurea in Economia aziendale, Economia e commercio, Economia politica

Prof. Gaspare Vittorio Spatazza

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 15 dicembre 2001

Programma del corso

Il corso comprende le seguenti branche del diritto commerciale: imprenditori (impresa) e azienda.

Cenni sui consorzi tra imprenditori.

Società di persone e società di capitali. Le società cooperative. Cenni sulle società consortili.

I titoli di credito.

Testi

F. Galgano, Diritto commerciale, Zanichelli, Bologna, ultima ed.: vol. I "L'imprenditore" (solo le pagine dedicate ad impresa ed azienda); vol. II "Le società" (tutto)

G. Cottino, Diritto commerciale, Cedam, Padova, ultima ed.: vol. I, tomo II "Le società e le altre associazioni economiche"

G.F. Campobasso, Diritto commerciale, Utet, Torino, ultima ed.: vol. II "Le società"

Oppure per imprenditori e le società il seguente testo:

F. Ferrara, F. Corsi, Gli imprenditori e le società, Giuffrè, Milano (ultima ed.)

G. Auletta, N. Salanitro, Diritto commerciale, Giuffrè, Milano, 1993: solo le pagine dedicate ai titoli di credito



DIRITTO DEL LAVORO (semestrale)

Quarto anno

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia

Prof. Pierpaolo Cipressi

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 31 ottobre 2001

Programma del corso

Il gruppo professionale organizzato e le categorie professionali. La libertà sindacale. L'associazione sindacale non riconosciuta. L'associazione sindacale nella sua fenomenologia organizzativa. Il contratto collettivo corporativo. Il contratto collettivo ex art. 39 Cost. Il contratto collettivo di diritto comune. Il contratto collettivo aziendale. Il diritto di sciopero e le varie forme di lotta sindacale. Il lavoro nell'impresa. La subordinazione del prestatore di lavoro.

Lavoro subordinato, lavoro autonomo e lavoro parasubordinato: criteri distintivi e tipologie. Il contratto individuale di lavoro: forma, elementi costitutivi, interpretazione, efficacia ed invalidità. Struttura del rapporto individuale di lavoro: diritti, doveri e poteri delle parti.

Contratti di lavoro speciali: contratto di formazione e lavoro, apprendistato e lavoro interinale. La retribuzione: nozione, funzione e specie. La sospensione del rapporto di lavoro. L'estinzione del rapporto di lavoro (i licenziamenti individuali e collettivi e le dimissioni). La cassa integrazione ordinaria e straordinaria.

Testi

E. Ghera, Diritto del lavoro: il rapporto di lavoro, Cacucci, Bari (ultima ed.)

G. Nicolini, Diritto del lavoro, Giuffrè, Milano (ultima ed.)

L. Galantino, Diritto del lavoro, Giappichelli, Torino (ultima ed.): esclusi i capp. 6, 9, 21 e 22

L. Galantino, Diritto sindacale, Giappichelli, Torino (ultima ed.): esclusi i capp. 2, 7, 10



DIRITTO DEL LAVORO

Quarto anno

Corsi di laurea in Economia aziendale, Economia e commercio, Economia politica

Prof. Marco Biagi

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 15 dicembre 2001

Obiettivo del corso

Il corso si propone di studiare le regole giuridiche e sociali dei rapporti individuali e collettivi di lavoro.

Il corso prevede 64 ore di didattica. L'impegno di studio individuale per il superamento dell'esame è invece quantificabile presuntivamente in circa 134 ore. Lo studente deve quindi considerare approssimativamente necessario un impegno totale di circa 200 ore.

Didattica

Lo studio del diritto del lavoro attiene ai due aspetti distinti - ma convergenti - della disciplina regolatrice del rapporto individuale di lavoro subordinato e di quella relativa all'organizzazione e all'azione dei sindacati dei lavoratori e dei datori di lavoro. Il corso si articolerà, tendenzialmente, sui due nuclei fondamentali della materia, secondo due distinti programmi alternativi:

Primo programma: struttura e disciplina del contratto di lavoro subordinato nell'impresa (punto A, comune per entrambi i programmi); principi fondamentali del diritto sindacale italiano, consigliato agli studenti che intendono svolgere un'analisi di taglio rigorosamente giuridico (punto B.1).

Secondo programma, in alternativa al precedente: struttura e disciplina del contratto di lavoro subordinato nell'impresa (punto A, comune per entrambi i programmi); caratteristiche del sistema di relazioni industriali italiano, consigliato agli studenti che intendono invece privilegiare un'analisi di taglio non strettamente giuridico (punto B.2).

In sintesi verranno affrontati i seguenti argomenti:

A) STRUTTURA E DISCIPLINA DEL CONTRATTO DI LAVORO SUBORDINATO NELL'IMPRESA

Individuazione della fattispecie di lavoro subordinato: il tipo contrattuale "lavoro subordinato", tipologie di lavoro atipico o temporaneo, gestione flessibile dei tempi e delle modalità di lavoro nell'impresa. Ricadute pratiche della qualificazione del rapporto di lavoro come autonomo o subordinato (conseguenze normative, penali, fiscali e previdenziali, ecc.). Impresa, comunità e contratto: strumenti giuridici e strumenti sociali di organizzazione del lavoro industriale e di utilizzazione del fattore-lavoro. L'organizzazione del lavoro nell'impresa: poteri e doveri del datore di lavoro (potere direttivo, potere disciplinare, obbligo di tutela della salute e della sicurezza dei lavoratori, ecc.); diritti e obblighi del lavoratore (diritto alla retribuzione, obbligo di diligenza, obbedienza e fedeltà, ecc.). L'organizzazione del lavoro nell'impresa tra "stabilità" e "flessibilità" del rapporto di lavoro: strumenti di flessibilità nell'utilizzazione della forza-lavoro, esigenze dell'organizzazione aziendale e tutela dei diritti dei lavoratori subordinati (classificazioni ed inquadramenti professionali, mutamento delle mansioni, mobilità all'interno dell'azienda, trasferimenti, programmi di formazione professionale, licenziamenti individuali e collettivi, decentramento produttivo e pratiche interpositorie, ecc.). L'organizzazione del lavoro nell'impresa: pratiche manageriali di gestione (e valorizzazione) delle risorse umane e loro praticabilità giuridica nel quadro dell'ordinamento giuridico italiano. In particolare: le strategie della "comunicazione" in azienda tra management e lavoratori (indagini motivazionali, test pre-assuntivi e attitudinali, strumenti per incentivare il rendimento dei lavoratori, flessibilità del salario e retribuzione incentivante, ecc.); la partecipazione ed il coinvolgimento dei lavoratori nell'organizzazione del lavoro e nella gestione dell'impresa; fordismo, taylorismo, toyotismo e Qualità totale: loro compatibilità con il sistema italiano di diritto del lavoro. Forme di incentivazione dell'occupazione e strumenti di gestione delle situazioni di crisi dell'impresa. La concertazione sociale e gli accordi trilaterali tra Governo e parti sociali sul costo del lavoro. Inflazione, scala mobile e automatismi retributivi: il loro impatto sul mercato del lavoro e sulla concorrenza.

B1) PRINCIPI FONDAMENTALI DEL DIRITTO SINDACALE ITALIANO

Analisi dell'organizzazione e dell'azione sindacale. La libertà sindacale. La rappresentanza sindacale in azienda. Il contratto collettivo di lavoro. Il diritto di sciopero.

Oppure, come detto, in alternativa al punto B.1:

B2) CARATTERISTICHE DEL SISTEMA DI RELAZIONI INDUSTRIALI ITALIANO

Analisi del sistema di relazioni industriali italiano. Gli attori del sistema e le loro reciproche relazioni. Le prassi e le regole che governano il sistema di relazioni industriali. Le relazioni industriali in azienda: mercato interno e mercato esterno del lavoro. Data la complessità della materia, la difficoltà di individuare autonomamente il dato normativo essenziale rispetto a quello secondario, nonché la possibilità di cogliere il notevole impatto pratico nella vita aziendale delle regole del diritto del lavoro e del diritto sindacale mediante l'analisi di casi concreti, si consiglia vivamente la partecipazione degli studenti alle lezioni.

Modalità di valutazione

Per il superamento dell'esame è necessario il superamento di una prova orale con il docente.

Per gli studenti frequentanti le lezioni, il manuale di seguito indicato è richiesto soltanto in relazione alle parti che verranno indicate dal docente durante il corso.

Per gli studenti non frequentanti il programma d'esame coincide con il testo consigliato per il superamento dello stesso.

Testi

M. Biagi, Istituzioni di diritto del lavoro, Giuffrè, Milano, 2001

Gli studenti sono invitati ad accompagnare lo studio dei testi con il rigoroso apprendimento diretto delle norme costituzionali e degli articoli del codice civile e delle fondamentali leggi speciali relative alla materia trattata, con la necessaria consultazione di un codice aggiornato.

Materiale didattico integrativo

Verranno forniti materiali di approfondimento facoltativi da parte del docente in relazione agli argomenti approfonditi durante il corso.



DIRITTO FALLIMENTARE (semestrale)

Quarto anno

Corsi di laurea in Economia aziendale, Economia e commercio

Prof. Cesare Silvetti

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 17 aprile 2002

Programma del corso

Responsabilità patrimoniale e procedure concorsuali. Presupposti soggettivi ed oggettivi del fallimento. Sentenza dichiarativa di fallimento. Opposizione. Effetti della sentenza dichiarativa di fallimento. Effetti di natura sostanziale (nei confronti del fallito, dei creditori, sui contratti pendenti). La ricostruzione del patrimonio del fallito. Azione revocativa ordinaria e azione revocativa fallimentare. Procedimento di verifica dei crediti. Il decreto di esecutività dello stato passivo e rimedi. Continuazione dell'esercizio dell'impresa. Custodia, amministrazione, liquidazione dell'attivo. Ripartizione. Chiusura e riapertura del fallimento. Riabilitazione. Procedimento sommario. Il concordato fallimentare. Concordato preventivo. Amministrazione controllata. Liquidazione coatta amministrativa. Amministrazione straordinaria.

Testi

Uno dei seguenti manuali, a scelta:

S. Satta, Diritto fallimentare, Cedam, Padova (ultima ed.)

F. Ferrara Jr, Il fallimento, Giuffrè, Milano (ultima ed.)

P. Pajardi, Manuale di diritto fallimentare, Giuffrè, Milano (ultima ed.)

L. Guglielmucci, Lezioni di diritto fallimentare, Giappichelli, Torino, 2000



DIRITTO INDUSTRIALE (semestrale)

Quarto anno

Corsi di laurea in Economia aziendale, Economia e commercio

Dott.ssa Elisabetta Guidi

Periodo di svolgimento del corso: 26 aprile - 5 giugno 2002

Programma del corso

Il corso avrà ad oggetto la disciplina giuridica interna e comunitaria del marchio, alla luce delle recenti modifiche legislative.

E' previsto lo svolgimento di seminari volti all'approfondimento di tematiche particolarmente significative.

Testi

G. Sena, Il nuovo diritto dei marchi, Giuffrè, Milano, 2001

Gli studenti che frequenteranno con continuità le lezioni potranno optare per l'elaborazione di una tesina, su un argomento concordato con il docente, da discutersi in sede di esame.



DIRITTO PRIVATO DELL'ECONOMIA: CONCORRENZA, CONSORZI, NORMATIVE TECNICHE, SERVIZI ALLE IMPRESE

Quarto anno

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia

Prof. Alberto Bregoli

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 15 dicembre 2001

Programma del corso

Il corso si propone di passare in rassegna e di analizzare gli strumenti formali di governo dell'economia, nell'attuale momento storico.

Richiamati, quindi, i caratteri identificativi, dal punto di vista giuridico, dell'operatore economico professionale (l'impresa, individuale e collettiva; le società) ed i principi del nostro sistema economico, fondato sulla libertà di iniziativa, che alimenta l'equazione della pienezza della proprietà e della responsabilità, il corso si propone di seguire l'intero ciclo di sviluppo dell'attività d'impresa, dall'angolazione che studia le regole formali che lo guidano, lo proteggono e lo controllano.

Si porrà così attenzione alla disciplina della titolarità e dell'uso dei mezzi di produzione (dell'azienda, delle privative industriali, della concorrenza); alla disciplina dei contratti per la produzione e per la distribuzione (contratti tra grandi imprese, tra imprese committenti e subfornitori, contratti con i consumatori, etc.); alla disciplina dei contratti per l'approvvigionamento dei mezzi finanziari (i contratti con la banca e con gli intermediari finanziari); alla disciplina dell'attuazione della responsabilità patrimoniale d'impresa ed al regolamento della crisi d'impresa. Senza dimenticare gli statuti speciali della piccola impresa, dell'artigianato e della cooperazione.

Testi

Per seguire il corso è necessario l'uso di un codice civile, nell'edizione più aggiornata, contenente anche le principali leggi collegate, pubblicato da una delle case editrici specializzate in materia giuridica (per es. Giuffrè,

Cedam, Zanichelli).

Tra i diversi testi, si consigliano, nell'edizione più recente:

F. Galgano, Diritto privato, Cedam, Padova

P. Trimarchi, Istituzioni di diritto privato, Giuffrè, Milano

Le materie che costituiranno oggetto di esame sono tutte quelle regolate nel codice civile e trattate nei testi consigliati, con la sola esclusione del diritto di famiglia (matrimonio e filiazione) e del diritto delle successioni.



DIRITTO SINDACALE (semestrale)

Quarto anno

Corso di laurea Economia aziendale

Prof. Michele Tiraboschi

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 31 ottobre 2001

Obiettivo del corso

Il corso si propone di studiare le regole giuridiche e sociali dei rapporti collettivi di lavoro.

Il corso prevede 32 ore di didattica.

L'impegno di studio individuale per il superamento dell'esame è invece quantificabile presuntivamente in 68 ore.

Lo studente deve quindi considerare approssimativamente necessario un impegno totale di circa 100 ore.

Didattica

L'insegnamento si propone di analizzare in un'ottica comparatistica (nel confronto, cioè, del sistema italiano con quello di paesi stranieri) l'evoluzione e le caratteristiche del diritto sindacale e, più in generale, delle relazioni industriali. Si ritiene, infatti, che lo studio della disciplina dei rapporti sindacali debba essere svolto tenendo presente un quadro di ordinamenti a dimensione europea e, almeno in parte, anche extraeuropea.

Argomenti del corso saranno: evoluzione del diritto sindacale e, più in generale, della legislazione riguardante le relazioni industriali; il concetto di libertà sindacale nell'Europa continentale e nei paesi anglosassoni; diritti dei sindacati e dei lavoratori nei luoghi di lavoro; caratteristiche dei sindacati dei lavoratori e delle associazioni imprenditoriali; la contrattazione collettiva; la democrazia industriale, cioè la partecipazione dei lavoratori al controllo o alla gestione delle imprese.

Modalità di valutazione

Per il superamento dell'esame è necessario il superamento di una prova orale con il docente.

Testi

Il docente concorderà con gli studenti frequentanti il programma d'esame durante le prime settimane di lezione.

Per gli studenti non frequentanti:

M. Biagi, R. Blanpain (a cura di), Diritto del lavoro e relazioni industriali nei paesi industrializzati ad economia di mercato: profili comparati, Maggioli, Rimini, 1991: voll. I e II, capp. IX-XI, XVII, XVIII, XXII-XXV

M. Biagi, Istituzioni di diritto del lavoro, Giuffrè, Milano 2001 (relativamente al capitolo V, sezione D)

Verranno forniti materiali di approfondimento facoltativi da parte del docente in relazione agli argomenti approfonditi durante il corso.



DIRITTO TRIBUTARIO

Quarto anno

Corsi di laurea in Economia aziendale, Economia e commercio, Economia politica

Dott.ssa Alessandra Magliaro

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 15 dicembre 2001

Programma del corso

Il corso è finalizzato alla conoscenza dei fondamenti generali dell'imposizione tributaria, nonché all'analisi del regime delle imposte sul reddito e dei più importanti tributi indiretti. Una trattazione per cenni sarà dedicata anche al settore della finanza locale.

Parte generale: le entrate pubbliche e la nozione di tributo; tipologie e classificazioni. I limiti costituzionali della potestà normativa tributaria. La struttura della prestazione tributaria. La soggettività tributaria. La collaborazione della parte privata alla funzione impositiva (scritture contabili, dichiarazioni). La funzione impositiva e le sue articolazioni procedurali (l'accertamento tributario). La riscossione delle imposte. Le sanzioni. La tutela amministrativa e giurisdizionale delle situazioni soggettive con particolare riferimento al processo tributario.

Analisi del sistema tributario italiano con particolare riguardo alla struttura giuridica dei seguenti tributi: imposta sul reddito delle persone fisiche. Imposta sul reddito delle persone giuridiche. Imposta regionale sulle attività produttive. Imposta sul valore aggiunto. Imposte sui trasferimenti della ricchezza (registro, successioni e donazioni). I tributi locali (cenni).

Testi

R. Lupi, Diritto tributario, parte generale e parte speciale, Giuffrè, Milano (ultima ed.), 2 volumi

F. Tesauro, Istituzioni di diritto tributario, UTET, Torino (ultima ed.), 2 volumi

G. Falsitta, Manuale di diritto tributario, Cedam, Padova, edizione 2000, 2 volumi

Indispensabile l'utilizzo di una raccolta aggiornata di leggi tributarie.

Altri testi potranno essere segnalati nel corso delle lezioni.



ECONOMETRIA

Quarto anno

Corsi di laurea in Economia aziendale, Economia e commercio, Economia politica

Dott.ssa Barbara Pistoresi

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 5 giugno 2002**Obiettivo del corso**

Il corso si propone di fornire agli studenti gli strumenti econometrici di base per poter produrre e interpretare i risultati della stima di modelli economici e finanziari. In altre parole, il corso dovrebbe consentire allo studente di applicare le conoscenze teoriche apprese nei corsi di economia e statistica all'analisi dei dati. Il corso prevede, quindi, oltre a lezioni teoriche di econometria, una parte di economia applicata che si avvale dell'ausilio del personal computer e di un software econometrico per replicare i risultati delle stime di modelli economici presentati nei manuali di econometria, di macroeconomia o in articoli di economia applicata pubblicati su riviste italiane o internazionali.

Programma

Introduzione all'econometria. Dal modello teorico ai dati: il caso del modello neoclassico di crescita. Il modello di regressione lineare semplice e multipla. Cross section versus time series. Stimatore dei MQO e proprietà. Test per l'analisi della corretta specificazione e per la verifica della presenza di restrizioni lineari sui coefficienti. Lo stimatore di massima verosimiglianza e il modello lineare di regressione. Il modello lineare dinamico. Il modello lineare generalizzato. Specificazioni dinamiche alternative per modelli lineari. Il problema della regressione spuria. Analisi d'integrazione e cointegrazione (cenni).

Il metodo delle variabili strumentali (cenni).

Applicazioni su personal computer. Di seguito vengono illustrate alcune applicazioni su personal computer che verranno proposte agli studenti durante il corso (nel laboratorio di calcolo): 0) come gestire una banca dati; 1) stima del modello neoclassico di crescita; 2) stima della struttura a termine dei tassi di interesse; 3) stima del modello CAPM; 4) stima delle determinanti degli investimenti diretti esteri. Il social dumping; 5) teoria del reddito permanente vs excess sensitivity ed excess smoothness del consumo; 6) mercato del lavoro: stima della curva di Phillips.

Software econometrico. EASYREGression analysis è un pacchetto econometrico ideato dal prof. H. Bierens della Pennsylvania University che può essere scaricato gratuitamente dalla rete.

Per mettersi alla prova durante il corso - Per gli studenti che frequentano con regolarità sono previsti esercizi da fare a casa che contribuiranno alla valutazione finale.

Modalità di svolgimento dell'esame

Prova scritta sulla parte teorica del corso. Discussione orale di una tesina di economia applicata che prevede la discussione di un modello economico da sottoporre a verifica, la discussione del modello econometrico appropriato per tale analisi, la discussione dei dati disponibili, il commento dei risultati.

In sostanza, cosa ci si aspetta da voi! - Frequenza costante alle lezioni di teoria e di econometria applicata in laboratorio. La frequenza costante e gli esercizi in laboratorio e a casa consentiranno di minimizzare il tempo speso sul manuale e gli sforzi titanici nella fase finale dell'esame.

Testi

Per il ripasso di statistica:

R. Orsi, Probabilità ed inferenza statistica, Il Mulino, Bologna, 1995

Testo di riferimento del corso:

J. Johnston, Econometrica, Angeli, Milano, 1996

Altri manuali consultabili:

A.S. Goldberger, A course in econometrics, Harvard University Press, Cambridge (Mass.), 1991

G.S. Maddala, Introduction to econometrics, McMillan, New York, 1992

**ECONOMIA AGRARIA**

Quarto anno

Corsi di laurea in Economia aziendale, Economia e commercio, Economia politica

Dott.ssa Paola Bertolini

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 15 dicembre 2001

Programma del corso

Il corso affronta nella prima parte l'analisi economica dell'azienda agricola in sistemi economici complessi e in riferimento alle economie sviluppate. Lo studio dell'azienda agricola terrà conto, da un canto, dei problemi strutturali ed organizzativi che derivano dalla particolare natura della produzione agricola, fortemente connessa ai cicli biologici e naturali, che hanno notevoli ripercussioni sul funzionamento dell'impresa e dei mercati agricoli. Dall'altro canto, lo studio dell'azienda agraria terrà conto della sua collocazione nel complesso del sistema agro industriale, data la forte interrelazione nelle economie moderne tra l'azienda agricola e questo complesso. Il corso intende sviluppare la conoscenza delle principali caratteristiche di tali sistemi a livello europeo, nazionale e regionale. Le specificità organizzative dell'agricoltura e dell'industria di trasformazione alimentare regionali verranno esaminate anche attraverso studi di casi sviluppati a lezione, ricerche individuali e visite aziendali. La complessità di relazioni dell'azienda agricola con il contesto economico, con i mercati e con le politiche di sostegno accrescono e diversificano le funzioni produttive ed organizzative delle aziende e del settore, affiancando alla tradizionale produzione di beni destinati all'alimentazione altri beni e servizi, quali quelli ambientali, turistici, di offerta di spazi per il tempo libero. Nel corso si cercherà di porre in evidenza gli effetti indotti sull'organizzazione dell'azienda e del settore dal diffondersi di tali obiettivi che non fanno più capo alla produzione di materie prime alimentari.

Verranno anche esaminati i mercati futures come strumento di correzione del rischio connesso alle forti fluttuazioni che caratterizzano i mercati agricoli. Anche in tale caso, oltre all'approccio di tipo teorico, saranno sviluppati soprattutto gli aspetti empirici che riguardano il funzionamento di tali mercati.

La seconda parte del corso è dedicata alla politica agraria ed al suo impatto sulle imprese e sul settore: questa azione ha infatti un ruolo cruciale di indirizzo per l'azienda agricola e di trasformazione come conseguenza dell'entità dei trasferimenti messi a disposizione delle aziende e dei territori, del sistema di vincoli e degli stimoli propulsivi da essa indotti. Saranno quindi esaminate le principali politiche di sostegno attuate a livello nazionale, comunitario e regionale, evidenziando gli effetti che ne sono derivati nell'organizzazione del settore e delle aziende. Uno spazio particolare verrà assegnato ai problemi dell'integrazione europea, che ha un'enorme rilevanza per l'economia agricola: la politica agricola europea è stata, infatti, uno dei terreni d'azione più importanti nel percorso di integrazione dei paesi europei ed ha largamente sostituito la politica nazionale.

Testi

F. Mantino (a cura di), Impresa agraria e dintorni: contributi allo studio dell'impresa e delle sue trasformazioni nel territorio, INEA Il Mulino, Bologna, 1995 (Introduzione)

V. Saccomandi, Economia dei mercati agricoli, Il Mulino, Bologna, 1999 (capp. 3, 4 e 5)

Inea, Annuario dell'agricoltura italiana, ultimo anno disponibile (capitolo su: Industria di trasformazione alimentare e capitolo su: Il sistema distributivo)

R. Fanfani, Lo sviluppo della politica comunitaria, Nuova Italia Scientifica, Roma, 1996

Lecture scelte (a cura del docente ed indicate a lezione)

**ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI**

Terzo anno

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia

Prof. Riccardo Ferretti

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 5 giugno 2002

Obiettivo del corso

Il corso intende analizzare il sistema finanziario italiano delineando gli elementi di base delle seguenti aree tematiche. Nel modulo 1 (Sistema finanziario): il funzionamento e la struttura dei sistemi finanziari, gli intermediari finanziari, il sistema dei pagamenti e la politica monetaria. Nel modulo 2 (Strumenti e mercati finanziari): le attività finanziarie, la valutazione dei titoli a reddito fisso, i mercati mobiliari. Il corso prevede 64 ore di didattica, a cui lo studente è vivamente incoraggiato a partecipare attivamente, a fronte delle quali è stimato un impegno di studio individuale di 136 ore (per un totale di 200 ore di lavoro).

Didattica

Nel modulo 2, diverse ore saranno dedicate allo svolgimento in aula di esercizi relativi ai principali strumenti finanziari.

Modalità di valutazione

Sono previste due prove di valutazione in forma scritta: una alla fine del modulo 1 e una alla fine del modulo 2, riservata esclusivamente agli studenti che abbiano superato la prima prova. Il voto finale per gli studenti che sono tenuti a seguire entrambi i moduli sarà una media del risultato delle due prove. Gli studenti che seguono solo il

modulo 1 e che non superano, o che non sostengono, la prova ad esso relativa dovranno sostenere l'esame sul programma del modulo 1. Gli studenti iscritti ad entrambi i moduli e che non superano, o che non sostengono, una delle due prove previste dovranno sostenere l'esame su tutto il programma del corso.

Testi

A. Ferrari., E. Gualandri, A. Landi, P. Vezzani, Strumenti, mercati, intermediari finanziari, Giappichelli, Torino, 1999

M. Pifferi, A. Porta, La banca centrale europea, Egea, Milano, 1999 (capitoli 1, 2, 3, 4, 6)

Durante il corso verrà fornita una dispensa contenente il materiale statistico e documentario utilizzato nel corso delle lezioni del modulo 1.



ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI

Terzo anno

Corsi di laurea in Economia aziendale, Economia e commercio, Economia politica

Prof.ssa Elisabetta Gualandri

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 15 dicembre 2001

Programma del corso

A) IL SISTEMA FINANZIARIO: FUNZIONAMENTO E STRUTTURA

I saldi finanziari; la funzione di intermediazione; i canali di collegamento tra le unità in surplus e le unità in deficit. Aspetti generali sull'articolazione del sistema finanziario: intermediari e mercati.

Obiettivi e strumenti della regolamentazione su intermediari e mercati.

B) LE ATTIVITA' FINANZIARIE E IL SISTEMA DEI PAGAMENTI

Le caratteristiche, i principi di valutazione e i rischi delle attività finanziarie. La struttura dei tassi per scadenza.

La moneta. Il sistema dei pagamenti. Il sistema dei pagamenti con la moneta unica: Target.

C) GLI STRUMENTI FINANZIARI

Caratteristiche economico-tecniche di: strumenti di indebitamento, strumenti di partecipazione e strumenti derivati.

D) I MERCATI FINANZIARI

La microstruttura dei mercati; le condizioni di efficienza dei mercati.

Le tipologie di mercato: mercato monetario e finanziario, mercato di borsa, mercati a termine.

Assetto e regolamentazione del mercato finanziario italiano.

E) GLI INTERMEDIARI FINANZIARI

Classificazione, funzioni ed operatività degli intermediari mobiliari. L'intermediazione mobiliare in Italia e il Testo Unico della Finanza del 1998.

Gli investitori istituzionali: tipologie ed operatività nel contesto italiano.

Gli intermediari creditizi: funzione creditizia e funzione monetaria.

La banca: aspetti strutturali; definizione di attività consentite (Testo Unico del Credito-1993). La regolamentazione degli intermediari creditizi.

F) LA POLITICA MONETARIA

Obiettivi e strumenti della politica monetaria.

Banca Centrale Europea e Sistema Europeo di Banche Centrali: la conduzione della politica monetaria nell'Unione Monetaria Europea.

Testi

A. Ferrari, E. Gualandri, A. Landi, P. Vezzani, Strumenti mercati intermediari finanziari, Giappichelli, Torino, 2001 (terza edizione)

M. Pifferi, A. Porta, La banca centrale europea, Egea, Milano, 1999 (capp. 1, 2, 3, 4, 6)

Dispensa, Materiale statistico



ECONOMIA DEL LAVORO (semestrale)

Quarto anno

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia

Prof. Michele Bruni

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 17 aprile 2002

Programma del corso

Obiettivo del corso è quello di fornire una chiave di lettura del funzionamento del mercato del lavoro inserendolo nel più ampio contesto di una analisi delle fasi della vita. Tale chiave di lettura, che si basa su di un modello stock flussi, verrà poi utilizzata per analizzare i principali fenomeni che interessano il mercato del lavoro italiano e la loro evoluzione storica. I principali temi che verranno affrontati durante il corso sono i seguenti:

1. ANDAMENTI DEMOGRAFICI E FASI DELLA VITA

Le trasformazioni demografiche e della struttura familiare nel lungo periodo: la fine della transizione demografica; da paese d'emigrazione a paese d'immigrazione; il dibattito sull'evoluzione demografica; la trottola dell'età.

Le fasi della vita.

2. LA FASE FORMATIVA: USCITE SCOLASTICHE ED INGRESSO NEL MONDO DEL LAVORO

3. LA FASE LAVORATIVA

Il mercato del lavoro italiano: una visione di lungo periodo.

Partecipazione, stasi occupazionale e crescita economica.

Il ricambio generazionale.

La disoccupazione.

La struttura settoriale dell'occupazione.

Regioni a confronto.

Donne e mercato del lavoro.

Professioni di ieri, di oggi e di domani.

Flessibilità e precarizzazione.

Fabbisogno occupazionale, migrazioni interne e migrazioni internazionali.

4. LA FASE POST LAVORATIVA E L'INGEGNERIA DELLE FASI DELLA VITA

5. SCENARI DI MEDIO LUNGO PERIODO DEL MERCATO DEL LAVORO ITALIANO

Testi

E. Pugliese, Sociologia della disoccupazione, Il Mulino, Bologna 1993

Dispense a cura del docente



ECONOMIA DEL LAVORO

Quarto anno

Corsi di laurea in Economia aziendale, Economia e commercio, Economia politica

Prof. Michele Bruni

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 5 giugno 2002

Programma del corso

Obiettivo del corso è quello di fornire una chiave di lettura del funzionamento del mercato del lavoro inserendolo nel più ampio contesto di una analisi delle fasi della vita. Tale chiave di lettura, che si basa su di un modello stock flussi, verrà poi utilizzata per analizzare i principali fenomeni che interessano il mercato del lavoro italiano e la loro evoluzione storica. I principali temi che verranno affrontati durante il corso sono i seguenti:

1. ANDAMENTI DEMOGRAFICI E FASI DELLA VITA

Le trasformazioni demografiche e della struttura familiare nel lungo periodo: la fine della transizione demografica; da paese d'emigrazione a paese d'immigrazione; il dibattito sull'evoluzione demografica; la trottola dell'età.

Le fasi della vita.

2. LA FASE FORMATIVA: USCITE SCOLASTICHE ED INGRESSO NEL MONDO DEL LAVORO

3. LA FASE LAVORATIVA

Il mercato del lavoro italiano: una visione di lungo periodo.

Partecipazione, stasi occupazionale e crescita economica.

Il ricambio generazionale.

La disoccupazione.

La struttura settoriale dell'occupazione.

Regioni a confronto.

Donne e mercato del lavoro.

Professioni di ieri, di oggi e di domani.

Flessibilità e precarizzazione.

Fabbisogno occupazionale, migrazioni interne e migrazioni internazionali.

4. LA FASE POST LAVORATIVA E L'INGEGNERIA DELLE FASI DELLA VITA

5. SCENARI DI MEDIO LUNGO PERIODO DEL MERCATO DEL LAVORO ITALIANO

Testi

E. Pugliese, Sociologia della disoccupazione, Il Mulino, Bologna 1993

Dispense a cura del docente

Agli studenti che partecipano al corso verrà richiesto di approfondire uno dei temi sopra elencati partecipando alla stesura di tesine di gruppo



ECONOMIA DEL MERCATO MOBILIARE

Quarto anno

Corsi di laurea in Economia aziendale, Economia e commercio, Economia politica

Dott.ssa Valeria Venturelli

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 5 giugno 2002

Obiettivo del corso

Il corso intende analizzare la microstruttura dei mercati finanziari, l'organizzazione dei mercati italiani, le caratteristiche dei valori mobiliari e le problematiche inerenti la loro valutazione. In particolare, verranno fornite le basi fondamentali per la comprensione delle logiche di selezione degli investimenti e di valutazione della performance.

Programma del corso

Il corso si articola in quattro parti.

1. LE CARATTERISTICHE STRUTTURALI E REGOLAMENTARI DEL MERCATO DEI CAPITALI

Elementi definatori e tassonomia del mercato dei capitali.

Le forme organizzative del mercato mobiliare.

Microeconomia della negoziazione.

2. GLI STRUMENTI FINANZIARI E I RELATIVI INDICATORI DI RISCHIO E DI RENDIMENTO

Il mercato primario dei titoli di Stato.

I mercati secondari dei titoli di Stato e delle obbligazioni italiane.

L'analisi dei titoli a reddito fisso e i relativi indicatori di rendimento, di liquidità e di rischio.

I titoli azionari, le obbligazioni convertibili e cum warrant.

Le operazioni di aumento di capitale.

Le offerte pubbliche di vendita e di sottoscrizione, di acquisto e di scambio.

La valutazione dei prezzi e dei rendimenti azionari: i principali criteri di analisi fondamentale.

3. I PRINCIPALI ELEMENTI DELLA TEORIA DEL MERCATO DEI CAPITALI

Elementi di Portfolio Theory.

L'approccio del Capital Asset Pricing Model.

L'approccio dell'Arbitrage Pricing Theory.

L'efficienza dei mercati mobiliari.

4. TASSONOMIE E FUNZIONI ECONOMICHE DEGLI STRUMENTI DERIVATI

Gli strumenti derivati su azioni e su indici azionari (caratteristiche, pricing, strategie elementari).

Gli strumenti derivati su tassi di interesse (caratteristiche, pricing, strategie elementari).

I titoli strutturati.

Testi

A. Banfi (a cura di), I mercati e gli strumenti finanziari: disciplina e organizzazione della borsa, Isedi, Milano, 2001 (sola lettura i capp. 12, 13, 14)

F.J. Fabozzi, F. Modigliani, Mercati finanziari. Strumenti e istituzioni, Il Mulino, Bologna, 1995 (esclusi i capitoli II, III, IV; solo lettura i capitoli VIII, XIII, XIV, XV, XIX)

Dispensa presso il Servizio stampa



ECONOMIA DEL MERCATO MOBILIARE: SERVIZI DI INTERMEDIAZIONE MOBILIARE

Quarto anno

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia

Dott. Francesco Pattarin

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 15 dicembre 2001

Programma del corso

Il corso fornisce un quadro approfondito delle caratteristiche e dei metodi di valutazione dei principali strumenti finanziari, delle funzioni e della regolamentazione dei mercati su cui vengono negoziati e degli intermediari che vi partecipano. Inoltre, si tratteranno gli aspetti fondamentali di alcuni temi specifici di natura economica, operativa e istituzionale.

Le principali aree tematiche del corso sono elencate di seguito:

La struttura e le funzioni economiche dei mercati mobiliari;

I principali mercati mobiliari italiani;

Il ruolo degli intermediari e degli investitori istituzionali;

I titoli di debito, le azioni e la loro valutazione;

Le scelte di portafoglio e le strategie d'investimento;

Gli strumenti derivati su titoli, indici e tassi d'interesse;

Elementi di valutazione degli strumenti derivati;

La copertura e la gestione dei rischi di portafoglio;

La valutazione della performance dei gestori;

La regolamentazione e la vigilanza su mercati e intermediari;

Le operazioni di finanza straordinaria e le regole societarie;

La securitization.

Testi

A. Banfi (a cura di), I mercati e gli strumenti finanziari, UTET, Torino, 1998

Ulteriori riferimenti di approfondimento e aggiornamento su temi specifici saranno indicati dal docente durante il corso



ECONOMIA DELL'IMPRESA

Quarto anno

Corsi di laurea in Economia aziendale, Economia e commercio, Economia politica

Prof. Michele Bruni

Dott. Enrico Giovannetti

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 5 giugno 2002

Programma del corso

Le modalità con cui una società organizza la produzione e le attività ad essa collegate variano nel tempo e da paese a paese. In quest'ottica il corso di Economia dell'impresa si propone due obiettivi. In primo luogo ripercorrere la letteratura che ha affrontato il tema del concetto d'impresa da un punto di vista economico così da vedere le risposte che sono state date a quesiti quali: perché esistono le imprese, qual è il rapporto tra impresa e mercato, come si spiegano le diverse modalità organizzative delle imprese. In secondo luogo, il corso cercherà di analizzare visioni alternative dell'impresa offerte da altre discipline ed in particolare dall'Economia aziendale e dalla Scienza dell'organizzazione. Il corso avrà carattere seminariale e partecipativo (il che significa che la maggior parte degli incontri si baserà su relazioni dei partecipanti al corso). Pertanto la frequenza rappresenterà una esigenza didattica ed organizzativa imprescindibile.

Testi

Le letture di preparazione all'esame saranno costituite dai lavori originali sui temi indicati, affrontati nel loro svolgimento storico. La definizione puntuale della bibliografia sul tema costituirà parte del lavoro affrontato durante il corso e sarà decisa congiuntamente con i partecipanti al corso stesso. Poiché pochi dei materiali che saranno probabilmente utilizzati sono stati tradotti, una buona conoscenza dell'inglese è indispensabile per seguire il corso.

Per gli studenti non frequentanti le letture consigliate, da concordare con il docente, sono:

R.H. Coase, Impresa, mercato, diritto, Il Mulino, Bologna, 1995

C. Borzaga, G. Fiorentini, A. Maticena, Non-profit e sistemi di welfare: il contributo dell'analisi economica, NIS, Roma, 1996

M. Egidi, M. Turvani, Le ragioni delle organizzazioni economiche, Rosenberg&Sellier, Torino, 1994

L. Filippini, A. Salanti, Razionalità, impresa e informazione: letture di microeconomia, Giappichelli, Torino, 1993

P. Milgrom, J. Roberts, Economia, organizzazione e management, Il Mulino, Bologna, 1994

D. North, Istituzioni, cambiamento istituzionale, evoluzione dell'economia, Il Mulino, Bologna, 1994

O.E. Williamson, S.G. Winter, The Nature of the Firm: origins, evolution and development, Oxford U.P., New York, 1991

S. Zamagni, Imprese e Mercati, UTET, Torino, 1991



ECONOMIA DELL'INNOVAZIONE (semestrale)

Quarto anno

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia

Prof.ssa Margherita Russo

Periodo di svolgimento del corso: 26 aprile - 5 giugno 2002

Obiettivo del corso

Il corso presenta i molteplici aspetti e la crescente importanza dell'innovazione per le imprese e per i paesi. In particolare l'innovazione viene esaminata nella sua relazione con le strategie, l'organizzazione e la competitività delle imprese, con la crescita e dinamica delle industrie, con la competitività internazionale dei paesi.

Temi trattati

Emergere di processi innovativi e relazioni generative. Innovazione, network e dinamica industriale: strumenti di analisi dei mutamenti nello spazio degli agenti e degli artefatti. Conoscenza, apprendimento e competenze nei processi innovativi. I sistemi di innovazione: sistemi nazionali e sistemi locali. Politica europea e politiche nazionali per l'innovazione. Concorrenza internazionale e innovazione.

Modalità di svolgimento dell'attività didattica e della valutazione

Il corso prevede, oltre alle lezioni frontali, la presentazione di studi di caso con la partecipazione di esperti e attività didattiche seminariali che consentiranno agli studenti di lavorare in piccoli gruppi nei quali svolgere attività di ricerca e discussione comune su tre temi del corso. Ogni gruppo di lavoro produrrà una tesina comune di non più di 50 pagine. La valutazione avverrà individualmente con una discussione su tutti i temi affrontati nel corso.

Testi

B. Arthur, Competing technologies, increasing returns, and lock-in by historical events, "Economic Journal", 1989, pp. 116-131

B. Arthur, Le retroazioni positive nel sistema economico, 1990, in M.C. Marcuzzo, A. Roncaglia (a cura di), Saggi di economia politica, CLUEB, Bologna, 1998, pp. 209-220; trad. it. di S. Costa, Positive feedbacks in the Economy, "Scientifica America", 1990, pp. 92-99

P. David, Comprendere l'economia del sistema qwerty: la necessità della storia, in W.N. Parker (a cura di), Economia e Storia, Laterza, Bari, 1988, pp. 41-64

N. De Vecchi, Schumpeter viennese. Imprenditori, istituzioni e riproduzione del capitale, Torino, Bollati Boringhieri, 1993, capp. 1, 2, 4 (pp. 57-65) e appendice C1

J.K. Galbraith, Il capitalismo americano, Edizioni di Comunità, Milano, 1965 [trad. it. di: American Capitalism, Boston, Houghton Mifflin Comp., 1952], capp. 2 e 7

A. Koestler, L'atto della creazione, Ubaldini Editore, Roma, 1975, pp. 91-111

D. Lane, R. Maxfield, Foresight Complexity and Strategy, in B. Arthur, S. Durlauf, D. Lane (a cura di), Economy as an evolving complex system II, Addison-Wesley, Redwood City, 1997

N. Rosenberg, Uncertainty and Technological Change, in R. Landau, T. Taylor, G. Wright (a cura di), The Mosaic of Economic Growth, Stanford University Press, Stanford, 1996 [trad. it. a cura di M. Russo]

N. Rosenberg, Learning by using, trad. it. in N. Rosenberg, Dentro la scatola nera: tecnologia ed economia, Il Mulino, Bologna, 1991, pp. 201-228

N. Rosenberg, Il cambiamento tecnologico nell'industria delle macchine utensili (1840-1910), 1963, in N. Rosenberg, Le vie della tecnologia, Rosenberg & Sellier, Torino, 1987, pp. 49-85

M. Russo, Complementary innovations and generative relationships: an ethnographic study, "Economics of innovation and new technology", vol. 9/2000, pp. 517-557

J. Schumpeter, Teoria dello sviluppo economico, Sansoni, Firenze, 1971, cap. 2

J. Schumpeter, Capitalismo, socialismo, democrazia, Edizioni di Comunità, Milano, 1964, capp. VII, VIII, XII

J. Schumpeter, Il processo capitalistico. Cicli economici, Boringhieri, Torino, 1977, cap. 3

A.P. Usher, A history of mechanical inventions, Harvard University Press, Cambridge, Mass., 1954 ed. riv., cap. IV



ECONOMIA DELLE AZIENDE DI ASSICURAZIONE (semestrale)

Quarto anno

Corsi di laurea in Economia aziendale, Economia e commercio

Prof.ssa Paola Vezzani

Periodo di svolgimento del corso: 26 aprile - 5 giugno 2002

Programma del corso

Principali tematiche svolte nel corso:

Il risparmio gestito in Italia.

I soggetti autorizzati alla gestione del risparmio e l'evoluzione della normativa.

La gestione collettiva del risparmio.

Gli organismi di investimento collettivo del risparmio (fondi comuni aperti e chiusi, Sicav, etc.).

Il risparmio previdenziale (fondi pensione e assicurazioni).

La gestione individuale del risparmio (Gpm e Gpf).

Fondamenti di Portfolio Theory (Markowitz, Capm, etc.).

Modello media-varianza.

Capital market line.

Security market line.

Gestione passiva e attiva di portafoglio.

L'asset allocation negli Oicr .

La valutazione della performance di portafoglio.

Le misure di rendimento.

Il concetto di extra-performance e sue determinanti.

La scelta del benchmark.

I criteri di valutazione.

Testi

P. Vezzani, R. Ferretti, La gestione del risparmio: come capire e valutare fondi, gestioni e prodotti previdenziali, Il Sole 24 Ore, Milano, settembre 2001.



ECONOMIA DELLE AZIENDE DI CREDITO

Quarto anno

Corsi di laurea in Economia aziendale, Economia e commercio, Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia

Dott. Stefano Cosma

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 15 dicembre 2001 a Modena; 4 marzo - 5 giugno 2002 a Reggio Emilia

Programma del corso

Il corso si propone di delineare le caratteristiche fondamentali dell'intermediazione creditizia, con particolare riferimento alla situazione italiana, e di analizzare la logica di comportamento ed i problemi di gestione delle banche. La funzione economica del sistema finanziario e delle banche. Il quadro normativo e di vigilanza sulle istituzioni creditizie: principi generali, struttura ed evoluzione della vigilanza in Italia. La banca vista attraverso il bilancio: principi fondamentali del bilancio bancario, struttura del bilancio, principali voci e problemi di valutazione. I prodotti della banca e i processi di produzione: servizi di finanziamento, servizi di investimento, servizi di pagamento. I mercati bancari: struttura e concentrazione, domanda di prodotti bancari e politiche di differenziazione dell'offerta, efficienza delle banche. La gestione finanziaria della banca: liquidità e tesoreria, portafoglio titoli, gestione integrata dell'attivo e del passivo. I prestiti e la funzione allocativa della banca: rischio di credito e strumenti di analisi, rapporto banca impresa. Il capitale proprio della banca. L'analisi della performance della banca: posizionamento sul mercato, struttura dell'intermediazione, esposizione al rischio, patrimonializzazione, redditività, efficienza. I processi di crescita: forme di crescita, fusioni, acquisizioni, accordi, joint ventures. Il modello organizzativo: banca mista, banca universale, gruppo plurifunzionale.

Testi

M. Onado (a cura di), La banca come impresa, Il Mulino, Bologna, 1996, capp. 1, 2, 3, 5, 6, 7, 8 (pagg. 289-315 e 345-363), 9, 10, 11, 12, 13

Dispensa, Casi di economia delle aziende di credito, Dipartimento di Economia Aziendale, Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia, a.a. 2001/2002



ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE

Terzo anno

Corsi di laurea in Economia aziendale, Economia e commercio

Prof. Gianluca Marchi

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 5 giugno 2002

Obiettivo del corso

Il corso si propone di affrontare le problematiche relative alla direzione e alla gestione delle imprese. Obiettivo primario sarà fornire un'adeguata conoscenza dei presupposti teorici e dei supporti metodologici alla base delle decisioni strategiche d'impresa, attraverso l'esame delle principali variabili che influenzano l'azione manageriale. In particolare, lo scopo è quello di dotare gli studenti di modelli e strumenti per la valutazione del grado di attrattività settoriale e del profilo di competitività aziendale, nonché di individuare alcune problematiche fondamentali nelle strategie di corporate delle imprese.

Didattica

L'obiettivo è di impostare il lavoro in aula con un forte contenuto interattivo. Le lezioni si alterneranno con lavori di gruppo, discussioni di casi, seminari ed interventi di operatori di impresa e di studiosi. E' consigliata, quindi, una presenza il più possibile assidua e costante.

Programma del corso

A) INTRODUZIONE ALLA STRATEGIA DI IMPRESA

Introduzione al corso. Strategia e decisioni aziendali. Livelli dell'analisi strategica. L'evoluzione storica del concetto di strategia. I diversi approcci al problema strategico. Funzioni dell'analisi strategica. Il raccordo tra impresa e ambiente. Strategia e obiettivi d'impresa. La valutazione della strategia. Valore per l'azionista e per gli stakeholders.

B) CONCORRENZA, SETTORI E MERCATI

I modelli di concorrenza. L'analisi di business strategy. Macroambiente e ambiente rilevante. Concetto di settore. Il modello SCP. L'intensità della concorrenza in un settore industriale. Modello delle 5 forze competitive. Fattori critici di successo.

C) ANALISI INTERNA DI SETTORE

Processo di segmentazione del settore. I gruppi strategici. Analisi dei concorrenti.

D) RISORSE E VANTAGGIO COMPETITIVO

Risorse, competenze, conoscenza. Tipologie delle risorse (tangibili, intangibili, umane). Reputazione d'impresa. Competenze distintive. Competenze individuali e organizzative. Caratteristiche delle risorse e risultati economici.

E) LE STRATEGIE CONCORRENZIALI E IL VANTAGGIO COMPETITIVO

Natura e fonti del vantaggio competitivo. Strategie competitive di base. Il vantaggio di costo. Le determinanti del vantaggio di costo. Il vantaggio di differenziazione. Le determinanti di unicità. I costi della differenziazione. Le strategie di nicchia. Catena del valore.

F) TECNOLOGIA, INNOVAZIONE E VANTAGGIO COMPETITIVO

Il vantaggio competitivo nei settori tecnologici. Processo innovativo, appropriabilità, risorse complementari. Innovazione e imitazione. Standard di settore. Nuove tecnologie di informazione e comunicazione e creazione del valore.

G) I DIVERSI CONTESTI SETTORIALI

Evoluzione del settore e modelli di classificazione. Il ciclo di vita del settore. Marketing mix: cenni. Le strategie nei settori maturi. I settori in declino.

H) STRATEGIE E MERCATI INTERNAZIONALI

Le strategie di corporate. Concorrenza internazionale. Vantaggio comparato e vantaggio competitivo delle nazioni. Strategie competitive sui mercati esteri. Settori globali. Modelli di entrata. Imprese multinazionali: cenni.

I) L'INTEGRAZIONE VERTICALE

Integrazione verticale: definizione. Costi e benefici integrazione verticale. La gestione delle relazioni verticali. Modelli di subfornitura industriale.

L) LA DIVERSIFICAZIONE

Diversificazione. Cause di diversificazione. Economie di scopo. Grado di correlazione. Interdipendenze. Diversificazione e profittabilità. I compiti del corporate management. L'utilizzo delle matrici come strumenti di gestione del portafoglio prodotti.

M) STRATEGIA E ORGANIZZAZIONE

Struttura organizzativa e strategia. Forme organizzative. Ripresa di alcuni elementi concettuali sviluppati nel corso. Chiusura.

Modalità di valutazione

E' previsto un esame scritto su tutto il programma del corso nelle date previste dal calendario degli appelli ordinari.

Testi

R.M. Grant, L'analisi strategica per le decisioni aziendali, Il Mulino, Bologna, ed. italiana, 1999

Durante il corso verrà fornita una dispensa contenente il materiale documentario utilizzato nel corso delle lezioni

Materiali integrativi alla didattica verranno distribuiti durante il corso



ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE: STRATEGIA E ORGANIZZAZIONE DELLE IMPRESE DI SERVIZI

Terzo anno

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia

Prof. Marcello Tedeschi

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 15 dicembre 2001

Obiettivo del corso

Il corso affronta i principali temi teorici e gestionali delle imprese di servizi. Le modalità di organizzazione dell'attività aziendale, il personale di contatto, la natura intangibile del servizio, ed il ruolo svolto dal cliente nella fase di acquisto sono i temi centrali che il corso si propone di affrontare. Particolare attenzione sarà rivolta alle: modalità di gestione; alla capacità di riproduzione ed innovazione del servizio; diversificazione, determinazione dei prezzi, formazione delle aspettative e dei giudizi del consumatore, qualità del servizio e logiche di misurazione.

Didattica

Nelle 64 ore di didattica, gli argomenti proposti saranno affrontati attraverso lezioni, seminari con docenti e/o dirigenti d'impresa ed esercitazioni basate sull'analisi di casi di studio.

Modalità di valutazione

Sono previste due prove di valutazione in forma scritta: una a metà e una alla fine del corso, riservata esclusivamente agli studenti che abbiano superato la prima prova. Il voto finale sarà una media del risultato delle due prove. Gli studenti che non superano, o che non sostengono, una di queste due prove, dovranno sostenere l'esame su tutto il programma del corso. E' facoltativo, se l'esame scritto è risultato almeno sufficiente, sostenere una prova integrativa orale dell'esame per migliorare la votazione.

Testi

J.E.G. Bateson, K.D. Hofman, Gestire il marketing dei servizi, Apogeo, Milano, 2000

M. Tedeschi, Il processo decisionale del consumatore, Franco Angeli, Milano, 2000

Dispense fornite dal docente



ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE COMMERCIALI

Quarto anno

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia

Prof. Giovanni Carlo Bianchini

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 5 giugno 2002

Programma del corso

Obiettivo generale del corso è quello di fornire un quadro analitico del settore della distribuzione commerciale con particolare riferimento all'articolazione strutturale, strategica e gestionale delle imprese distributive al dettaglio di Grande Distribuzione Organizzata (G.D.O.).

Le linee di sviluppo del programma prevedono la trattazione dei seguenti argomenti:

- a) Il ruolo economico del commercio, sia con riferimento al settore dell'ingrosso, che a quello del dettaglio.
- b) Definizione, classificazione ed evoluzione del concetto di servizio commerciale e di forma distributiva.
- c) L'analisi di tipo generale sulla struttura del settore, partendo dallo studio dello sviluppo storico della distribuzione commerciale in Italia per arrivare all'attuale configurazione, evidenziando le diverse tipologie di imprese operanti in esso e dei gruppi strategici che lo compongono.
- d) Il quadro normativo che lo caratterizza ed il suo excursus storico, approfondendo gli aspetti della nuova legislazione commerciale (cd. Legge Bersani).
- e) La concorrenza nel settore distributivo.
- f) L'evoluzione e lo stato attuale dei rapporti industria-distribuzione, sia da un punto di vista economico-strutturale, che più direttamente strategico-gestionale.

- g) Regole a tutela del mercato e della concorrenza nel settore distributivo e nei rapporti verticali con l'industria: analisi di alcuni casi significativi con relativa decisione dell'Antitrust.
- h) Le problematiche poste dalle decisioni di sviluppo delle aziende commerciali al dettaglio, con particolare riferimento alle decisioni di sviluppo relative alla marca commerciale.
- i) Lo studio degli strumenti del retailing-mix (politiche di: prezzo, promozione, gestione degli spazi espositivi, assortimento), in relazione anche all'evoluzione del modello organizzativo adottato dalle imprese commerciali verso il category management.
- j) Il commercio elettronico: problemi e prospettive.

Il corso si articolerà in lezioni arricchite da testimonianze e visite aziendali.

Testi

G. Bianchini, Concorrenza, regole strategia aziendale, Franco Angeli, Milano, 2001

G. Lugli, Economia e gestione delle imprese commerciali, UTET, Torino, 1998

S. Sciarelli, R. Vona, L'impresa commerciale, McGraw-Hill, Milano, 2000



ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE COMMERCIALI

Quarto anno

Corso di laurea in Economia aziendale

Dott.ssa Elisa Martinelli

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 5 giugno 2002

Programma del corso

Obiettivo del corso è quello di illustrare il comportamento di mercato delle imprese commerciali, con particolare riferimento a quelle di Grande Distribuzione Organizzata (G.D.O.) operanti nel comparto dei beni di largo e generale consumo. L'insegnamento consentirà inoltre allo studente di acquisire un quadro analitico dell'attuale configurazione strutturale del settore della distribuzione commerciale, sia a livello nazionale che internazionale. Nello specifico, durante il corso verranno affrontati i seguenti argomenti:

- a) Ruolo economico del commercio.
- b) Definizione, classificazione ed evoluzione del concetto di servizio commerciale e di forma distributiva come prodotto commerciale.
- c) Analisi strutturale del settore: tipologie di imprese in esso operanti e gruppi strategici.
- d) Legislazione commerciale e regole a tutela del mercato e della concorrenza nel settore distributivo.
- e) Evoluzione e stato attuale dei rapporti industria-distribuzione.
- f) Marketing strategico ed operativo nelle imprese commerciali.
- g) Strategie di sviluppo delle aziende commerciali.
- h) Internazionalizzazione delle imprese commerciali.
- i) Politica assortimentale.
- j) Politiche di formazione e variazione dei prezzi al consumo.
- k) Gestione dello spazio espositivo.
- l) Politica di marca del distributore.
- m) Promozione della fedeltà al punto vendita.
- n) Evoluzione del marketing distributivo: dal trade marketing al category management.
- o) Evoluzione della tecnologia applicata al punto vendita ed ai centri di distribuzione.
- p) Commercio elettronico: problemi e prospettive.

Il corso si articolerà in lezioni arricchite da testimonianze e visite aziendali.

Testi

G. Bianchini, Concorrenza, regole strategia aziendale, Franco Angeli, Milano, 2001

G. Lugli, Economia e gestione delle imprese commerciali, UTET, Torino, 1998

G. Lugli, L. Pellegrini, Marketing distributivo, UTET, Torino (in corso di pubblicazione)

S. Sciarelli, R. Vona, L'impresa commerciale, McGraw-Hill, Milano, 2000



ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE COMMERCIALI DI DISTRIBUZIONE: TRADE MARKETING (semestrale)

Quarto anno

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia

Prof. Giovanni Carlo Bianchini

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 17 aprile 2002

Programma del corso

Il corso ha l'obiettivo di fornire le conoscenze necessarie per sviluppare una strategia di marketing delle aziende industriali rivolta al Trade, ovvero alle aziende commerciali all'ingrosso ed al dettaglio.

Nella prima parte si affrontano i temi riguardanti l'evoluzione dei rapporti industria-distribuzione alla luce della rivoluzione commerciale e delle modalità di funzionamento della concorrenza all'interno del settore distributivo (concorrenza orizzontale), nonché quella che riguarda le relazioni verticali (concorrenza verticale). La seconda parte affronta invece le tematiche proprie della strategia e delle politiche di Trade Marketing, mentre la terza tratta l'importante problematica, spesso trascurata, dei vincoli alle azioni di Trade Marketing. Tali vincoli riguardano la politica a tutela del mercato e della concorrenza (esaminando il caso "Coca Cola Italia" come esempio d'abuso di posizione dominante da parte del produttore) e le intese verticali alla luce del Regolamento comunitario 2790/99.

Testi

D. Fornari, Rivoluzione commerciale e trade marketing, Egea, Milano, 1999

G. Bianchini, Concorrenza, regole strategia aziendale, Franco Angeli, Milano, 2001



ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE DI SERVIZI

Quarto anno

Corso di laurea in Economia aziendale

Prof. Giuseppe Nardin

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 5 giugno 2002

Programma del corso

Il corso si propone di analizzare i principali sviluppi della teoria e della strumentazione operativa del marketing nell'ambito dei rapporti di scambio tra imprese industriali, tra imprese industriali e consumatori finali, tra imprese industriali e imprese commerciali.

Testi

Relativamente al marketing dei beni di consumo:

W.J. Stanton, R. Varaldo, Marketing, Il Mulino, Bologna, da cap. 1 a cap. 17 compresi

Relativamente alle nuove configurazioni organizzative dei rapporti inter-impresa:

R. Fiocca, S. Vicari, Le alleanze interaziendali per l'attuazione di strategie commerciali congiunte, in R. Fiocca (a cura di), Imprese senza confini: sviluppo e nuove forme di alleanze fra aziende, Etas Libri, Milano, da par. 2.3 a par. 2.6 compresi

M. Benassi, Dalla gerarchia alla rete: modelli ed esperienze organizzative, Etas Libri, Milano, cap. 1, cap. 2 par. 2.2 e 2.3

G. Lorenzoni, Accordi fra imprese e posizionamento strategico, in G. Lorenzoni (a cura di), Accordi, reti e vantaggio competitivo: le innovazioni nell'economia d'impresa e negli assetti organizzativi, Etas Libri, Milano, cap. 2

M. Porter, Il vantaggio competitivo, Edizioni di Comunità, Milano, cap. 2, pagg. 46-65

Relativamente al trade marketing:

D. Fornari, Le strategie di trade marketing, Egea, Milano, capp. 2, 3, 5, 6 e parr. 7.3, 7.4, 7.5

R. Varaldo, D. Dalli, Le relazioni strategiche tra industria e distribuzione, in Sinergie n. 19, 1989

Relativamente al marketing dei beni industriali:

R. Fiocca (a cura di), Il marketing dei beni industriali, Giuffrè, Milano, cap. 2, cap. 3

G. Ferrero, Il marketing relazionale: l'approccio delle scuole nordiche, Lint, Trieste
Dispense e casi a cura del docente



ECONOMIA INDUSTRIALE

Quarto anno

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia

Prof.ssa Margherita Russo

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 5 giugno 2002

Programma del corso

Il corso è articolato in due parti.

La prima parte tratta delle economie di scala e delle economie di integrazione verticale. L'obiettivo, in sostanza, è di chiarire quale sia il ruolo della tecnologia nel determinare la dimensione delle imprese e la struttura produttiva in generale.

Particolare attenzione sarà posta nel mettere in luce quanto ampio sia lo spazio che la tecnologia lascia all'imprenditore nell'identificare le mansioni, nel decidere i carichi di lavoro dei lavoratori e il tasso di saturazione, e, in definitiva, nel determinare la dimensione minima efficiente delle imprese. Inoltre, sarà posto in luce, anche attraverso l'esame dei risultati delle analisi empiriche, che le scelte strategiche delle imprese dipendono dalla natura del prodotto e del tipo di investimenti necessari per produrlo, ma anche dalle relazioni industriali e dai codici di comportamento che caratterizzano l'ambiente in cui si opera, e dalla strategia di gestione preferita dall'imprenditore.

La seconda parte tratta dei sistemi produttivi locali e della politica industriale, con particolare attenzione alla politica industriale locale. Si incomincia con lo studio dei sistemi produttivi locali e dei distretti industriali. Si prosegue con l'analisi delle discussioni sulla fiducia e sulle competenze come strumenti per abbattere i costi di produzione e i costi di transazione. La politica industriale locale viene descritta come lo strumento principale per perseguire e realizzare una "atmosfera industriale" che consenta di raggiungere livelli alti di competitività sul mercato globale. Vengono esaminate una serie di misure di politica industriale che possono essere efficaci in questa prospettiva.

Modalità di svolgimento dell'attività didattica e della valutazione

Il corso prevede, oltre alle lezioni frontali, la presentazione di studi di caso con la partecipazione di esperti e attività didattiche seminariali che consentiranno agli studenti di lavorare in piccoli gruppi nei quali svolgere attività di ricerca e discussione comune su tre temi del corso. Ogni gruppo di lavoro produrrà una tesina comune di non più di 50 pagine. La valutazione avverrà individualmente con una discussione su tutti i temi affrontati nel corso.

Testi

- P.S. Adler, S.-W. Know, Social capital: The Good, the Bad and the Ugly, in E.L. Lesser (a cura di), Knowledge and social capital. Foundations and applications, Butterworth-Heinemann, Boston, 2000, pp. 89-115
- G. Becattini, Riflessioni sul distretto industriale marshalliano come concetto socio-economico, "Stato e Mercato", n. 25/1989, pp. 111-128
- S. Brusco, Organizzazione del lavoro e decentramento produttivo nel settore metalmeccanico, 1975, in S. Brusco, Piccole imprese e distretti industriali, Rosenberg & Sellier, Torino, 1989, pp. 59-153
- S. Brusco, Il modello Emilia: disintegrazione produttiva e integrazione sociale, 1982, in S. Brusco, Piccole imprese e distretti industriali, Rosenberg & Sellier, Torino, 1989, pp. 243-291
- S. Brusco, Piccole imprese e distretti industriali, 1986, in S. Brusco, Piccole imprese e distretti industriali, Rosenberg & Sellier, Torino, 1989, pp. 461-488
- S. Brusco, La lezione dei distretti e la nuova politica industriale delle regioni, Dipartimento di Economia politica, Università di Modena, 1993, mimeo
- S. Brusco, Una prima discussione, ancora molto emiliana, sul ruolo dei servizi reali e sul come fornirli, Dipartimento di Economia politica, Università di Modena, 1994, mimeo
- S. Brusco, S. Paba, Per una storia dei distretti industriali italiani dal dopoguerra agli anni novanta, in F. Barca (a cura di), Storia del capitalismo italiano dal dopoguerra ad oggi, Donzelli, Roma, 1997, pp. 265-333
- S. Brusco, The rules of the game in industrial districts, in A. Grandori (a cura di), Interfirm networks. Organization and industrial competitiveness, Routledge, London, 1999, pp. 17-40
- R.H. Coase, The nature of the firm, "Economica"; 1937; traduzione italiana: La natura dell'impresa, in G. Brosio (a cura di), La teoria economica dell'organizzazione, Il Mulino, Bologna, 1989, pp. 167-191
- M.S. Granovetter, Economic action and social structure. The problem of embeddedness, "American Journal of Sociology", 1985; traduzione italiana: Azione economica e struttura sociale. Il problema dell'embeddedness, in M. Magatti (a cura di), Azione economica come azione sociale, Angeli, Milano, 1991
- M. Marini, Luci ed ombre nel concetto di capitale sociale, in A. Flora (a cura di), Mezzogiorno e politiche di sviluppo. Regole, valori, capitale sociale, Edizioni scientifiche Italiane, Napoli, 2002, pp. 45-58
- C. Pratten, A Survey of economies of scale, Commission of the European Communities. DG Economic and Financial Affairs, "Economic Papers", n. 67/1988, pp. 5-34 e 75-89
- R.D. Putnam, Sviluppo economico e tradizioni civiche, in M. Marini (a cura di), Le risorse immateriali. I fattori culturali dello sviluppo economico, Carocci, Roma, 2000, pp. 117-136
- G.B. Richardson, The organization of industry, "Economic Journal", 1972, pp. 883-896 [trad. it. rivista dagli studenti del corso]
- M. Russo, G. Allari, S. Bertini, P. Bonaretti, E. De Leo, G. Fiorani, G. Rinaldini, Le politiche dell'Emilia-Romagna

per lo sviluppo locale, "Sviluppo Locale", n. 14/2000, pp. 23-54

F. Sforzi, Sistemi locali di impresa e cambiamento industriale in Italia, "AGEI - Geotema", n. 2/1995, pp. 42-54

A. Silberston, Economies of scale in theory and practice, "Economic Journal", 1972 [trad. it. a cura di M. Russo]

A. Smith (1776), Indagine sulla natura e le cause della ricchezza delle nazioni, ISEDI, Milano, 1973, pp. 9-25

G. Solinas, Competenze, grandi imprese e distretti industriali. Il caso Magneti Marelli, "Rivista di storia economica", ns 10, n. 1/1993, pp. 79-111

G. Solinas, D. Baroni, I sistemi locali manifatturieri in Italia 1991-1996, in G. Becattini, M. Bellandi, G. Dei Ottati, F. Sforzi (a cura di), Il caleidoscopio dello sviluppo locale. Trasformazioni economiche nell'Italia contemporanea, Rosenberg & Sellier, Torino, 2001, pp. 395-417

G.J. Stigler, The division of labour is limited by the extent of the market, "Journal of Political Economy", 1951; trad. it.: La divisione del lavoro è limitata dall'ampiezza del mercato, in W. Breit, H.M. Hochman (a cura di), Problemi di microeconomia, Etas Kompass, Milano, 1970, pp. 15-29

G. Tattara, I vari modi in cui il piccolo nasce dal grande, in G. Tattara (a cura di), Il piccolo che nasce dal grande. Le molteplici facce dei distretti industriali veneti, Angeli, Milano, 2001, pp. 81-129

O.E. Williamson, Le istituzioni economiche del capitalismo: imprese, mercati, rapporti contrattuali, Angeli, Milano, 1987, pp. 136-146

O.E. Williamson, Markets and hierarchies: analysis and antitrust implication, Free Press, New York, 1975, cap. 2; traduzione italiana: Mercati e gerarchie, in R.C.D. Nacamulli, A. Rugiadini (a cura di), Organizzazione e mercato, Il Mulino, Bologna, 1985, pp. 161-185

O.E. Williamson, The economics of organization: the transaction cost approach, "American Journal of Sociology", 1981; traduzione italiana: L'economia dell'organizzazione: il modello dei costi di transazione, in R.C.D. Nacamulli, A. Rugiadini (a cura di), Organizzazione e mercato, Il Mulino, Bologna, 1985, pp. 285-315



ECONOMIA INDUSTRIALE

Quarto anno

Corsi di laurea in Economia e commercio, Economia politica

Prof. Giovanni Solinas (I modulo)

Prof. Sergio Paba (II modulo)

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 5 giugno 2002

Programma del corso

Il corso è diviso in due moduli.

I MODULO: ECONOMIA E ISTITUZIONI DEI DISTRETTI INDUSTRIALI

Il primo modulo è volto ad esaminare i principali aspetti dei sistemi produttivi locali, studiati nella duplice prospettiva dello sviluppo economico italiano e dei processi di internazionalizzazione dell'economia.

Vengono trattati i seguenti temi: La concentrazione spaziale e la specializzazione dell'industria italiana. I sistemi produttivi locali e i distretti industriali. Gli strumenti per l'identificazione dei distretti industriali. L'organizzazione dell'attività produttiva. I fattori di competitività e l'innovazione nei distretti industriali. Il commercio con estero. Le banche locali. Il mercato del lavoro nei distretti industriali. I distretti industriali nella new economy. Il ruolo delle istituzioni. Le politiche per i sistemi produttivi locali e i distretti industriali.

II MODULO: CONCORRENZA, ANTITRUST, REGOLAMENTAZIONE

Il secondo modulo esamina le motivazioni, le tecniche, e l'impatto delle politiche a tutela della concorrenza.

Verranno affrontati aspetti istituzionali e storici, ma il cuore del corso è dedicato agli aspetti microeconomici e di economia industriale che orientano le attuali politiche anti-trust. Per meglio comprendere questi aspetti, verranno analizzati e discussi in profondità specifici casi di intervento da parte dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Didattica

Il primo modulo prevede 32 ore di didattica in aula, a fronte delle quali viene stimato un impegno di studio individuale di 68 ore (per un totale di 100 ore di lavoro). Alcuni temi verranno sviluppati in forma seminariale e/o con interventi in aula di esperti.

La didattica del secondo modulo prevede circa 22 ore di lezioni introduttive. Il resto del tempo verrà dedicato all'analisi e alla discussione di casi concreti di intervento delle autorità anti-trust e di regolazione, con lavori di gruppo e preparazione di brevi tesine. E' prevista la partecipazione di quattro esperti dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Modalità di valutazione

Per il primo modulo l'esame avrà luogo in forma scritta secondo il calendario previsto dalla Facoltà.

Per il secondo modulo, al termine delle lezioni ci sarà una prova scritta. Verranno valutate anche le tesine e la partecipazione alle discussioni di gruppo.

Testi

Per il primo modulo:

M. Bellandi, Il distretto industriale in Alfred Marshall, "L'industria", n. 3/1982. Ristampato in G. Becattini (a cura di), Mercato e forze locali: il distretto industriale, Il Mulino, Bologna, 1987, pp. 49-67

G. Becattini, Riflessioni sul distretto industriale marshalliano come concetto socio-economico, "Stato e Mercato", n. 25/1989, pp. 111-128. Ripubblicato in G. Becattini, Il distretto industriale, Rosenberg & Sellier, Torino, 2000, pp. 57-78

G. Becattini, Totalità e cambiamento: il paradigma dei distretti industriali, "Sviluppo locale", vol. 4, n. 6/1997, pp. 75-94. Ripubblicato con il titolo "Il paradigma distrettuale", in G. Becattini, Il distretto industriale, Rosenberg & Sellier, Torino, 2000, pp. 173-96

S. Brusco, S. Paba, Per una storia dei distretti industriali italiani dal secondo dopoguerra agli anni novanta, in F. Barca (a cura di), Storia del capitalismo italiano dal dopoguerra ad oggi, Donzelli, Roma, 1997, cap. VI, pp. 265-334

R. Varaldo, L. Ferrucci, La natura e la dinamica dell'impresa distrettuale, in R. Varaldo, L. Ferrucci, Il distretto industriale tra logiche di impresa e logiche di sistema, Angeli, Milano, 1997, pp. 26-53

G. Becattini, S. Menghinello, Contributo e ruolo del made in Italy distrettuale nelle esportazioni nazionali di manufatti, "Sviluppo locale", vol. 5, n. 9/1998, pp. 5-41

M. Fortis, A. Nodari, PMI e distretti industriali, punti di forza del made in Italy, "Sviluppo locale", vol. 7, 2000, pp. 53-70

R. Bronzini, Sistemi produttivi locali e commercio estero: un'analisi territoriale delle esportazioni italiane, in L.F. Signorini (a cura di), Lo sviluppo locale, Donzelli, Roma, 2000

S. Fabiani, G. Pellegrini, E. Romagnano, L.F. Signorini, L'efficienza delle imprese nei distretti industriali italiani, "Sviluppo locale", vol. 5, n. 9/1998, pp. 42-72. Ristampato in L.F. Signorini (a cura di), Lo sviluppo locale, Donzelli, Roma, 2000

G. Dei Ottati, Il mercato comunitario, in G. Dei Ottati, Tra mercato e comunità: aspetti concettuali e ricerche empiriche sul distretto industriale, Angeli, Milano, 1995

S. Brusco, La lezione dei distretti: alle origini della competitività, Dipartimento di Economia politica, Università di Modena, 1997

S. Brusco, La lezione dei distretti: Le fonti dell'innovazione, Dipartimento di Economia politica, Università di Modena, 1997

G. Becattini, E. Rullani, Sistema locale e mercato globale, in G. Becattini, S. Vaccà Prospettive degli studi di Economia e politica industriale in Italia, Angeli, Milano, 1994, pp. 319-341

S. Conti, L'acquisizione della conoscenza come processo localizzato, "Sviluppo locale", vol. 4, n. 4/1997, pp. 5-26
Lecture

N. Tessieri, Multinazionali e distretti industriali in Italia, "Sviluppo locale", vol. 7, n. 13/2000, pp. 71-99

M. Pagano, Banche e distretti industriali: una relazione speciale, in L.F. Signorini (a cura di), Lo sviluppo locale, Donzelli, Roma, 2000

P. Finaldi Russo, P. Rossi, Costo e disponibilità del credito per le imprese dei distretti industriali, in L.F. Signorini (a cura di), Lo sviluppo locale, Donzelli, Roma, 2000

P. Casavola, G. Pellegrini, E. Romagnano, Imprese e mercato del lavoro nei distretti industriali italiani, "Sviluppo locale", vol. 6, n. 10/1999, pp. 41-59. Ristampato in L.F. Signorini (a cura di), Lo sviluppo locale, Donzelli, Roma, 2000

S. Brusco, Distretti industriali e servizi reali, Dipartimento di Economia politica, Università di Modena, 1990

S. Brusco, La lezione dei distretti e la nuova politica industriale delle regioni, Dipartimento di Economia politica, Università di Modena, 1993

G. Viesti, Le strade dello sviluppo: come sono nati i distretti industriali del made in Italy nel Mezzogiorno, "Economia e politica industriale", n. 106/2000, pp. 5-30

L'ordinamento dei testi e delle lecture è quello che si consiglia per una migliore comprensione della materia. Durante il corso verrà fornito materiale statistico e documentario utilizzato durante le lezioni.

Per il secondo modulo:

Per avere un'idea generale:

A. Pera, Concorrenza e antitrust, Il Mulino, Bologna, 2001

Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, Antitrust a portata di mano, Maggio 2001

Testo di studio:

S. Martin, Economia industriale, Il Mulino, Bologna, 1997

Testi alternativi:

C. Bentivogli, S. Trento, Economia e politica della concorrenza, Nuova Italia Scientifica, Roma, 1995

F. Gobbo, G. Buzzone, M. Ferrero, G. Utili, Il mercato e la tutela della concorrenza, Il Mulino, Bologna, 1997

Verrà distribuito materiale relativo ai casi durante le lezioni.



ECONOMIA INTERNAZIONALE

Quarto anno

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia

Prof.ssa Marina Murat

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 15 dicembre 2001

Programma del corso

PARTE PRIMA

ASPETTI REALI E MONETARI DEGLI SCAMBI INTERNAZIONALI

Basi della teoria del commercio internazionale: il vantaggio comparato.

Meccanismi finanziari dei mercati aperti.

GLOBALIZZAZIONE E POLITICHE COMMERCIALI

Debito estero.

Migrazioni internazionali.

Strumenti delle politiche commerciali.

Politiche nei Paesi sviluppati.

Politiche nei Paesi in via di sviluppo.

I MERCATI GLOBALI DEI CAPITALI

Meccanismi e problemi di politica economica.

PARTE SECONDA*

TEMI DI ECONOMIA INTERNAZIONALE

Si approfondiscono alcuni argomenti della prima parte. Inoltre, si analizza l'evidenza empirica disponibile per i paesi del Nord-Africa, Medio Oriente, Asia Centrale.

* E' possibile svolgere una ricerca, su uno degli argomenti del corso o su uno a scelta (previamente concordato), utilizzando prevalentemente il materiale reperibile sul web e sul libro di testo. La ricerca viene presentata e illustrata al resto della classe. Ciascuna delle due parti (la prima parte e la ricerca) ha una validità di 1/2 ai fini dell'esame.

Testi

P.R. Krugman, M. Obstfeld, Economia internazionale: teoria e politica economica, Hoepli, Milano, 1995 (paragrafi dei capp. 2, 4, 6, 7, 8, 9,10, 21)

Si trova anche al sito web: www.occawlonline.pearsoned.com/bookbind/pubbooks/krugman_awl

Dallo stesso si accede a link utili per eventuali chiarimenti, per preparare l'esame, e per il reperimento di dati relativi a ciascuno degli argomenti trattati.



ECONOMIA INTERNAZIONALE

Quarto anno

Corsi di laurea in Economia e commercio, Economia politica

Prof. Giuseppe Marotta

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 15 dicembre 2001

Programma del corso

STRUTTURA DELLA BILANCIA DEI PAGAMENTI E CONTABILITA' NAZIONALE IN ECONOMIA

APERTA: Composizione della bilancia dei pagamenti: equilibrio contabile ed equilibrio economico. La contabilità nazionale in economia aperta. Riserve internazionali. Il mercato dei cambi.

L'ANALISI MACROECONOMICA: nei regimi di cambi fissi e cambi flessibili.

TEORIE DELL'AGGIUSTAMENTO DELLA BILANCIA DEI PAGAMENTI E POLITICHE DI BREVE

PERIODO: Gli approcci "tradizionali": delle elasticità, del moltiplicatore, dell'assorbimento e monetario.

L'approccio delle attività finanziarie. Il dibattito sul mix di politiche fiscali e politiche monetarie in cambi fissi e flessibili.

LA POLITICA MACROECONOMICA INTERNAZIONALE: Tipi ideali di sistema monetario internazionale. Lo sviluppo del sistema monetario internazionale. Il coordinamento delle politiche macroeconomiche in cambi fissi e cambi flessibili. Attacchi speculativi e crisi del cambio.

L'INTEGRAZIONE ECONOMICA EUROPEA: Il Mercato Univo; l'UME e la teoria delle aree monetarie ottimali.

TEORIE DEL COMMERCIO INTERNAZIONALE: La teoria dei costi comparati. Il modello di Heckscher-Ohlin. Economie di scala e commercio internazionale. Concorrenza monopolistica e commercio internazionale. Politiche commerciali e politiche industriali.

Testi

P.R. Krugman, M. Obstfeld, Economia internazionale: teoria e politica economica, seconda ed., Hoepli, Milano, 1995

Materiali tratti dalle Relazioni annuali della Banca d'Italia e della BRI e dal World Outlook del FMI, a cura del docente



ECONOMIA MONETARIA

Quarto anno

Corsi di laurea in Economia aziendale, Economia e commercio, Economia politica

Prof. Giuseppe Marotta

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 15 dicembre 2001

Programma del corso

Oggetto del corso sono i modelli teorici che cercano di spiegare come variazioni della quantità di moneta creata dalla Banca centrale possano influenzare, interagendo con le aspettative e i comportamenti dei mercati finanziari e, in particolare, degli intermediari, tassi d'interesse, prezzi e il livello dell'attività economica. Particolare attenzione sarà dedicata all'interazione tra modalità di regolamentazione prudenziale bancaria e meccanismo di trasmissione della politica monetaria. Le tematiche affrontate nel corso serviranno a fornire un inquadramento teorico, istituzionale ed empirico al funzionamento dell'Unione Monetaria Europea. Anche se i temi accennati sono di natura prevalentemente macroeconomica, si farà uso di modelli microeconomici per spiegare il comportamento dei prenditori e dei datori di fondi. Alla formazione del voto complessivo degli studenti frequentanti contribuirà una tesina, scritta e da presentare e discutere in classe, su un tema concordato con il docente.

Articolazione del corso

Sistema dei pagamenti e ruolo della banca centrale.

La stabilità monetaria come principale obiettivo della politica monetaria.

Non neutralità della struttura finanziaria, asimmetrie informative e razionamento del credito.

Economie di scala nella produzione di informazione ed intermediazione finanziaria.

Depositi a vista e crisi bancarie.

La regolamentazione degli intermediari bancari.

Modelli di banca-impresa.

Mercati finanziari e struttura a termine dei tassi d'interesse.

Canali di trasmissione della politica monetaria.

Mercato monetario e strumenti operativi della banca centrale.

L'Unione Monetaria Europea.

Testi

F.C. Bagliano, G. Marotta, Economia Monetaria, Il Mulino, Bologna, 1999

Bollettino mensile della Banca Centrale Europea

Relazione annuale della Banca dei Regolamenti internazionali e altro materiale a cura del docente



ECONOMIA PUBBLICA

Quarto anno

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia

Prof.ssa Maria Cecilia Guerra

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 15 dicembre 2001

Programma del corso

Il corso, a carattere teorico e istituzionale, è composto da due moduli: Federalismo fiscale e Offerta e

finanziamento dei servizi sociali.

PRIMO MODULO: FEDERALISMO FISCALE

Il modulo è volto a fornire conoscenze sulle problematiche relative ai modelli di federalismo fiscale a livello nazionale e sopranazionale.

Verranno trattati i seguenti argomenti:

1. La teoria economica del decentramento finanziario: Allocazione delle funzioni tra diversi livelli di governo. Il principio di sussidiarietà.
2. Livello nazionale: Il finanziamento degli enti decentrati: principi teorici. Motivazioni dei trasferimenti intergovernativi. Schemi di trasferimenti per il funzionamento o la perequazione delle risorse degli enti decentrati. Il finanziamento degli enti decentrati in Italia. Compatibilità fra federalismo e standard nazionali.
3. Livello sovranazionale: Problematiche relative ai limiti del debito pubblico. Le regole del Patto di Stabilità e crescita. Le ragioni economiche e politiche del patto di stabilità e crescita. Shock simmetrici e asimmetrici e proposte di riforma. Proposte alternative.

SECONDO MODULO: OFFERTA E FINANZIAMENTO DEI SERVIZI SOCIALI

Il modulo è volto ad esaminare le problematiche della separazione della produzione dei servizi pubblici da quella del loro finanziamento con particolare riferimento all'attività di regolamentazione delle attività affidate al settore privato in senso stretto o nella forma di organizzazioni senza finalità di lucro.

Verranno trattati i seguenti argomenti:

1. Richiami: Finalità dell'intervento pubblico e ragioni della crisi di tale intervento.
2. Regolamentazione, finanziamento e produzione dei servizi di utilità sociale: Selettività. Principi di determinazione dell'accesso e della partecipazione al costo dei servizi sociali. Targeting e means testing. L'indicatore della situazione economica. Processi di privatizzazione nei servizi sociali. Quasi mercati. Vouchers. Contracting out (costi di transazione e contratti incompleti). Convenzioni.

Testi

I testi per la preparazione dell'esame, relativi ad entrambi i moduli, ad eccezione dei capitoli del testo a cura di P. Bosi, Corso di Scienza delle finanze, sono a disposizione presso la segreteria del corso di laurea in Economia e gestione dei servizi.

Presso la segreteria del corso di laurea in Economia e gestione dei servizi è anche disponibile una guida alle letture relative ad entrambi i moduli.

I testi per il primo modulo sono i seguenti:

P. Bosi (a cura di), Corso di Scienza delle Finanze, Il Mulino, Bologna, 2000, cap. 7 (escluso paragrafo 3.3.) "La finanza decentrata", cap. 10 (esclusi paragrafi 2 e 3) "La teoria del debito pubblico", cap. 11 "La politica fiscale nell'Unione economica e monetaria"

M. Cecilia Guerra, Appunti relativi agli effetti dei trasferimenti

G. Arachi, A. Zanardi, Il federalismo fiscale regionale: opportunità e limiti, in L. Bernardi (a cura di), La finanza pubblica italiana. Rapporto 2000, Il Mulino, Bologna, 2000

M. Cecilia Guerra, Appunto relativo al meccanismo perequativo contenuto nel decreto legislativo 57/2000

Modifiche al titolo V della parte seconda della Costituzione, Testo della legge approvata dal Senato l'8 marzo 2001, e successivamente definitivamente approvata con referendum costituzionale

G. Arachi, A. Zanardi, Devolution, in "Congiuntura.irs", n. 3/2001

G. France, Compatibilità fra il federalismo e gli standard sanitari nazionali: una sintesi delle esperienze estere e possibili lezioni per l'Italia, in G. France (a cura di), Federalismo, regionalismo e standard sanitari nazionali.

Quattro paesi, quattro approcci, Giuffrè editore, Milano, 2001

Stabilizzazione: diapositive in power point

A. Petretto, Disciplina fiscale e patto di stabilità e crescita in Europa, in "Studi e note di economia", n. 3/2000

A. Majocchi, La strategia europea per l'occupazione e il coordinamento delle politiche economiche degli stati membri, in L. Bernardi, A. Zanardi (a cura di), La finanza pubblica italiana. Rapporto 2001, Il Mulino, Bologna, 2001 (questa lettura è consigliata ma non è considerata obbligatoria ai fini dell'esame).

Per il secondo modulo i testi sono i seguenti:

M. Cecilia Guerra, Appunti: Spiegazione dell'intervento pubblico

M. Cecilia Guerra, Appunti: La crisi dell'intervento pubblico. Risposte alla crisi dell'offerta pubblica: il decentramento

M. Cecilia Guerra, Appunti: Risposte alla crisi dell'offerta pubblica: riduzione del grado di soddisfazione dei bisogni

M. Cecilia Guerra, Appunti: Aspetti problematici nella determinazione di un indicatore della situazione economica: Ise

P. Bosi La selettività nelle politiche sociali in Italia: riflessioni sull'esperienza dell'Ise, in "Assistenza sociale", n. 2-

3/2000

L. Mittone, Quasi-mercati, imprese non profit e razionalità limitata, in C. Borzaga, G. Fiorentini, A. Maticena (a cura di), Non-profit e sistemi di welfare, La Nuova Italia Scientifica, Roma, 1996

A. Francalanci, S. Toso, Spesa sociale e meccanismi di mercato, i buoni servizio (vouchers), 2001

L.A. Dicke, J.S. Ott, Public agency accountability in human services contracting, in "Public Productivity & Management Review", Vol. 22 n. 4/1999

G.P. Barbetta, Sul contracting-out nei servizi sociali, in C. Borzaga, G. Fiorentini, A. Maticena (a cura di), Non-profit e sistemi di welfare, La Nuova Italia Scientifica, Roma, 1996

J. Stiglitz, Economia del settore pubblico, Hoepli, Milano, 1989, pp. 268 (dal paragrafo 4.2) - 272

M. Cecilia Guerra, Appunti: Contracting out, costi di transazione e contratti incompleti

O. Hart, A. Shleifer, R.W. Vishny, The proper scope of government: theory and an application to prisons, "The Quarterly Journal of Economics", November 1997. Viene fornita anche una guida alla lettura, a cura di Maria Cecilia Guerra, per chi avesse problemi con l'inglese

Alcuni appunti da una tesi di laurea: Il problema del controllo della qualità negli asili nido.

Un esempio di contracting out e un esempio di convenzione nel comune di Modena, con riferimento al servizio asili nido (lettura consigliata)

Direttiva 92/50/CEE del Consiglio delle Comunità Europee del 18 giugno 1992, titolo VI°, capitolo 2 e 3 (lettura consigliata)



ELABORAZIONE AUTOMATICA DEI DATI PER LE DECISIONI ECONOMICHE E FINANZIARIE

Terzo anno

Corso di laurea in Economia aziendale

Ing. Pierpaolo Gambi

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 5 giugno 2002

Programma del corso

PARTE I: GENERALITA' SUI SISTEMI INFORMATIVI AZIENDALI

Concetti fondamentali di informatica distribuita, come caratteristica costante degli attuali Sistemi Informativi Aziendali. Modello client - server, descrizione con schemi a blocchi delle strutture dell'Informatica aziendale ricorrenti.

Breve trattazione delle reti telematiche estese, Intranet ed Extranet, tecnologie informatiche e new economy. Organizzazione della funzione Sistemi Informativi, che viene ripresa ed estesa al punto III (outsourcing e questioni correlate che fanno capo all'Organizzazione Aziendale); sistema informativo integrato di tipo ERP (Enterprise Resources Planning).

PARTE II: MODELLISTICA AZIENDALE E CENNI DI TEORIA DEI SISTEMI

Sezione A):

Concetti cardine di Business Processing Reengineering (BPR).

Costruzione di data flowcharts e questioni connesse, in accordo e a complemento di quanto fatto nel corso di Programmazione e controllo.

Business plan.

Costruzione analitica del sistema degli indicatori, in concordanza con quanto viene sviluppato nel corso di Programmazione e controllo (metodologia della Balance Scorecard) e metodologie di benchmarking.

Sezione B):

I principi della Teoria dei Sistemi come base strutturale della conoscenza (cenni), sistemi aperti e sistemi in retroazione.

Cenni di modellistica e simulazione e semplici tecniche di soluzione di un modello.

PARTE III: ALCUNI ASPETTI ORGANIZZATIVI DELLA FUNZIONE SISTEMI INFORMATIVI

L'outsourcing nel settore informatico e la gestione ed alcune delle principali problematiche dei call centers.

PARTE IV: SISTEMI INFORMATIVI AZIENDALI E MARKETING

Le caratteristiche fondamentali di un database relazionale, i database di grandi dimensioni, il "database marketing", il Customer Relationship Management (CRM).

Propedeuticità consigliabili: si consiglia agli studenti che scelgono questo corso di:

- a) conoscere Microsoft Office, in particolare MS/Excel;
- b) avere conoscenze di base nell'ambito delle reti telematiche e dei databases;
- c) saper utilizzare Internet come strumento di lavoro per ricerche tematiche;
- d) avere preferibilmente sostenuto gli esami di Economia aziendale, di Organizzazione aziendale (o contenuti

equivalenti) e di Matematica generale;
e) avere una conoscenza almeno operativa della lingua inglese.

Testi

I testi di riferimento debbono essere concordati con il docente (e-mail: gambi.pierpaolo@unimo.it)





TESTIMONIANZE

Seconda Edizione del Master

(aggiornamento al 10 luglio 2002)

Data	Testimone	Tema
25 febbraio 2002	Massimo Chieli (Alitalia Express)	I sistemi di relazione nella gestione dell'impresa di servizi. Le specificità del servizio di trasporto aereo.
26 febbraio 2002	Stefano Cavagna (Nordiconad)	La forma organizzativa della distribuzione al dettaglio. L'evoluzione dalla forma funzionale.
27 febbraio 2002	Enrico Cozzi e Sergio Puzzolu (Finifast)	Finifast: struttura organizzativa e modello di servizio.
28 febbraio 2002	Davide Conti (Carisbo)	I modelli di gestione del servizio nel settore bancario.
11 marzo 2002	Maurizio Baruffaldi (Coop Estense)	La forma organizzativa interna: il cambiamento della struttura funzionale.
14 marzo 2002	Claudio Leandri (Meta)	Meta: struttura organizzativa e meccanismi di coordinamento.
15 marzo 2002	Tiziano Neri (Coca Cola)	Coca-Cola. Il sistema - L'organizzazione della distribuzione.
11 aprile 2002	Giorgio Quarto (Ristochef)	Chef Italia. Un Grande Gruppo al servizio di un Grande Pubblico.
18 aprile 2002	Francesco De Rose (Coop Italia)	Comportamenti d'acquisto e di consumo. <i>Category Management</i> .
18 aprile 2002	Alessia Colombera (Faber – SMG)	Il caso Hammer Kiudin.
15 maggio 2002	Aldo Amoretti (CGIL Sicilia)	Le problematiche della contrattazione collettiva in Italia e dei rapporti imprese-sindacato.
24 maggio 2002	Enrico Navi (Nordiconad)	Nordiconad. D.P.O. (Direzione Per Obiettivi) 2002.
29 maggio 2002	Nicola Montorsi (BP Italia)	BP Italia. <i>Helios Masterbrand Launch. Our brand values.</i>
30 maggio 2002	Daniela Camellini (Metro)	Metro. La comunicazione come modo di relazione con il cliente.
31 maggio 2002	Sandro Sereni (Arethusa)	Arethusa. Il mercato del lavoro tra domanda ed offerta, oggi.
5 giugno 2002	Helmut Gschnell (Würth)	L'organizzazione divisionale e la gestione delle reti di vendita nell'ottica dell'orientamento al cliente.
10 giugno 2002	Marco Righetti (Ipermercato "I Portali")	Coop Estense. Il punto di vendita Ipercoop "I Portali".
11 giugno 2002	Giuseppe Bottazzi (AGIE)	AGIE. La rete di vendita in un contesto B2B.
13 giugno 2002	Laura Podavitte e Massimo Barbesta (Gabetti)	Gabetti. Le strategie competitive di Gabetti nel territorio: rete diretta e rete in <i>franchising</i> .
14 giugno 2002	Andrea Leoni (Tetrapak)	Tetra Pak Carton Ambient.
18 giugno 2002	Diego Lovisetto (Porsche)	Porsche Italia S.p.A.

19 giugno 2002	Filippo Fabbri (Metro)	Il <i>buyer</i> : una professione in evoluzione. Da negoziatore a <i>customer marketing manager</i> .
21 giugno 2002	Stefano Spallanzani (Marazzi)	Gruppo Ceramiche Marazzi S.p.A.
26 giugno 2002	Paola Ricas (Editrice Quadratum)	La Cucina Italiana.
27 giugno 2002	Paolo Mazzoleni	Piccole imprese e imprese piccole. Le Monticchie.
1 luglio 2002	Tullio Candalice e Giuseppe Otranto (Banca 121)	La gestione della multicanalità in Banca 121.
3 luglio 2002	Ernesto Covini (Unifix)	Unifix: l'utilizzo di dati e di informazioni per la progettazione di strategie di <i>marketing</i> e di interventi rivolti al mercato esterno ed interno dell'azienda.
4 luglio 2002	Carlo Calenda (Ferrari Auto)	Ferrari <i>Owners' Site</i> .
8 luglio 2002	Gianni Ghidoni (Banco Popolare di Verona e Novara)	Banco Popolare di Verona e Novara: relazioni di servizio e modelli di <i>customer satisfaction</i> .

PROGRAMMA DEL CORSO (2a edizione)

La formazione è articolata in tre sezioni: corso base (della durata di 6 mesi pari a 690 ore); specializzazione (della durata di 2 mesi pari a 240 ore); *stage* e *project work* (3 mesi). La durata complessiva del Master è di 12 mesi (con interruzione nel mese di Agosto) con frequenza obbligatoria. Le giornate di lavoro sono strutturate come seminari destinati allo sviluppo di uno specifico tema.

Corso base			
<i>(dal 20 Febbraio al 12 Settembre 2002)</i>			
Titolo corso	Tem	Data	Docente
I modelli di servizio e di imprese di servizio	Il modello e la logica di creazione del valore. L'economia dei servizi e le logiche reddituali (I).	20/02/02	Piero Baroncini
	Il modello e la logica di creazione del valore. L'economia dei servizi e le logiche reddituali (II).	21/02/02	Piero Baroncini
	<i>Knowledge economy</i> ed economia dei servizi.	22/02/02	Piero Baroncini
	I modelli di gestione delle imprese di servizi. Gli studi ed il modello di Richard Normann.	25/02/02	Piero Baroncini
	Modelli di imprese di servizi (I): la distribuzione; le attività consulenziali; i servizi sanitari.	26/02/02	Luigi Golzio
	Modelli di imprese di servizi (II): attività turistiche, <i>tour operator</i> ; <i>hotellerie</i> ; trasporti; ristorazione.	27/02/02	Marco Cestari
	Modelli di imprese di servizi (III): assicurazioni; servizi bancari; servizi previdenziali ed assistenziali.	28/02/02	Luigi Golzio
	<i>Business idea e personnel idea.</i>	01/03/02	Luigi Golzio
	Cultura d'impresa, comportamenti ed azioni di condivisione culturale nel modello di <i>service management</i> .	04/03/02	Piero Baroncini
	Apprendimento organizzativo e organizzazione che apprende.	05/03/02	Piero Baroncini
	Competenza, competenze di servizio e <i>personnel idea</i> .	06/03/02	Luigi Golzio
	Il ruolo del cliente e l'organizzazione della sua partecipazione al sistema d'erogazione.	07/03/02	Piero Baroncini
	Lo <i>script</i> ed i modelli cognitivi nelle relazioni di servizio.	08/03/02	Chiara Orsingher
	Le strutture organizzative e le razionalità di progettazione organizzativa (I).	11/03/02	Luigi Golzio
	L'organizzazione per processi (I).	12/03/02	Piero Baroncini
	L'organizzazione per processi (II).	13/03/02	Piero Baroncini
	Le strutture organizzative e le razionalità di progettazione organizzativa (II).	14/03/02	Luigi Golzio
	Le strutture organizzative e le razionalità di progettazione organizzativa (III).	15/03/02	Luigi Golzio
	Il potere organizzativo.	18/03/02	Piero Baroncini
	Il <i>management</i> (decisione, formalità, informalità). La delega.	19/03/02	Piero Baroncini
	Sistemi di decisione e di <i>problem solving</i> . Le decisioni ed il lavoro di gruppo (I).	20/03/02	Luigi Golzio
	Il <i>project management</i> .	21/03/02	Piero Baroncini
	Sistemi di decisione e di <i>problem solving</i> . Le decisioni ed il lavoro di gruppo (II).	25/03/02	Luigi Golzio
	Verifica d'apprendimento (lettura, studio, preparazione, individuale e in gruppi).	26/03/02	Piero Baroncini, Francesco Giovanardi
	Verifica d'apprendimento. Consegna. Discussione.	27/03/02	Piero Baroncini
	Flessibilità organizzativa e flessibilità formale.	03/04/02	Luigi Golzio
I sistemi ed i modelli di equità e fiducia nella relazione con il cliente.	04/04/02	Piero Baroncini	

	Lo sviluppo delle competenze: i modelli <i>Resource Based</i> .	05/04/02	Luigi Golzio
	Il modello della qualità dei servizi di C. Grönroos.	06/04/02	Luigi Golzio
Il marketing dei servizi	Il marketing dei servizi. La " <i>servuction</i> ". Il modello di P. Eiglier e di E. Langeard (I).	08/04/02	Piero Baroncini
	Il marketing dei servizi. La " <i>servuction</i> ". Il modello di P. Eiglier e di E. Langeard (II).	09/04/02	Piero Baroncini
	Il <i>marketing mix management</i> ed il marketing relazionale.	10/04/02	Gianluca Marchi
	Il marketing dei servizi. La " <i>servuction</i> ". Il modello di P. Eiglier e di E. Langeard (III).	11/04/02	Piero Baroncini
	Individuo, comportamento e marketing: alcune considerazioni sulla psicologia dei consumi.	12/04/02	Marcello Tedeschi
	Il comportamento d'acquisto: una prospettiva cognitiva alle scelte ed al giudizio.	15/04/02	Marcello Tedeschi
	La comunicazione	I modelli di comunicazione.	16/04/02
Il prezzo e le sue percezioni.		17/04/02	Marcello Tedeschi
Relazioni col mercato. Qualificazione della domanda e dell'offerta di servizi (I).		18/04/02	Marcello Tedeschi
Relazioni col mercato. Qualificazione della domanda e dell'offerta di servizi (II).		19/04/02	Marcello Tedeschi
I nuovi mercati. La <i>net-economy</i> (I).		22/04/02	Piero Baroncini
I nuovi mercati. La <i>net-economy</i> (II).		23/04/02	Piero Baroncini
Il ruolo della marca e la marca commerciale.		24/04/02	Marcello Tedeschi
La comunicazione organizzativa e i comportamenti.		29/04/02	Piero Baroncini
Le relazioni e la comunicazione con il cliente. La comunicazione nell'attività promozionale e di vendita.		30/04/02	Piero Baroncini
Marketing strategico e posizionamento.		02/05/02	Marcello Tedeschi
Comportamenti manageriali, relazioni con il (e del) personale		I sistemi della motivazione. Equità e fiducia nelle relazioni di lavoro.	03/05/02
	La <i>leadership</i> . Modelli a confronto.	06/05/02	Massimo Pilati
	Il rapporto capo collaboratore e la <i>personnel idea</i> .	07/05/02	Massimo Pilati
	La comunicazione interna. I sistemi di selezione.	08/05/02	Piero Baroncini
	Il mercato del lavoro e le specificità dei servizi.	09/05/02	Giancarlo Provasi
	Marketing interno e sistemi operativi del personale. Lo sviluppo del personale. Il <i>coaching</i> .	10/05/02	Luigi Golzio
	I sistemi di classificazione formali e informali. Il mercato interno del lavoro. I sistemi contrattuali ed i principali contratti di lavoro (I).	13/05/02	Riccardo Calamandrei
	I sistemi di classificazione formali e informali. Il mercato interno del lavoro. I sistemi contrattuali ed i principali contratti di lavoro (II)..	14/05/02	Riccardo Calamandrei
	I sistemi di relazioni sindacali.	15/05/02	Riccardo Calamandrei
	La comunicazione linguistica (I). Il parlare e lo scrivere manageriale.	16/05/02	Piero Baroncini
	Le regole del diritto del lavoro (I).	17/05/02	Luigi Ardesi
	La comunicazione linguistica (II). Il parlare e lo scrivere manageriale.	20/05/02	Piero Baroncini
	I sistemi di compenso (I).	21/05/02	Piero Baroncini
	Lavoro e tutela. Le relazioni sindacali.	22/05/02	Guido Baglioni
	Le regole del diritto del lavoro (II).	23/05/02	Luigi Ardesi
	I sistemi di compenso (II).	24/05/02	Piero Baroncini
	Oltre il <i>management by objective</i> .	27/05/02	Luigi Golzio
	Impresa e partecipazione. I modelli partecipativi.	28/05/02	Guido Baglioni
	La comunicazione pubblicitaria (I).	29/05/02	Piero Baroncini
	La comunicazione pubblicitaria (II).	30/05/02	Piero Baroncini
	Flessibilità vs. sicurezza: i nodi della gestione del mercato del lavoro nella	31/05/02	Giancarlo Provasi

	società dell'informazione.		
	Verifica d'apprendimento. Lavoro in gruppi e individuale.	03/06/02	Piero Baroncini, Francesco Giovanardi
	Verifica d'apprendimento. Discussione.	04/06/02	Piero Baroncini
Le reti	Le relazioni con le reti di vendita agenziali (I). Il marketing B2B.	05/06/02	Piero Baroncini
	L'evoluzione strategica delle reti di distribuzione.	06/06/02	Giovanna Galli
	Le forme di distribuzione commerciale. Le vendite per corrispondenza.	07/06/02	Giovanna Galli
	Il punto di vendita.	10/06/02	Elisa Martinelli
	Le relazioni con le reti di vendita agenziali (II). Il marketing B2B.	11/06/02	Piero Baroncini
	Le promozioni.	12/06/02	Elisa Martinelli
	Reti dirette ed indirette. Specificità e differente intensità. Centro e periferia commerciale. Il <i>franchising</i> .	13/06/02	Piero Baroncini
	Le relazioni di partenariato. Aspetti organizzativi e comportamentali.	14/06/02	Massimo Pilati
	Le forme distributive moderne ed i centri commerciali. Dettaglio ed ingrosso. Dai <i>discount</i> agli ipermercati. Il <i>self-service</i> all'ingrosso, il caso Metro.	17/06/02	Giovanna Galli
	La negoziazione e la negoziazione commerciale.	18/06/02	Piero Baroncini
	La negoziazione d'acquisto (I).	19/06/02	Gianluca Marchi
	La negoziazione d'acquisto (II).	20/06/02	Gianluca Marchi
	Le strutture della distribuzione di largo consumo in Italia e in Europa (I).	21/06/02	Giovanna Galli
	Le strutture della distribuzione di largo consumo in Italia e in Europa (II).	24/06/02	Giovanna Galli
	La distribuzione dei servizi turistici. Le reti alberghiere (I).	25/06/02	Marco Cestari
	Le differenti forme di <i>e-commerce</i> e di reti virtuali. Le forme di pagamento elettronico ed i suoi problemi. <i>E-procurement</i> .	26/06/02	Piero Baroncini
	Piccole imprese ed imprese piccole: modelli di sviluppo e di crescita (I).	27/06/02	Piero Baroncini
	Piccole imprese ed imprese piccole: modelli di sviluppo e di crescita (II).	28/06/02	Piero Baroncini
	La distribuzione dei servizi turistici. Le reti alberghiere (I).	01/07/02	Marco Cestari
	La distribuzione dei servizi turistici. <i>Tour operator</i> e agenzie viaggi. La ristorazione.	02/07/02	Marco Cestari
	Il <i>data mining</i> . L'utilizzo nei sistemi di distribuzione. Qualità e produttività dei servizi.	03/07/02	Piero Baroncini
	Il sistema informativo di marketing.	04/07/02	Piero Baroncini
	L'azienda bancaria e il credito. Il sistema finanziario.	05/07/02	Elisabetta Gualandri
	Le relazioni di servizio nell'impresa bancaria. I modelli d'intermediazione e di <i>customer satisfaction</i> .	08/07/02	Elisabetta Gualandri
	Il sistema contabile. La contabilità generale e la contabilità gestionale	09/07/02	Piero Baroncini
	Controllo, amministrazione, finanza	La lettura del bilancio in chiave manageriale (I).	10/07/02
La lettura del bilancio in chiave manageriale (II).		11/07/02	Letizia Patroni Negri
La lettura del bilancio in chiave manageriale (III).		12/07/02	Letizia Patroni Negri
L'azienda bancaria e la sua evoluzione: <i>e-banking</i> ed <i>e-money</i> .		15/07/02	Elisabetta Gualandri
Il bilancio di esercizio quale strumento per individuare le variabili alla base della dinamica finanziaria aziendale: la riclassificazione della Stato Patrimoniale secondo il criterio di pertinenza gestionale e del Conto Economico a valore aggiunto.		16/07/02	Mariella Franchini
Gli indici di bilancio: schema di coordinamento finalizzato ad una lettura in chiave finanziaria.		17/07/02	Mariella Franchini
La critica ed una moderna rilettura delle logiche di <i>business process reengineering</i> .		18/07/02	Piero Baroncini
Il <i>budget</i> ed il governo dei costi e dei margini. Gli strumenti previsionali e di controllo economico.		19/07/02	Piero Baroncini

	Analisi del bilancio per flussi: il rendiconto finanziario.	22/07/02	Mariella Franchini
	Introduzione alle analisi finanziarie previsionali. La programmazione finanziaria a breve. Il <i>budget</i> di cassa.	23/07/02	Chiara Della Bella
	La pianificazione finanziaria a medio termine. Piani finanziari e creazione di valore.	24/07/02	Chiara Della Bella
	Verifica d'apprendimento. Lavoro in gruppi.	25/07/02	Piero Baroncini, Francesco Giovanardi
	Verifica d'apprendimento.	26/07/02	Piero Baroncini
	<i>Activity Based Costing</i> (I).	02/09/02	Piero Baroncini
	<i>Activity Based Costing</i> (II).	03/09/02	Piero Baroncini
	<i>Activity Based Management</i> .	04/09/02	Piero Baroncini
Conclusioni parte generale	La logistica distributiva (I). La logistica come leva strategica.	05/09/02	Gianluca Marchi
	La logistica distributiva (II). L'utilizzo della leva logistica nella GDO.	06/09/02	Elisa Martinelli
	Il finanziamento: forme ed opportunità (I).	09/09/02	Elisabetta Gualandri
	Il finanziamento: forme ed opportunità (II).	10/09/02	Elisabetta Gualandri
	Caso/Esercizio - preparazione.	11/09/02	Piero Baroncini, Francesco Giovanardi
	Caso/Esercizio - discussione.	12/09/02	Piero Baroncini

1.

Specializzazione in servizi di distribuzione commerciale			
<i>(dal 23 Settembre al 25 Ottobre 2002)</i>			
	Temi	Data	Docente
Specializzazione in servizi di distribuzione commerciale	Il servizio commerciale al dettaglio. I grandi magazzini ed i supermercati.	23/09/2002	Gianluca Marchi
	L'acquirente: motivazioni, aspettative, atteggiamenti.	24/09/2002	Piero Baroncini
	Qualità e soddisfazione: strumenti teorici per i processi di segmentazione ed analisi delle <i>performance</i> (i).	25/09/2002	Piero Baroncini
	Le forme aziendali ed i gruppi strategici nella distribuzione italiana. Le centrali d'acquisto. Ingrosso integrato e specializzato.	26/09/2002	Elisa Martinelli
	Le politiche di marketing strategico nelle imprese commerciali: localizzazione e applicazioni del <i>geomarketing</i> .	27/09/2002	Elisa Martinelli
	Struttura distributiva nazionale ed internazionale.	30/09/2002	Elisa Martinelli
	Le modalità di sviluppo delle imprese commerciali in contesti nazionali ed internazionali: internazionalizzazione dei maggiori gruppi distributivi.	01/10/2002	Elisa Martinelli
	Le politiche assortimentali nelle imprese commerciali <i>food</i> e non <i>food</i> .	02/10/2002	Elisa Martinelli
	Il <i>category management</i> : principi teorici e prassi aziendali a confronto.	03/10/2002	Elisa Martinelli

L'allocazione dello spazio espositivo in punto di vendita: il merchandising distributivo.	04/10/2002	Elisa Martinelli
Logica economica e prassi nella formazione del prezzo: <i>pricing</i> di breve e <i>pricing</i> di lungo periodo.	07/10/2002	Elisa Martinelli
Qualità e soddisfazione: strumenti teorici per i processi di segmentazione ed analisi delle <i>performance</i> (II).	08/10/2002	Piero Baroncini
Fidelizzazione del cliente e <i>micromarketing</i> .	09/10/2002	Elisa Martinelli
Qualità e soddisfazione: strumenti teorici per i processi di segmentazione ed analisi delle <i>performance</i> (III).	10/10/2002	Piero Baroncini
Tecnologia innovativa applicata ai punti vendita.	11/10/2002	Elisa Martinelli
La rivoluzione logistica: influenze sul rapporto industria-distribuzione.	14/10/2002	Gianluca Marchi
Il rapporto tra banca e imprese commerciali: offerta di servizi finanziari in <i>store</i> .	15/10/2002	Elisa Martinelli
<i>Supply Chain management</i> e distribuzione: ECR e QR.	16/10/2002	Gianluca Marchi
Nuove tecnologie e canali distributivi: analisi dei nuovi <i>business model</i> e applicazioni alla funzione approvvigionamento.	17/10/2002	Gianluca Marchi
Metodi qualitativi: metodologie per la progettazione e la valutazione dei servizi.	18/10/2002	Piero Baroncini
Commercio elettronico nella distribuzione <i>grocery</i> : alcune esperienze.	21/10/2002	Elisa Martinelli
Commercio elettronico nella distribuzione abbigliamento: alcune esperienze.	22/10/2002	Gianluca Marchi
L'evoluzione dell'attività di <i>buying</i> nel dettaglio: <i>low-price retailers</i> e internazionalizzazione degli acquisti.	23/10/2002	Gianluca Marchi
Economia nel rapporto industria-distribuzione.	24/10/2002	Gianluca Marchi
Sistema del valore e integrazione nei rapporti industria-distribuzione.	25/10/2002	Gianluca Marchi

2.

Specializzazione in servizi di consulenza finanziaria

(dal 23 Settembre al 25 Ottobre 2002)

	Tem	Data	Docente
Specializzazione in servizi di consulenza finanziaria	I servizi finanziari e la <i>security industry</i> : profili economici.	23/09/2002	Elisabetta Gualandri
	L'operatività di banche, Sim e imprese d'investimento nella <i>security industry</i> .	24/09/2002	Elisabetta Gualandri
	Il quadro giuridico di riferimento: disciplina di intermediari ed investitori istituzionali	25/09/2002	Francesco Vella
	Gli OICR (Organismi d'investimento collettivo del risparmio).	26/09/2002	Elisabetta Gualandri
	La microstruttura dei mercati finanziari.	27/09/2002	Elisabetta Gualandri
	La privatizzazione dei mercati finanziari e l'assetto della piazza finanziaria italiana. I mercati finanziari nell'area dell'Euro.	30/09/2002	Elisabetta Gualandri
	La disciplina dei mercati regolamentati e la quotazione in borsa.	01/10/2002	Ragno Maurizio
	L'appello al pubblico risparmio: sollecitazione all'investimento e OPA.	02/10/2002	Ragno Maurizio
	Le tipologie di strumenti finanziari. Definizione di rischio e di rendimento.	03/10/2002	Elisabetta Gualandri
	Gli strumenti obbligazionari: elementi di valutazione e caratteristiche economico-finanziarie (I).	04/10/2002	Elisabetta Gualandri
	Gli strumenti obbligazionari: elementi di valutazione e caratteristiche economico-finanziarie (II).	07/10/2002	Elisabetta Gualandri
	Le azioni, gli aumenti di capitale, le obbligazioni convertibili, le obbligazioni <i>cum warrant</i> . Gli indici azionari.	08/10/2002	Francesco Pattarin
	I derivati (I).	09/10/2002	Marco Bigelli, Baio
	I derivati (II).	10/10/2002	Marco Bigelli, Baio
	La valutazione della <i>performance</i> dei portafogli: rischio, rendimento e <i>benchmark</i> .	11/10/2002	Francesco Pattarin
	Gli investimenti in titoli esteri: rischio di credito e rischio di cambio.	14/10/2002	Claudio Porzio
Decisioni d'investimento: dall'analisi del singolo titolo al	15/10/2002	Claudio Porzio	

portafoglio del cliente.		
Decisioni d'investimento: analisi della propensione al rischio dell'investitore e la gestione del rapporto.	16/10/2002	Claudio Porzio
L'analisi tecnica e l'analisi fondamentale.	17/10/2002	Marco Bigelli
I contratti con gli investitori e la responsabilità degli intermediari.	18/10/2002	Simonetta Cotterli
Struttura del sistema pensionistico: il sistema pensionistico complementare e il sistema previdenziale integrativo. I fondi pensione.	21/10/2002	Laura Piatti
I prodotti assicurativi ramo vita. La pianificazione previdenziale individuale e familiare: esemplificazione.	22/10/2002	Laura Piatti
Gli aspetti fiscali degli strumenti finanziari.	23/10/2002	Spartaco Rossi
I centri <i>off-shore</i> e la fiscalità internazionale.	24/10/2002	Spartaco Rossi
Il marketing dei servizi finanziari.	25/10/2002	Antonio Proto

3.

Specializzazione in servizi turistici e di ristorazione			
<i>(dal 23 Settembre al 25 Ottobre 2002)</i>			
	Temi	Data	Docente
Specializzazione in servizi turistici e di ristorazione	La struttura della domanda e dell'offerta turistica.	23/09/2002	Piero Baroncini
	Il marketing territoriale, il ruolo delle istituzioni, la promozione culturale.	24/09/2002	Marco Cestari
	Viaggi, saperi e sapori. Domanda ed offerta multifruibili.	25/09/2002	Marco Cestari
	L'acquirente: motivazioni, aspettative, atteggiamenti.	26/09/2002	Piero Baroncini
	La segmentazione e il posizionamento del prodotto turistico.	27/09/2002	Piero Baroncini
	La scelta dei canali di distribuzione per la vendita dei servizi offerti dalle imprese turistiche (le caratteristiche dell'attività di marketing per il collocamento sul mercato dei servizi turistici).	30/09/2002	Marco Cestari
	Le caratteristiche operative dei <i>tour organizer</i> come fattori distintivi del canale medio. L'attività di marketing.	01/10/2002	Marco Cestari
	Cenni sulle condizioni competitive e sui modelli di formazione dei prezzi di vendita nel settore turistico. I caratteri dell'azione di marketing svolta per vendere i servizi turistici attraverso il canale corto.	02/10/2002	Marco Cestari

Qualità e soddisfazione: strumenti teorici per i processi di segmentazione e analisi delle <i>performance</i> (I).	03/10/2002	Piero Baroncini
Qualità e soddisfazione: strumenti teorici per i processi di segmentazione e analisi delle <i>performance</i> (II).	04/10/2002	Piero Baroncini
Terminologia e contenuto dell'attività promozionale: la pubblicità, la pubblicità redazionale (<i>publicity</i>).	07/10/2002	Marco Cestari
L'attività promozionale: le pubbliche relazioni, la promozione delle vendite, l'attività diretta di vendita.	08/10/2002	Marco Cestari
L'attività promozionale svolta dall'organizzazione turistica pubblica. Lineamenti di comportamento decisionale del consumatore turistico e variabili relazionali-multiculturali nella comunicazione di servizi e prodotti turistici.	09/10/2002	Marco Cestari
L'ammontare dell'investimento promozionale e la sua ripartizione fra le aree di origine del flusso turistico. Pubblicità inserzionistica e pubblicità redazionale.	10/10/2002	Marco Cestari
La creazione di <i>tour operator</i> dei paesi ricettori nei paesi di origine del flusso turistico. La promozione delle vendite come sistema. Tipo di organizzazioni e competenze di marketing.	11/10/2002	Marco Cestari
Qualità e soddisfazione: strumenti teorici per i processi di segmentazione e analisi delle <i>performance</i> (III).	14/10/2002	Piero Baroncini
Ricerche su domanda e offerta per individuo, classificazione e graduazione caratteristiche generali, economiche e tecniche dei servizi turistici sul mercato internazionale. Individuazione, selezione e classificazione dei venditori: organizzazione di offerta, ruoli e competenze di marketing.	15/10/2002	Marco Cestari
Il <i>franchising</i> nella distribuzione turistica.	16/10/2002	Marco Cestari
Metodi qualitativi (laboratorio): le metodologie qualitative per la progettazione e la valutazione dei servizi.	17/10/2002	Piero Baroncini
Cenni sull'applicazione della tecnica delle ricerche di mercato per lo studio della domanda turistica.	18/10/2002	Marco Cestari
Il sistema dei trasporti urbani ed interurbani di comunicazione ed il governo dei flussi turistici. Il turismo d'arte.	21/10/2002	Carlo Andrea Poncelet
Il sistema dei trasporti. Caratteristiche e regolazione del trasporto aereo.	22/10/2002	Massimo Chieli, Nicola Puvia
Le imprese di ristorazione e di <i>catering</i> (I).	23/10/2002	Giorgio Quarto
Le imprese di ristorazione e di <i>catering</i> (II).	24/10/2002	Giorgio Quarto
Il sistema dei trasporti. Caratteristiche e regolazione del trasporto ferroviario.	25/10/2002	Claudio Corti, Walter Seghizzi

4.

Strumenti di management			
<i>(dal 4 al 28 Novembre 2002)</i>			
	Temi	Data	Docente
Strumenti di management	Emozioni e strumenti dell'esprimersi in pubblico (I).	04/11/2002	Piero Baroncini
	Sistemi Informativi (I).	05/11/2002	Antonio Cordella
	Sistemi Informativi (II)..	06/11/2002	Antonio Cordella
	Emozioni e strumenti dell'esprimersi in pubblico (II).	07/11/2002	Piero Baroncini
	Emozioni e strumenti dell'esprimersi in pubblico (III).	08/11/2002	Piero Baroncini

I contratti di lavoro e la loro specifica gestione (bancari, commercio, turismo) (I).	11/11/2002	Luigi Ardesi
I contratti di lavoro e la loro specifica gestione (bancari, commercio, turismo) (II).	12/11/2002	Luigi Ardesi
Il rapporto <i>front-line</i> con la clientela e la loro gestione	13/11/2002	Piero Baroncini
Ambiente e sicurezza (<i>safety and security</i>): i problemi organizzativi.	14/11/2002	Luigi Golzio
La BCE, l'Eurosistema, la Politica Monetaria Europea.	15/11/2002	Elisabetta Gualandri
Elementi di analisi dei mercati finanziari: guida alla lettura della stampa specializzata e alle informazioni sul Web.	18/11/2002	Elisabetta Gualandri
La gestione del rapporto diretto (sportello, <i>reception</i> , telefono). Emozioni e strumenti dell'esprimersi in pubblico (IV).	19/11/2002	Piero Baroncini
La tutela degli investitori e dei consumatori. Il ruolo dell'Authority. Le	20/11/2002	Francesco Vella,

organizzazioni dei consumatori.		Simonetta Cotterli
I sistemi di <i>corporate governance</i> (I).	21/11/2002	Gualtiero Di Re
I sistemi di <i>corporate governance</i> (II).	22/11/2002	Gualtiero Di Re
L'azionariato dei dipendenti.	25/11/2002	Piero Baroncini
Le reti di impresa. <i>Outsourcing</i> . Sistemi di governo delle reti.	26/11/2002	Luigi Golzio
Caso/Esercizio (preparazione).	27/11/2002	Piero Baroncini, Francesco Giovanardi
Caso/Esercizio (discussione).	28/11/2002	Piero Baroncini, Francesco Giovanardi



Il Decreto 509 precisa al punto 1. l) dell'Art. 1 che si intende "per credito formativo universitario, la misura del volume di lavoro di apprendimento, compreso lo studio individuale, richiesto allo studente ... per l'acquisizione di conoscenze ed abilità ...". A partire dalla parola inglese *credit*, usata da tempo nei sistemi di istruzione anglosassoni per designare il valore di un'unità formativa, acquisita dallo studente, si è parlato inizialmente in Italia di crediti 'accademici' o 'didattici'. Per sottolineare l'unità del sistema formativo nel suo insieme, che comprende quindi la formazione universitaria come quella professionale e quella permanente, ecc., la Riforma propone il nuovo termine 'credito formativo universitario'.



DOCENTI (II Edizione del Master)

1) DIREZIONE E PROGETTAZIONE

CHI E'?	CHE COSA FA?	AL MASTER...
LUIGI GOLZIO golzio@unimo.it	Professore Ordinario di Organizzazione del Lavoro presso la Facoltà di Economia dell'Università di Modena e di Reggio Emilia; docente della SDA - Scuola di Direzione Aziendale dell'Università L. Bocconi di Milano. Consulente, formatore e <i>partner</i> di Faber - SMG. <i>Service Management Group</i> Italia. Ha approfondito gli studi ad Harvard. Partecipa a progetti internazionali di ricerca e di sviluppo dell'organizzazione dei servizi con R. Normann, C. Grönroos ed E. Friedberg.	E' il direttore del corso. In aula interviene sui temi della progettazione organizzativa, dello sviluppo delle competenze, di sistemi operativi del personale e di meccanismi di coordinamento interno. E' il referente istituzionale, a Modena, per tutti i partecipanti al corso.
PIERO BARONCINI free@fabersmg.it	Professore a contratto alla Facoltà di Economia dell'Università di Modena e Reggio Emilia. Associato CRORA - Centro di Ricerca sull'Organizzazione Aziendale, Università L. Bocconi di Milano. Presidente di Faber – SMG <i>Service Management Group</i> Italia, collabora ai progetti formativi e di consulenza con R. Normann, C. Grönroos, P. Eiglier, M. Crozier e E. Friedberg.	In aula si occupa di modelli di organizzazione delle imprese di servizi. E' il responsabile della progettazione didattica, dei sistemi di relazioni che l'impresa intrattiene all'esterno e che crea all'interno attraverso la propria cultura, e di comportamenti manageriali. Interviene inoltre sui temi della comunicazione e dell'apprendimento, dell'organizzazione per processi, del <i>marketing</i> dei servizi, e della <i>net-economy</i> . Fornisce una visione di insieme e trasversale del <i>management</i> dell'impresa di servizi. E' il referente nei rapporti tra i partecipanti e le imprese coinvolte nel processo di apprendimento e negli <i>stages</i> e sovrintende alla stesura dei progetti formativi seguendo i partecipanti durante tutto l'iter del loro apprendimento.
ELISABETTA GUALANDRI gualandri@unimo.it	Professore Ordinario di Economia degli Intermediari Finanziari presso la Facoltà di Economia dell'Università di Modena e Reggio Emilia.	E' responsabile della specializzazione in consulenza finanziaria. Durante il corso base e durante il corso di specializzazione affronta i temi della finanza aziendale, della pianificazione finanziaria e dell'uso dei canali, anche virtuali, degli intermediari finanziari.

2) DOCENTI DI RIFERIMENTO PER I MODULI DIDATTICI

CHI E'?	CHE COSA FA?	AL MASTER...
MARCO CESTARI mc5175@mclink.it	Consulente di <i>Marketing</i> turistico. <i>MBA</i> presso <i>Travel Industry Management School Hawaii University</i> .	Tratta le caratteristiche generali, economiche e tecniche dei servizi turistici sul mercato internazionale e dell'organizzazione dell'offerta (il <i>franchising</i> nella distribuzione turistica). Inoltre si occupa dell'applicazione delle ricerche di mercato

		per lo studio della domanda turistica nei mercati domestici e nei mercati internazionali.
GIOVANNA GALLI galli@mail.unimo.it	Professore Associato di <i>Marketing e Distribuzione</i> presso la Facoltà di Economia dell'Università di Modena e Reggio Emilia.	Si occupa di distribuzione commerciale al dettaglio. Durante il corso si occupa di fornire un quadro di insieme sullo sviluppo delle imprese di distribuzione commerciale. Le aree di interesse riguardano anche l'utilizzo di strumenti operativi (<i>database di marketing e software</i> statistici) per l'analisi delle <i>performance</i> , della qualità e della soddisfazione del cliente.
GIANLUCA MARCHI marchi@unimo.it	Professore Associato di Economia e Gestione delle Imprese presso la Facoltà di Economia dell'Università di Modena e Reggio Emilia.	Approfondisce i temi della distribuzione commerciale e del marketing (<i>marketing mix management</i> ed il <i>marketing</i> relazionale). Nel corso della specializzazione commerciale si occupa dei rapporti industria-distribuzione, della logistica distributiva e dell'evoluzione del <i>buying</i> nel commercio al dettaglio (<i>category management</i>).
MARCELLO TEDESCHI tedeschi@unimo.it	Ricercatore e docente di <i>Marketing</i> presso la Facoltà di Economia dell'Università di Modena e Reggio Emilia.	Si occupa principalmente di <i>service marketing</i> e dello studio dei comportamenti di acquisto dei consumatori in base all'approccio cognitivista. Nel corso della prima edizione ha approfondito questi temi, in particolare, nell'ambito della specializzazione nel settore turistico.

3) DOCENTI PER L'APPROFONDIMENTO DI TEMI SPECIFICI

CHI E'?	CHE COSA FA?	AL MASTER...
LUIGI ARDESI	Consulente e formatore nelle aree di Organizzazione, Personale e Controllo.	Esperto dei sistemi di relazioni sindacali, approfondisce la disciplina del lavoro nel settore commerciale, bancario e turistico.
GUIDO BAGLIONI	Professore Ordinario di Sociologia Generale nell'Università Statale di Milano-Bicocca. Direttore della Rivista "L'impresa al plurale – Quaderni della partecipazione".	Si occupa di relazioni di lavoro e sindacali, dei modelli partecipativi di organizzazione, di azionariato dei dipendenti e di <i>corporate governance</i> .
MARCO BIGELLI	Professore Associato di Finanza aziendale all'Università di Bologna.	Si occupa della gestione del portafoglio titoli attraverso l'analisi tecnica e l'analisi fondamentale.
RICCARDO CALAMANDREI	Consulente nel gruppo Fininvest ed in Mediaset per le problematiche della contrattazione collettiva e della previdenza integrativa.	Approfondisce le problematiche del mercato interno del lavoro in Italia, analizzando i sistemi di classificazione formali ed informali, i sistemi contrattuali ed i principali contratti di lavoro.
MASSIMO CHIELI	Dopo una lunga esperienza nell'attività di sviluppo delle competenze del personale, oggi è amministratore	Approfondisce i temi dell'erogazione dei servizi

	delegato di Alitalia Express, Roma.	nel trasporto e delle caratteristiche della regolazione del trasporto aereo.
ANTONIO CORDELLA	Docente alla London School of Economics and Political Science, Londra; docente all'HEC di Parigi, al Master in Enterprise Innovation, Trento; ricercatore all'Università degli Studi di Bologna.	Si occupa di sistemi informativi aziendali e dei criteri di progettazione. In particolare, approfondisce le tecnologie di coordinamento: i sistemi di dati, i sistemi di supporto alle decisioni e i sistemi di informazione strategica.
CLAUDIO CORTI	Direttore Divisione Infrastruttura delle Ferrovie Federali Svizzere, Regione Ticino.	Si occupa di sistemi di trasporto ferroviario, approfondendone gli aspetti di regolamentazione e di gestione dei servizi (<i>core</i> e accessori) nell'ambito del rapporto tra domanda e offerta turistica.
SIMONETTA COTTERLI	Ricercatore di Diritto Bancario presso l'Università di Modena e Reggio Emilia.	Approfondisce, nell'ambito finanziario, le problematiche dei contratti con gli investitori e della responsabilità degli intermediari verso la clientela.
CHIARA DELLA BELLA	Professore Associato di Finanza Aziendale presso la Facoltà di Economia dell'Università di Modena e Reggio Emilia.	Si occupa delle analisi finanziarie previsionali. In particolare, di programmazione finanziaria a breve e a medio termine e dell'utilizzo e del <i>budget</i> finanziario.
GUALTIERO DI RE	Dottore in Giurisprudenza, Master in Diritto Internazionale (LLM) presso la London School of Economics. Collaboratore dello Studio Legale Gianni, Origoni, Grippo & Partners Linklaters & Alliance, Milano. Segretario del Comitato Scientifico della FIADA (Federazione Italiana delle Associazioni di Dipendenti Azionisti).	Si occupa dei sistemi di <i>corporate governance</i> . Approfondisce il quadro normativo delle società di capitali e le dinamiche del controllo della proprietà azionaria nelle S.p.A.
MARIELLA FRANCHINI	Docente di Programmazione e Controllo presso il dipartimento di Economia Aziendale dell'Università di Modena e Reggio Emilia.	Nell'ambito delle aree di Controllo, Amministrazione e Finanza approfondisce le tematiche relative ai criteri di riclassificazione patrimoniale, agli indici di bilancio e al rendiconto finanziario.
ELISA MARTINELLI	Ricercatore di Economia e gestione delle imprese commerciali presso il dipartimento di Economia Aziendale dell'Università di Modena e Reggio Emilia.	Si occupa dell'evoluzione delle imprese commerciali nel contesto italiano (in particolare le forme associative) approfondendo il <i>trade marketing</i> e i rapporti tra industria e G.D.O.
CHIARA ORSINGER	Professore Associato di <i>Marketing</i> presso la Facoltà di Economia del turismo dell'Università di Rimini. Ha conseguito il PhD in Scienze dell'Amministrazione all'Institut d'Administration des Entreprises di Aix-en-Provence. Collabora attualmente con P. Eigler.	Le sue aree di interesse riguardano il <i>management</i> delle imprese di servizi e in particolare lo studio del comportamento del consumatore e la gestione della qualità nei servizi.
LETIZIA PATRONI NEGRI	Docente di Economia Aziendale ed autrice dei principali testi di Ragioneria ed Economia Aziendale. Ha assunto diverse cariche sociali presso il Gruppo Credito Valtellinese, di cui è stata anche Presidente.	Approfondisce le tematiche relative alla lettura del bilancio in chiave manageriale, con particolare riferimento all'evoluzione dell'informativa aziendale, all'analisi dei

		documenti del sistema informativo di bilancio e ai principi contabili di valutazione.
FRANCESCO PATTARIN	Collaboratore ad attività di ricerca al Dipartimento di Economia Aziendale della Facoltà di Economia dell'Università di Modena e Reggio Emilia. Dottore di Ricerca in Economia presso l'Università di Roma "La Sapienza". MSc Finance presso il Birkbeck College della University of London.	Nell'ambito dell'area finanziaria, tratta della valutazione della <i>performance</i> dei portafogli attraverso l'analisi rischio/rendimento e l'utilizzo del <i>benchmark</i> .
MASSIMO PILATI	Professore Associato di Organizzazione Aziendale. Docente di Organizzazione del Lavoro e di Organizzazione e Gestione delle Risorse Umane presso l'Università L. Bocconi. Responsabile dell'Area Economia delle Aziende Turistiche nell'ambito del corso di perfezionamento in "Economia del Turismo".	Si occupa dei comportamenti manageriali in azienda e dei rapporti capo-collaboratore, analizzando i diversi stili di <i>leadership</i> nell'ambito delle organizzazioni aziendali.
CARLO ANDREA PONCELET	Mobility Manager al Comune di Modena.	Approfondisce le tematiche riguardanti il sistema dei trasporti urbani ed interurbani ed il governo dei flussi turistici.
CLAUDIO PORZIO	Professore Straordinario di Economia degli Intermediari Finanziari all'Università degli Studi Parthenope, Napoli. Docente di Economia degli Intermediari Finanziari ed Assicurativi presso la SDA – Scuola di Direzione Aziendale dell'Università L. Bocconi di Milano.	Si occupa delle decisioni di investimento e della gestione del portafoglio del cliente. Approfondisce, inoltre, gli aspetti della gestione del rapporto fiduciario e degli investimenti nei mercati internazionali.
ANTONIO PROTO	Professore Associato di Economia degli Intermediari Finanziari all'Università Ca' Foscari di Venezia.	Si occupa del <i>marketing</i> applicato ai servizi finanziari.
GIANCARLO PROVASI	Preside della Facoltà di Economia all'Università di Brescia.	Tratta delle problematiche riguardanti il mercato del lavoro, con particolare riferimento alle specificità dei servizi, approfondendone gli aspetti di flessibilità e sicurezza.
NICOLA PUVIA	Capo Area di Alitalia, Aeroporto di Bologna.	Approfondisce i temi dei sistemi di offerta e delle relazioni di distribuzione nel mercato di trasporto aereo.
GIORGIO QUARTO	Amministratore Delegato alle Risorse Umane di Chef Italia, Milano.	Si occupa della gestione delle imprese di ristorazione e di <i>catering</i> , analizzandone il modello di servizio.
MAURIZIO RAGNO	Dottore commercialista. Collaboratore di Andersen Legal – Milano.	Si occupa di diritto dei mercati finanziari, in particolare della disciplina dei mercati regolamentati e della quotazione in borsa.
SPARTACO ROSSI	Dottore commercialista in Milano. Svolge attività di consulenza fiscale per lo Studio Legale Gianni, Origoni, Grippo & Partners Linklaters & Alliance.	Approfondisce gli aspetti fiscali degli strumenti finanziari, in particolare analizzando i centri <i>off-shore</i> e la fiscalità internazionale.
WALTER SEGHIZZI	Assistente del Direttore Divisione Infrastruttura delle Ferrovie Federali Svizzere, Regione Ticino.	Si occupa di sistemi di trasporto ferroviario, approfondendone gli aspetti di regolamentazione e di gestione dei servizi (<i>core</i> e accessori)

		nell'ambito del rapporto tra domanda e offerta turistica.
FRANCESCO VELLA	Professore Ordinario di Diritto Commerciale all'Università di Modena e Reggio Emilia.	Tratta delle problematiche riguardanti il mercato finanziario, in particolare la disciplina giuridica degli intermediari e degli investitori.
VALERIA VENTURELLI	Dottore di ricerca in Mercati finanziari presso l'Università Cattolica Sacro Cuore di Milano. Docente a contratto presso l'Università di Modena e Reggio Emilia.	Approfondisce le tematiche relative alle tipologie degli strumenti finanziari e al loro sviluppo nei mercati telematici.

style="padding-left: 3.5pt; padding-right: 3.5pt; padding-top: 0cm; padding-bottom: 0cm" height="110">

MICHELE QUINTANO

Professore Associato di Economia e Gestione delle Imprese e Docente di *Marketing* presso la Facoltà di Giurisprudenza dell'Università degli Studi di Napoli Parthenope. Docente di *International Marketing Strategies* presso l'ESADE (Escuela Superior de Administración Y Dirección de Empresas) di Barcellona, Spagna.

Le sue aree di interesse riguardano le leve del *marketing mix* applicate ai servizi, in particolare le promozioni. Approfondisce gli aspetti relativi al posizionamento di prodotti/servizi problematici e all'implementazione delle nuove forme distributive.

MAURIZIO RAGNO

Dottore commercialista. Collaboratore di Andersen Legal – Milano.

Si occupa di diritto dei mercati finanziari, in particolare della disciplina dei mercati regolamentati e della quotazione in borsa.

SPARTACO ROSSI

Dottore commercialista in Milano. Svolge attività di consulenza fiscale per lo Studio Legale Gianni, Origoni, Grippo & Partners Linklaters & Alliance.

Approfondisce gli aspetti fiscali degli strumenti finanziari, in particolare analizzando i centri *off-shore* e la fiscalità internazionale.

ENZO RULLANI

Professore Ordinario di Strategie d'impresa presso la Facoltà di Economia dell'Università di Venezia.

Esperto delle tematiche riguardanti le reti di imprese e i distretti industriali italiani. Si occupa di *outsourcing* e delle modalità di organizzazione delle attività di servizio alle imprese.

WALTER SEGHIZZI

Assistente del Direttore Divisione Infrastruttura delle Ferrovie Federali Svizzere, Regione Ticino.

Si occupa di sistemi di trasporto ferroviario, approfondendone gli aspetti di regolamentazione e di gestione dei servizi (*core* e accessori) nell'ambito del rapporto tra domanda e offerta turistica.

GIOVANNI SOLINAS

Professore Associato di Economia Applicata presso il Dipartimento di Economia Politica della Facoltà di Economia dell'Università di Modena e di Reggio Emilia.

Si occupa di macroeconomia, e approfondisce le problematiche del mercato del lavoro in Italia ed in Europa e delle sue specificità nel settore dei servizi.

MICHELE TIRABOSCHI

Ricercatore in Diritto del Lavoro presso l'Università di Modena e di Reggio Emilia.

Si occupa delle regole del diritto del lavoro e delle problematiche della disciplina italiana.

FRANCESCO VELLA

Professore Ordinario di Diritto Commerciale all'Università di Modena e Reggio Emilia.

Tratta delle problematiche riguardanti il mercato finanziario, in particolare la disciplina giuridica degli intermediari e degli investitori.

VALERIA VENTURELLI

Dottore di ricerca in Mercati finanziari presso l'Università Cattolica Sacro Cuore di Milano. Docente a contratto presso l'Università di Modena e Reggio Emilia.

Approfondisce le tematiche relative alle tipologie degli strumenti finanziari e al loro sviluppo nei mercati telematici.

MARINA VIGNOLA

Dottore di ricerca in Intermediari Finanziari e Impresa all'Università di Modena e Reggio Emilia.

Approfondisce i temi dell'utilizzo del bilancio di esercizio in chiave manageriale, in particolare della classificazione del bilancio per flussi.

GIUSEPPE VITO

Professore Ordinario di Economia e Gestione delle Imprese all'Università degli Studi Parthenope di Napoli. Direttore dell'IRAT – CNR, Istituto di Ricerche sulle Attività Terziarie del Consiglio Nazionale delle Ricerche di Napoli

Si occupa delle imprese di trasporto e della loro evoluzione in ambito internazionale. Tratta dei rapporti tra le imprese industriali e le società fornitrici di servizi logistici.



Casi di studio (1a edizione)

CASO	TEMA
IKEA	La logica di creazione del valore: l'offerta di servizi alla clientela.
Ryder System	Le politiche di crescita dell'impresa. I nuovi fattori di competitività nell'economia post industriale.
Mc Kesson: La fabbrica del software	L'ampliamento nell'offerta di servizi. Rete e tecnologia per accrescere il servizio.
Domino's Pizza	Ristorazione: un modello di <i>service management</i> .
La finestra sul cortile	Analisi di un modello di servizio.
Il Ristorante Frères Troigros	Un modello di <i>service management</i> e di gestione della partecipazione del cliente.
Questionario di autovalutazione: stili di <i>problem solving</i>	Le dinamiche dell'apprendimento organizzativo e dei ruoli nei <i>team-work</i> .
Analisi di figure professionali	Le competenze di servizio e la <i>personnel idea</i> .
Wendy's Hamburgers	Lo <i>script</i> ed i modelli cognitivi nelle relazioni di servizio.
Colloquio di un MBA	
Loose Talk	
La S.A.P. – Superette Associate Pisane	Le strutture organizzative e le razionalità di progettazione organizzativa.
Bertocchi S.p.A	
Esercitazione: In quale modello riconoscersi	L'organizzazione per funzioni e per processi.
Hub and Spokes	Il <i>project management</i> .
Esercitazione: Il naufragio	Sistemi di decisione e di <i>problem solving</i> . Le decisioni ed il lavoro di gruppo.
Caso: La squadra corse	La valutazione dei dati e le strategie euristiche di decisione nei casi di incertezza.
Primtex: role playing (Bussi e Sarti)	Le relazioni capo-collaboratore.
Consolidated Drugs	Il <i>management</i> : il potere decisionale. La delega. I comportamenti politici.
Caso Fée Electricque	I meccanismi di coordinamento interni e le dinamiche del potere organizzativo.
Caso: la Segreteria Studenti	Il ruolo del cliente e l'organizzazione della sua partecipazione al sistema d'erogazione.
La Nuova Filatura: "Venditore maglie e calzini"	Il <i>marketing mix management</i> ed il <i>marketing</i> relazionale.
Interrent	La qualità percepita dal cliente ed i modelli d'analisi e misurazione.
Esercizio/laboratorio sui conflitti nelle decisioni di marketing	Il comportamento d'acquisto: una prospettiva cognitiva delle scelte e del giudizio.
Atlas	Relazioni col mercato. Qualificazione della domanda e dell'offerta di servizi.
Ipercoop - I portali	Analisi della soddisfazione della clientela. La <i>Critical Incident Technique</i> .
La Ottomani	<i>Marketing</i> dei servizi: le relazioni di vendita.
Eurodisney	Fattori di insuccesso nella sperimentazione in nuovi mercati di modelli competitivi di successo nel mercato di origine.
Caso: L'approccio multi – step	Il prezzo e le sue percezioni nei servizi.
Hotel Prisma	La segmentazione della clientela. Lo sviluppo di pacchetti di servizi ad hoc per i clienti obiettivo.
Betaprona Hotel	
Carrefour	Sviluppo e successo della marca commerciale.
	Marketing strategico e posizionamento: elementi di successo e di insuccesso.

Sector	
Esercitazione: Prima di parlare al microfono; Esercitazione: Comunicazione: un decalogo	Gli elementi dinamici e percettivi del processo di comunicazione.
Tylenol e Three Miles Island	La comunicazione organizzativa: la gestione dell'immagine aziendale nei casi di crisi.
Amazon	Il mercato virtuale: i nuovi strumenti della competizione fra imprese.
FedEx	L'uso di <i>internet</i> come leva del vantaggio competitivo.
Esercitazioni sulla comunicazione linguistica	La comunicazione linguistica. I canali della comunicazione. La forma linguistica.
Esercitazioni sull' "inventario". Autopresentazione: l'elaborazione e la disposizione degli argomenti	L'esprimersi in pubblico: metodi e strumenti linguistici e cognitivi. Analisi dell'interlocutore e scelta di dati ed informazioni.
Albergo Miramare	La <i>personnel idea</i> . Il rapporto capo-collaboratore. Lo stile di <i>leadership</i> .
Coca Cola	I sistemi ed i modelli di equità e di fiducia nella relazione con il cliente nei processi comunicativi.
La moto padana	I sistemi della motivazione ed il loro legame con gli elementi culturali in cui l'azienda si sviluppa.
Medical Equipment	La flessibilità organizzativa e la flessibilità formale.
Esercizio: Leadership per l'integrazione	<i>Leadership</i> : la dimensione cooperativa. Strategia e comunicazione. Le forme di promozione pubblicitaria.
Caso: Una situazione ingarbugliata	La comunicazione pubblicitaria.
La Klasse A	La gestione dell'immagine aziendale nelle situazioni di crisi.
Esercizio: Valutare le caratteristiche individuali in relazione al ruolo ed alla famiglia professionale d'appartenenza: analisi comune di alcune figure professionali	Lo sviluppo delle competenze. I modelli di competenza <i>resource-based</i> .
Zitex	I sistemi di relazioni sindacali.
Casi: sentenze e commenti	Le regole del diritto del lavoro.
Zanussi	I modelli partecipativi e le relazioni fiduciarie.
Supermercati Fortuna	<i>Marketing</i> interno e sistemi operativi del personale. I sistemi di sviluppo del personale. Il <i>coaching</i> .
Domenico Pallotta	Relazioni sindacali. I sistemi di classificazione e la loro evoluzione in Italia.
La Balilla Presentazione della Tortlein Service	Le relazioni negoziali. La comunicazione nell'attività promozionale e di vendita.
Scegliere competenze	La comunicazione interna. I sistemi di selezione.
Esercizio sulle retribuzioni	I sistemi di compenso.
Editoriale S. Giorgio	Il mercato interno del lavoro. I sistemi di classificazione formali ed informali. La parte variabile della retribuzione.
Il Buyer	Le nuove competenze nella negoziazione degli acquisti nella distribuzione.
Anheuser-Bush	Un caso di restrizioni territoriali nella distribuzione della birra.
La Gap	Una strategia di successo tra i <i>retailer</i> . Le vendite per corrispondenza.
Esercitazione: il lancio di un nuovo punto di vendita	Le promozioni.
La Piripik	Le relazioni con le reti di vendita agenziali.
Home Depot	I modelli di vendita al dettaglio ed all'ingrosso.
Corticella	Il riposizionamento del prodotto. La scelta degli strumenti e la definizione della nuova <i>mission</i> .

American Airlines e Southwest Airlines	Il confronto tra due differenti sistemi di coordinamento e di gestione dei collaboratori entrambi di successo.
Esercizio: la proprietà immobiliare	La negoziazione commerciale.
Caso: Crescere insieme ai partner	Le differenti forme di <i>e-commerce</i> e di reti virtuali.
Thistle Hotels	Il <i>branding</i> e il riposizionamento dell'immagine aziendale nelle reti alberghiere.
La distribuzione di piastrelle in ceramica	Le strutture della distribuzione di largo consumo in Italia ed in Europa.
Analisi del costo di distribuzione per reparti di vendita	Il sistema contabile. Contabilità generale e analitica.
Marks & Spencer	La negoziazione d'acquisto. Le alleanze strategiche nella distribuzione commerciale.
Gruppo Coin	La lettura del bilancio in chiave manageriale.
Ata Hotels	
Analisi bilanci bancari	Il sistema finanziario, il credito e l'azienda bancaria.
Analisi bilanci bancari (cont.)	I modelli di intermediazione e di <i>customer relationship</i> .
Idraulica Polesana	I modelli di sviluppo e di crescita delle piccole imprese. La forma organizzativa.
Terme di Salsomaggiore	Il bilancio per flussi.
La Rinascente	La pianificazione finanziaria di medio termine.
Il processo formativo in aula master	Competenze e processi di lavoro.
Un processo di vendita o di erogazione di servizio.	La critica ed una moderna rilettura delle logiche di <i>business process reengineering</i> .
Vandelay	Le tecnologie di coordinamento: sistemi di dati, sistemi di supporto alle decisioni, sistemi di informazione strategica e creazione di contesti d'apprendimento.
Analisi e misurazione per processi	I processi di servizio - analisi e misure.
Analisi di un sito web	L'efficacia del <i>web marketing</i> .
Caso Sicurpaga: La contabilità transazionale	
Vacanza in un villaggio turistico	Il controllo dei costi per processi (<i>Activity Based Costing</i>).
Individuare e stabilire le priorità d'intervento sui servizi logistico-commerciali	La logistica distributiva.
Uno Statuto di Società per Azioni	I sistemi di <i>corporate governance</i> .
Eni Statuto	I sistemi di <i>corporate governance</i> .
Fiart Mare S.p.A. .	La produzione flessibile nella nautica da diporto: l' <i>outsourcing</i> e i sistemi di relazione dell'impresa nel contesto di origine.
Il Caso Alitalia	L'azionariato dei dipendenti. Forme di partecipazione.
Il caso Albert Heijn	Vantaggi e svantaggi nelle scelte multicanale del posizionamento dei punti vendita. La pianificazione degli assortimenti basata su un approccio di <i>category management</i> .
La centrale CONAD s.c.ar.l	L'evoluzione della distribuzione organizzata (D.O).
Caso La Rinascente	Lo sviluppo di una catena multiformat.

Wal-Mart	Lo sviluppo della principale catena distributiva americana in Gran Bretagna.
Il caso del sorbetto analcolico	L'inserimento di un nuovo prodotto negli assortimenti della G.D.O.
Display merceologico: linea soft drink	Le scelte di lay-out all'interno del punto vendita.
Esercitazione: determinazione dei margini di ricarico e dei prezzi di vendita nella G.D.O.	Il posizionamento dei punti di vendita e la gestione degli assortimenti.
Il caso "Carta Insieme"	Lo sviluppo delle <i>fidelity card</i> nel <i>grocery</i> .
The Body Shop	I comportamenti di acquisto: i valori sociali in uno <i>store</i> .
Il caso ipermercato Bellacquist	Metodi di segmentazione e di analisi della <i>performance</i> .
I Protocolli verbali	Misure della <i>performance</i> della G.D.O. La soddisfazione della clientela. La mappa cognitiva.
Analisi degli episodi ricordati dalla clientela riguardanti il personale di contatto	La <i>Critical Incident Technique</i> .
Marks & Spencer ad Hong Kong	L'influenza dei fattori culturali e del contesto ambientale nello sviluppo delle catene distributive all'estero.
Safeway	Il modello di gestione del canale di fornitura della grande distribuzione. Il riassetto strategico della funzione logistica.
Homo Style	La vendita tramite internet: concorrenzialità tra canali reali e virtuali. Il <i>web marketing</i> .
Esercitazione: I fondi	Analisi degli OICR (organismi d'investimento collettivi del risparmio).
Esercitazione: I derivati	L'utilizzo dei derivati come strumento di copertura finanziaria.
Caso: La CoopLatte	Esercizi di mappatura per la determinazione dei comportamenti di acquisto.
Calbi S.r.l.	I servizi di <i>marketing</i> delle aziende commerciali all'ingrosso.
New General Import Srl	
Sviluppo del project CIS	Progetti per lo sviluppo dei servizi alla clientela nelle strutture dell'ingrosso.
Il Tari	Il marketing per le imprese di distruzione all'ingrosso.
Orbiter S.p.A.	La gestione della rete commerciale nel canale corto.
Milkasud S.p.A.	
Il caso Pam	Logistica e piattaforme. I centri di distribuzione.
Chiquita - Motta	I rapporti industria-distribuzione. L'ECR in Italia.
Zello S.p.A.	La rete di distribuzione di servizi post-vendita.
La Auto-Service	La rete di vendita: i modelli di negoziazione commerciale.
Le vacanze WaYmark	La struttura della domanda e dell'offerta turistica.
Il caso di Goteborg & Co	Lo sviluppo del settore turistico in un'area a vocazione industriale.
Tour operator "Last Minute One"	Un modello di gestione di servizi turistici.
L'Arena di Verona	La segmentazione per il posizionamento del prodotto turistico.
Esercitazione: Interviste - Indagine sul servizio Fiera Campionaria di Covo	Metodi per la valutazione della soddisfazione della clientela.
Esercitazione: Interviste agli utenti del museo	La valutazione della performance e della qualità percepita dal cliente.
Esercitazione: Quasi un derby in serie B: Modena-Napoli	L'attività di marketing per il collocamento dei servizi turistici nel canale lungo.
Finnair Travel Services	Le caratteristiche operative dei <i>tour organizer</i> nel canale medio.
Scandinavian Leisure Group	La vendita dei servizi turistici attraverso il canale corto. I caratteri dell'azione di <i>marketing</i> .
La destinazione di Murren (CH)	Il posizionamento di una stazione turistica.
Orizzonti	La pubblicità redazionale nel turismo.
Studiosus Reisen	Le attività promozionali nel settore turistico.
Andante Travels	L'organizzazione dell'offerta turistica e le attività promozionali.
Vasco Travel	

TUI Group	L'attività promozionale svolta dall'organizzazione turistica pubblica.
Viaggi del Ventaglio	L'attività promozionale dei <i>tour operator</i> . I vincoli agli investimenti e la ripartizione tra le iniziative di promozione dei servizi offerti.
Thomson Travel Group	La creazione di <i>tour operator</i> dei paesi ricettori nei paesi di origine del flusso turistico.
Il marketing plan di un Tour Operator di piccole dimensioni	La determinazione delle caratteristiche dei servizi turistici per il mercato internazionale. L'organizzazione dell'offerta.
Eclipse	Il <i>franchising</i> nel settore turistico.
Moby Lines	Metodologie di analisi della domanda dei servizi turistici.
Monte Spicco	
Bad Hofgastein	Lo studio della domanda dei servizi turistici. Le ricerche di mercato.
Esercitazione: Mappatura dei modelli di ristorazione	I modelli di servizi nella ristorazione e l'orientamento al cliente.
Il Chandler's Restaurant	Organizzazione e controllo di un'impresa di ristorazione.

Una giornata tipo in aula Master



Dal Lunedì al Venerdì si terranno le lezioni dalle ore 9.00 alle ore 18.00.

Nella mattinata (ore 9.00-13.00) saranno esposti i modelli di analisi delle aree di interesse relativi ai moduli didattici attraverso una discussione interattiva fra tutti i partecipanti.

Le ore pomeridiane (ore 14.00-16.00) saranno dedicate ai casi aziendali, da analizzare in gruppi di lavoro, e che verranno discussi in aula coordinati dal docente. In alternativa vi saranno incontri con manager di aziende che testimonieranno, tramite la loro esperienza, i modelli di analisi presentati.

Le ultime ore della sezione di lavoro (ore 16.00-18.00) saranno dedicate allo studio individuale con l'assistenza di un *tutor* nell'aula master, nella biblioteca o nell'aula *internet* della Facoltà di Economia.

Sede: Viale Berengario, 51 - 41100 MODENA

Tel. +39 059 2056948 Fax +39 059 2056928 E-mail: ferretti.claudia@unimo.it

[Scarica il bando qui](#)



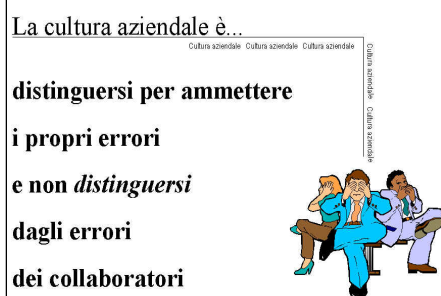
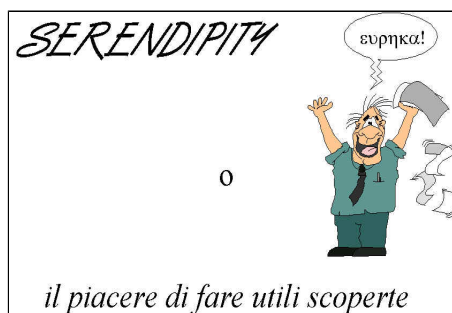
Experience

Nel corso della prima edizione del Master l'ampiezza e la trasversalità dei temi trattati hanno fatto nascere una maggiore consapevolezza delle proprie scelte e dei propri interessi professionali.

Durante il percorso formativo del corso base, le modalità di lavoro, i casi svolti in aula e le esercitazioni hanno consentito una migliore comprensione delle proprie attitudini, portando in alcuni casi alla scelta di una specializzazione diversa da quella verso cui si era orientati inizialmente.

Diciamo di noi.....

"Un tour de force altamente formativo sia dal punto di vista professionale che umano".



"Un insieme di sinergie accademiche e manageriali: un pronti via a tutti!"


"La possibilità di rapportare gli studi universitari all'esperienza lavorativa personale. Il master offre una visione sul funzionamento delle imprese di servizi ed un inserimento diretto nel mondo del lavoro".



Sede: Viale Berengario, 51 - 41100 MODENA

Tel. +39 059 2056948 Fax +39 059 2056928 E-mail: ferretti.claudia@unimo.it

[Scarica il bando qui](#)

Alcuni link utili...		
Informagiovani	www.comune.modena.it/informagiovani	
Comune di Modena	www.comune.modena.it	
Ferrovie Italiane orari on line	www.trenitalia.it	
ATCM - Trasporti a Modena	www.atcm.mo.it	

Sede: Viale Berengario, 51 - 41100 MODENA

Tel. +39 059 2056948 Fax +39 059 2056928 E-mail: ferretti.claudia@unimo.it

[Scarica il bando qui](#)

programmi dettagliati
1° e 2° anno dei corsi di laurea

docenti	insegnamenti	istruzioni per la stampa
propedeuticità	esami a libera scelta	programmi sintetici - sede di Modena
programmi sintetici - sede di Reggio Emilia	offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno
offerta formativa 3° e 4° anno	offerta formativa dopo la laurea	archivio guide della Facoltà

A B C D E F G H I L M N O P Q R S T U V W Z

Programmi (cliccare sui nomi degli insegnamenti)

insegnamento	corso di laurea	crediti	anno di corso
Concorrenza, antitrust, regolamentazione	Scienze economiche e sociali	4	2°
Diritto commerciale	Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia	8	2°
Diritto commerciale	Economia aziendale Scienze economiche e sociali	8 8	2°
Diritto della comunicazione e dell'informazione I	Economia e commercio, percorso Economia, reti, informazione	3	2°
Diritto privato	Economia e commercio, percorso Economia, reti, informazione	5	2°
Economia aziendale	Economia aziendale Economia e marketing internazionale Scienze economiche e sociali	8 8 8	1°
Economia degli intermediari finanziari - Sistema finanziario (M1)	Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia	4	2°
Economia degli intermediari finanziari - Sistema finanziario (M1)	Economia aziendale Scienze economiche e sociali	4 4	2°
* Economia degli intermediari finanziari - Attività finanziarie (M2)	Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia	4	2°
Economia degli intermediari finanziari - Attività finanziarie (M2)	Economia aziendale Scienze economiche e sociali	4 4	2°
Economia dell'integrazione economica europea	Scienze economiche e sociali	4	2°
Economia e gestione delle imprese di servizi	Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia	8	2°
Finanza aziendale - Analisi finanziaria (M1)	Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia	4	2°
Finanza aziendale - Analisi finanziaria (M1)	Economia aziendale	4	2°
* Finanza aziendale - Capital budgeting (M2)	Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia	4	2°
Finanza aziendale - Capital budgeting (M2)	Economia aziendale	4	2°
Gestione dei sistemi informativi aziendali	Economia e commercio, percorso Economia, reti, informazione	8	2°
Informatica	Economia aziendale Economia e marketing internazionale Scienze economiche e sociali	4 4 4	1°
Introduzione alla macroeconomia	Economia aziendale Scienze economiche e sociali	8 8	1°

Introduzione alla microeconomia	Economia aziendale Scienze economiche e sociali	8 8	1°
Istituzioni di diritto - Elementi di diritto pubblico (M1)	Economia aziendale Economia e marketing internazionale Scienze economiche e sociali	4 3 4	1°
Istituzioni di diritto - Elementi di diritto privato (M2)	Economia aziendale Economia e marketing internazionale Scienze economiche e sociali	4 5 4	1°
Istituzioni di economia	Economia e marketing internazionale	8	1°
Lingua francese I	Economia e marketing internazionale	4	1°
Lingua inglese	Economia aziendale Economia e marketing internazionale Scienze economiche e sociali	8 8 8	1°
Lingua inglese II	Economia e commercio, percorso Economia, reti, informazione	4	2°
Lingua spagnola I	Economia e marketing internazionale	4	1°
Lingua tedesca I	Economia e marketing internazionale	4	1°
Macroeconomia	Scienze economiche e sociali	4	2°
Marketing	Economia e commercio, percorso Economia, reti, informazione	8	2°
Marketing - Marketing strategico (M1)	Economia aziendale	4	2°
Marketing - Marketing operativo (M2)	Economia aziendale	4	2°
Marketing strategico	Economia e marketing internazionale	4	1°
Matematica	Economia aziendale Scienze economiche e sociali	8 8	1°
Matematica finanziaria	Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia	4	2°
Matematica finanziaria	Economia aziendale Scienze economiche e sociali	4 4	2°
Metodi della gestione dei dati	Economia e commercio, percorso Economia, reti, informazione	8	2°
Metodi quantitativi I	Economia e marketing internazionale	4	1°
Metodologie e determinazioni contabili - Bilancio (M1)	Economia aziendale Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia	4 4	2°
Metodologie e determinazioni contabili - Bilancio degli enti pubblici (M2)	Economia aziendale	4	2°
Microeconomia	Scienze economiche e sociali	4	2°
Network economics	Economia e commercio, percorso Economia, reti, informazione	8	2°
Organizzazione aziendale - Forme organizzative (M1)	Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia	4	2°
Organizzazione aziendale - Forme organizzative (M1)	Economia aziendale	4	2°
Organizzazione aziendale - Comportamento organizzativo (M2)	Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia	4	2°
Organizzazione aziendale - Comportamento organizzativo (M2)	Economia aziendale	4	2°
Scienza delle finanze	Economia aziendale Scienze economiche e sociali Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia	4 4 4	2°
Sistemi di welfare	Economia aziendale Scienze economiche e sociali	4 4	2°

	Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia	4	
Statistica	Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia	8	2°
Statistica	Economia aziendale Scienze economiche e sociali	8 8	2°
Statistica	Economia e commercio, percorso Economia, reti, informazione	8	2°
Storia del pensiero economico	Scienze economiche e sociali	4	2°
Storia economica (A-E e F-O)	Economia aziendale Economia e marketing internazionale Scienze economiche e sociali	8 8 8	1°
Storia economica (P-Z)	Economia aziendale Economia e marketing internazionale Scienze economiche e sociali	8 8 8	1°
Teorie dell'incertezza e dell'informazione	Economia e commercio, percorso Economia, reti, informazione	8	2°



* Le materie contrassegnate da asterisco sono offerte agli studenti del 2° anno del corso di laurea in Economia e gestione dei servizi come materie a libera scelta.

programmi sintetici
corsi di laurea triennali della sede di Modena

[docenti](#)

[insegnamenti](#)

[istruzioni per la stampa](#)

[propedeuticità](#)

[esami a libera scelta](#)

[programmi sintetici - sede di Reggio Emilia](#)

[offerta formativa 1° anno](#)

[offerta formativa 2° anno](#)

[offerta formativa 3° e 4° anno](#)

[offerta formativa dopo la laurea](#)

[A](#) [B](#) [C](#) [D](#) [E](#) [F](#) [G](#) [H](#) [I](#) [L](#) [M](#) [N](#) [O](#) [P](#) [Q](#) [R](#) [S](#) [T](#) [U](#) [V](#) [W](#) [Z](#)

[Analisi di mercato](#)

[Concorrenza, antitrust, regolamentazione](#)

[Culture nazionali e relazioni economiche tra paesi](#)

[Dalla meccanizzazione all'intelligenza artificiale](#)

[Diritto commerciale](#) (corsi di laurea in Economia aziendale, Scienze economiche e sociali)

[Diritto commerciale](#) (corso di laurea in Economia e marketing internazionale)

[Diritto dei contratti](#)

[Diritto dei contratti di outsourcing](#)

[Diritto del lavoro](#)

[Diritto del lavoro nei servizi pubblici](#)

[Diritto della comunicazione e dell'informazione I](#)

[Diritto dell'Unione Europea](#)

[Diritto fallimentare](#)

[Diritto industriale](#)

[Diritto privato](#)

[Diritto tributario](#)

[Economia agraria](#)

[Economia aziendale](#)

[Economia degli intermediari finanziari - Sistema finanziario \(M1\)](#)

[Economia degli intermediari finanziari - Attività finanziarie \(M2\)](#)

[Economia del lavoro](#)

[Economia del mercato mobiliare](#)

[Economia del terzo settore](#)

[Economia dell'impresa](#)

[Economia dell'integrazione economica europea](#)

[Economia delle aziende di credito](#)

[Economia delle aziende e delle amministrazioni pubbliche \(Gestione dei servizi pubblici\)](#)

[Economia dello sviluppo](#)

[Economia di genere](#)

[Economia e gestione delle imprese commerciali](#)

[Economia e istituzioni dei distretti industriali](#)

[Economia internazionale e nuovi mercati](#)

[Economia monetaria](#)

[Economia monetaria internazionale](#)

[Effetti redistributivi delle politiche pubbliche](#)

[Federalismo fiscale](#)

[Finanza aziendale - Analisi finanziaria \(M1\)](#)

[Finanza aziendale - Capital budgeting \(M2\)](#)

[Finanza internazionale](#)

[Finanziamenti d'azienda](#)

[Forme di mercato e organizzazione industriale](#)

[Geografia economica](#)

[Gestione dei sistemi informativi aziendali](#)

[Informatica](#)

[Innovazione e sviluppo economico](#)

[Integrazione europea e politiche comunitarie](#)

[Introduzione all'econometria](#)

[Introduzione alla macroeconomia](#)

[Introduzione alla microeconomia](#)

[Introduzione alla programmazione e applicazioni per la finanza](#)

[Istituzioni di diritto - Elementi di diritto pubblico \(M1\)](#)

[Istituzioni di diritto - Elementi di diritto privato \(M2\)](#)

[Istituzioni di economia](#)

[Laboratorio di analisi dei paesi e dei mercati](#)

[Lingua francese](#) (corsi di laurea in Economia aziendale, Scienze economiche e sociali)

[Lingua francese](#) (corso di laurea in Economia e marketing internazionale)

[Lingua inglese](#) (corsi di laurea in Economia aziendale, Economia e marketing internazionale - 1° anno, Scienze economiche e sociali)

[Lingua inglese](#) (corso di laurea in Economia e marketing internazionale - 2° e 3° anno)

[Lingua inglese](#) (corso di laurea in Economia e commercio, percorso Economia, reti, informazione)

[Lingua spagnola](#) (corsi di laurea in Economia aziendale, Scienze economiche e sociali)

[Lingua spagnola](#) (corso di laurea in Economia e marketing internazionale)

[Lingua tedesca](#) (corsi di laurea in Economia aziendale, Scienze economiche e sociali)

[Lingua tedesca](#) (corso di laurea in Economia e marketing internazionale)

[Macroeconomia](#)

[Marketing](#) (corso di laurea in Economia e commercio, percorso Economia, reti, informazione)

[Marketing - Marketing strategico \(M1\)](#) (corso di laurea in Economia aziendale)

[Marketing - Marketing operativo \(M2\)](#) (corso di laurea in Economia aziendale)

[Marketing dei beni di consumo](#)

[Marketing dei beni industriali](#)

[Marketing internazionale](#) (corso di laurea in Economia aziendale)

[Marketing internazionale](#) (corso di laurea in Economia e marketing internazionale)

[Marketing operativo](#) (corso di laurea in Economia e marketing internazionale)

[Marketing strategico](#) (corso di laurea in Economia e marketing internazionale)

[Matematica](#)

[Matematica finanziaria](#)

[Matematica per l'economia](#)

[Metodi della gestione dei dati](#)

[Metodi quantitativi I](#)

[Metodi quantitativi II](#)

[Metodologie e determinazioni contabili - Bilancio \(M1\)](#)

[Metodologie e determinazioni contabili - Bilancio degli enti pubblici \(M2\)](#)

[Microeconomia](#)

[Modelli per gli investimenti finanziari I \(Scelte di investimento e teoria del portafoglio\)](#)

[Modelli per gli investimenti finanziari II \(Prodotti derivati e gestione del rischio\)](#)

[Network economics](#)

[Offerta e finanziamento dei servizi locali](#)

[Organizzazione aziendale - Forme organizzative \(M1\)](#)

[Organizzazione aziendale - Comportamento organizzativo \(M2\)](#)

[Organizzazione delle risorse umane](#)

[Politica agraria](#)

[Programmazione e controllo - Contabilità e controllo dei costi \(M1\)](#)

[Programmazione e controllo - Budgeting \(M2\)](#)

[Programmazione e controllo delle aziende pubbliche](#)

[Revisione aziendale](#)

[Risparmio e scelte finanziarie delle famiglie](#)

[Scienza delle finanze](#)

[Seminario di storia del pensiero economico](#)

[Sistemi di welfare](#)

[Sociologia del lavoro](#)

[Sociologia generale](#)

[Statistica](#) (corsi di laurea in Economia aziendale, Economia e marketing internazionale, Scienze economiche e sociali)

[Statistica](#) (corso di laurea in Economia e commercio, percorso Economia, reti, informazione)

[Statistica sociale](#)

[Storia del pensiero economico](#)

[Storia economica](#)

[Storia economica e politica della UE](#)

[Tassazione delle attività finanziarie](#)

[Tecnologia dei cicli produttivi](#)

[Temi speciali di bilancio](#)

[Teoria della crescita](#)

[Teoria e politiche del commercio internazionale](#)

[Teorie dell'incertezza e dell'informazione](#)



ANALISI DI MERCATO 4 crediti

Corso di laurea in Economia aziendale

Obiettivo

Fornire le basi metodologiche ed applicative ai fini della descrizione ed interpretazione quantitativa di fenomeni di marketing.

Temi

Disegno di ricerca nelle indagini di marketing. Logica e tecniche di campionamento. Analisi dei dati.

Segmentazione del mercato ed impiego delle tecniche statistiche multivariate. Misure del comportamento del consumatore. Modelli di marketing ed aspetti previsionali.



CONCORRENZA, ANTITRUST, REGOLAMENTAZIONE 4 crediti

Corso di laurea in Scienze economiche e sociali

Prof. Sergio Paba

Obiettivo

Studiare la teoria della tutela della concorrenza e della regolamentazione dei monopoli. Verranno analizzate e discusse le principali esperienze nazionali e internazionali nel campo dell'antitrust e della regolamentazione.

Temi

Monopolio ed efficienza. Concentrazione economica e potere di mercato. Oligopolio e pratiche collusive.

Mercato rilevante e tutela della concorrenza. Autorità Garante della Concorrenza. Esperienze di tutela della concorrenza. Disciplina della concorrenza nei mercati finanziari. Introduzione alla regolamentazione economica. Regolamentazione dei monopoli naturali.

[Programma dettagliato >>>](#)



CULTURE NAZIONALI E RELAZIONI ECONOMICHE TRA PAESI 4 crediti

Corso di laurea in Economia e marketing internazionale

Obiettivo

Cogliere il significato della correlazione tra identità, culture dei diversi paesi e i loro sviluppi economici.

Temi

Differenze e assonanze tra il sistema culturale statunitense e quello europeo nel XIX e XX secolo. Differenze e assonanze tra il sistema culturale giapponese e quello europeo nel XX secolo. Identità, culture e sviluppi economici dei principali paesi europei nella seconda metà del XX secolo.



DALLA MECCANIZZAZIONE ALL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE 4 crediti

Corso di laurea in Scienze economiche e sociali

Obiettivo

Approfondire temi e questioni affrontate nel corso di Storia Economica.

Temi

Scienza, tecnica e tecnologia nel XIX e XX secolo. Trasformazioni del lavoro e dei lavori. Nascita, sviluppi e applicazioni dell'intelligenza artificiale. Conseguenze sui processi di lavoro e sui prodotti. Finanziarizzazione dell'economia. Alcuni aspetti della globalizzazione. Effetti sui comportamenti culturali e sociali degli individui.



DIRITTO COMMERCIALE 8 crediti

Corsi di laurea in Economia aziendale, Scienze economiche e sociali

Prof. Ilario Menghi

Obiettivo

Favorire la comprensione e l'apprendimento degli strumenti giuridici che regolano l'organizzazione dell'attività economica e la competizione tra i soggetti economici.

Temi

Impresa. Categorie di imprenditori. Statuto dell'imprenditore commerciale. Azienda commerciale e agricola. Rischio d'impresa e potere di direzione dell'impresa. Inizio e fine dell'impresa. Società di persone. Società di capitali con particolare attenzione verso la s.p.a. Società cooperative. Cenni sui titoli di credito.

Propedeuticità vincolanti

Istituzioni di diritto - Elementi di diritto privato (M2)

Istituzioni di diritto - secondo corso semestrale (a.a. 2000/2001)

[Programma dettagliato >>>](#)



DIRITTO COMMERCIALE 4 crediti

Corso di laurea in Economia e marketing internazionale

Obiettivo

Favorire la comprensione e l'apprendimento degli strumenti giuridici che regolano l'organizzazione dell'attività economica e la competizione tra i soggetti economici.

Temi

Impresa. Categorie di imprenditori. Statuti. Azienda. Società di persone. Società di capitali. Società cooperative.

Propedeuticità vincolanti

Istituzioni di diritto - Elementi di diritto privato (M2)



DIRITTO DEI CONTRATTI 4 crediti

Corso di laurea in Economia aziendale

Obiettivo

Approfondire l'analisi delle basi istituzionali del diritto privato con particolare riguardo alle norme del codice civile sui contratti in generale.

Temi

Formazione del contratto, esecuzione e impugnazione dei contratti, differenziati a seconda della tipologia delle parti contraenti, con speciale attenzione ai contratti business to business, business to consumer e tra privati consumatori.



DIRITTO DEI CONTRATTI DI OUTSOURCING 4 crediti

Corso di laurea in Economia aziendale

Obiettivo

Studiare le regole giuridiche applicabili in caso di ricorso a tecniche di esternalizzazione e outsourcing.

Temi

Inquadramento generale dell'outsourcing e relative problematiche giuridiche. Tipologia dei contratti di outsourcing nell'ambito dei servizi pubblici. Enti locali e dismissioni di attività pubbliche: quadro legale di riferimento. Trasferimento di funzioni, passaggio di dipendenti e ruolo della contrattazione collettiva. In particolare profili giuslavoristici della esternalizzazione di servizi pubblici non essenziali.



DIRITTO DEL LAVORO 4 crediti

Corsi di laurea in Economia aziendale, Scienze economiche e sociali

Obiettivo

Studiare le regole giuridiche del rapporto individuale di lavoro subordinato.

Temi

Principi fondamentali del diritto del lavoro e fonti. Rapporto di lavoro: costituzione, gestione e scioglimento del contratto. Diritto sindacale: contratto collettivo, contrattazione collettiva, sciopero.



DIRITTO DEL LAVORO NEI SERVIZI PUBBLICI 4 crediti

Corso di laurea in Economia aziendale

Obiettivo

Studiare le regole giuridiche del rapporto individuale di lavoro subordinato nell'ambito specifico dei servizi pubblici.

Temi

Principi fondamentali del diritto del lavoro e fonti, con particolare riguardo al lavoro alle dipendenze della PA. Rapporto di lavoro: costituzione, gestione e scioglimento del contratto. Differenze e analogie tra rapporti di lavoro privati e rapporti di lavoro alle dipendenze della PA. Relazioni sindacali: contrattazione collettiva e rappresentanza sindacale. Sciopero nei servizi pubblici essenziali.



DIRITTO DELLA COMUNICAZIONE E DELL'INFORMAZIONE I 3 crediti

Corso di laurea in Economia e commercio, percorso Economia, reti, informazione

Dott.ssa Giorgia Tassoni

Obiettivo

Fornire gli elementi di base per utilizzare e applicare le regole operative dei settori comunicazione e informazione.

Temi

Diritto all'informazione e diritti della persona. Problemi giuridici della comunicazione massmediale. Problemi giuridici della comunicazione d'impresa. La comunicazione e il mercato: accesso e concorrenza. Problemi giuridici delle telecomunicazioni. Le professioni dell'informazione.

[Programma dettagliato >>>](#)



DIRITTO DELL'UNIONE EUROPEA 4 crediti

Corsi di laurea in Economia aziendale, Economia e marketing internazionale (5 crediti), Scienze economiche e sociali

Obiettivo

Fornire allo studente le conoscenze giuridiche di base relative all'organizzazione ed al funzionamento dell'Unione europea, evidenziando le connessioni all'ordinamento italiano.

Temi

A. Scenario europeo. Processo di integrazione europea cenni storici e prospettive di sviluppo. Organi dell'Unione: composizione e funzioni. Ordinamento comunitario e sue fonti. Protezione dei diritti fondamentali nell'Unione europea. Cittadinanza europea.

B. Scenario italiano. Basi costituzionali dell'adesione dell'Italia alla Comunità europea. Parlamento, Governo e Regioni nelle relazioni comunitarie. Norme dell'Unione europea nel sistema italiano delle fonti. Applicazione giurisdizionale del diritto comunitario tra giudici ordinari e Corte costituzionale.



DIRITTO FALLIMENTARE 4 crediti

Corso di laurea in Economia aziendale

Obiettivo

Analizzare le procedure concorsuali con particolare riguardo all'esame della loro disciplina giuridica sotto il profilo sostanziale e processuale.

Temi

Responsabilità patrimoniale e procedure concorsuali. Presupposti soggettivi ed oggettivi del fallimento. Sentenza dichiarativa di fallimento e suoi effetti. Opposizione. Ricostruzione del patrimonio del fallito. Azione revocativa ordinaria e azione revocativa fallimentare. Procedimento di verifica dei crediti. Decreto di esecutività dello stato passivo e rimedi. Custodia, amministrazione, liquidazione dell'attivo. Ripartizione. Riabilitazione. Procedimento sommario. Concordato fallimentare. Amministrazione controllata. Liquidazione coatta amministrativa. Amministrazione straordinaria.



DIRITTO INDUSTRIALE 4 crediti

Corso di laurea in Economia aziendale

Obiettivo

Approfondire l'analisi di questo specifico settore del diritto commerciale

Temi

Disciplina antitrust e della concorrenza sleale. Marchio, ditta e insegna. Invenzioni e modelli industriali.



DIRITTO PRIVATO 5 crediti

Corso di laurea in Economia e commercio, percorso Economia, reti, informazione

Dott.ssa Giorgia Tassoni

Obiettivo

Fornire gli elementi di base per comprendere le scelte normative di un ordinamento e le sue fonti.

Temi

Il diritto privato nei suoi rapporti con il diritto pubblico, con il diritto processuale, con le scienze economiche, con le scienze sociali. Il diritto soggettivo, la norma giuridica, le fonti del diritto, la struttura del codice civile. Il diritto privato nella comunità internazionale, il diritto privato della CE. I soggetti: le persone fisiche. I soggetti: le persone giuridiche, in particolare le società. I beni, la proprietà, i diritti reali minori di godimento. La comunione, il condominio di edifici. Il possesso. Le obbligazioni. Il contratto. L'atto illecito. Le fonti di obbligazioni diverse dal contratto e dall'illecito. Promesse unilaterali. Titoli di credito. La responsabilità del debitore e le cause di prelazione. L'impresa, le società commerciali, la tutela della concorrenza e del mercato.

[Programma dettagliato >>>](#)



DIRITTO TRIBUTARIO 4 crediti

Corso di laurea in Economia aziendale

Obiettivo

Fornire i fondamenti generali dell'imposizione tributaria e analizzare il regime delle imposte sul reddito e dei

più importanti tributi indiretti.

Tem

I parte generale. Nozione di tributo. Struttura della prestazione tributaria. Soggettività tributaria. Collaborazione della parte privata alla funzione impositiva. Funzione impositiva e sue articolazioni procedurali. Riscossione delle imposte. Sanzioni. Tutela amministrativa e giurisdizionale.

II parte. Analisi della struttura giuridica dei seguenti tributi: IRPEF, IRPEG, IVA, imposte sui trasferimenti della ricchezza.



ECONOMIA AGRARIA 4 crediti

Corso di laurea in Scienze economiche e sociali

Obiettivo

Esaminare le principali caratteristiche dell'agricoltura e del sistema agroindustriale in economie moderne.

Tem

Principali aspetti dell'agricoltura italiana. Peculiarità del comparto incertezza per l'impresa e il consumatore.

Forme di integrazione tra le componenti del sistema agro-alimentare. Produzioni di qualità nei sistemi locali di piccole e medie imprese.



ECONOMIA AZIENDALE 8 crediti

Corsi di laurea in Economia aziendale, Economia e marketing internazionale, Scienze economiche e sociali

Prof. Carlo Brugnoli - Dott. Eugenio Caperchione - Prof. Alberto Nobolo

Obiettivo

Fornire una conoscenza di base sul funzionamento delle aziende dal punto di vista tecnico istituzionale e analizzare la determinazione quantitativa delle posizioni dinamiche raggiunte o programmate in campo economico e finanziario.

Tem

I parte. Tematiche fondamentali dell'economia aziendale per interpretare i complessi fenomeni economici che caratterizzano la vita dell'azienda.

II parte. Economicità della gestione e modalità della sua misurazione mediante l'uso delle rilevazioni sistematiche e la costruzione del modello di rappresentazione della situazione economica, finanziaria e patrimoniale dell'azienda.

[Programma dettagliato >>>](#)



ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI – Sistema finanziario (M1) 4 crediti

Corsi di laurea in Economia aziendale, Scienze economiche e sociali

Prof. Andrea Landi

Obiettivo

Fornire gli elementi di base sulle funzioni, l'operatività e l'articolazione del sistema finanziario.

Tem

Funzioni del sistema finanziario. Saldi finanziari e i canali di intermediazione. Politica monetaria e sistema dei pagamenti. Architettura dei mercati e tipologie degli intermediari finanziari.

[Programma dettagliato >>>](#)



ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI – Attività finanziarie (M2) 4 crediti

Corsi di laurea in Economia aziendale, Scienze economiche e sociali

Prof. Andrea Ferrari

Obiettivo

Fornire la conoscenza degli strumenti finanziari negoziati nei mercati aperti e i principi fondamentali per la loro valutazione economica.

Temi

Analisi delle caratteristiche economico-tecniche degli strumenti finanziari a reddito fisso e variabile e dei principali contratti derivati. Principi e strumenti analitici per la valutazione dei profili di rendimento e di rischio degli investimenti in strumenti finanziari.

Propedeuticità consigliate

Economia degli intermediari finanziari - Sistema finanziario (M1)

[Programma dettagliato >>>](#)



ECONOMIA DEL LAVORO 4 crediti

Corso di laurea in Scienze economiche e sociali

Obiettivo

Approfondire la macroeconomia del lavoro, con particolare riferimento al tema della disoccupazione.

Temi

Disoccupazione classica e disoccupazione keynesiana. Curva di Phillips, tasso di disoccupazione naturale e il NAIRU. Rigidità dei salari e la disoccupazione. Fondamenta microeconomiche della rigidità dei salari: teoria dei contratti impliciti; teoria dei salari di efficienza; ipotesi insider-outsider. Isteresi della disoccupazione. Modelli di contrattazione salariale. Disoccupazione strutturale e disoccupazione tecnologica. Dibattito su eurosclosi e nuove forme di lavoro.



ECONOMIA DEL MERCATO MOBILIARE 4 crediti

Corsi di laurea in Economia aziendale, Scienze economiche e sociali

Obiettivo

Consentire la comprensione del funzionamento dei mercati finanziari e la valutazione degli strumenti finanziari con particolare attenzione alle azioni.

Temi

Funzioni dei mercati mobiliari e teoria dei mercati efficienti. Caratteristiche operative del mercato azionario italiano. Valutazione dei titoli azionari e teoria del portafoglio.



ECONOMIA DEL TERZO SETTORE 4 crediti

Corsi di laurea in Economia aziendale, Scienze economiche e sociali

Obiettivo

Il corso si propone di studiare le ragioni economiche, la struttura ed il funzionamento delle organizzazioni private operanti in aree con forte presenza del settore pubblico: Welfare, Cultura e Spettacolo, Ambiente.

Temi

Origini storiche e definizione del "Terzo Settore". Teoria dell'impresa e nuove forme organizzative. Forme giuridiche e tipologie funzionali delle imprese. Rapporti contrattuali con il Settore Pubblico. Rapporti con il Mercato del Lavoro. Efficienza e Qualità nelle imprese del Terzo Settore. Confronti internazionali.



ECONOMIA DELL'IMPRESA 4 crediti

Corso di laurea in Scienze economiche e sociali

Obiettivo

Presentare il concetto d'impresa e d'imprenditore da un punto di vista interdisciplinare discutendone le definizioni proposte dalla teoria economica e dalle discipline aziendali e giuridiche.

Temi

Indivisibilità, economie di scala ed economie di integrazione verticale. Analisi organizzativa e l'analisi transazionale. Implicazioni per la ricerca applicata: studi di caso dei modelli organizzativi, delle forme d'impresa, del coordinamento verticale, delle reti di imprese e delle filiere produttive. Mutamento dei modelli organizzativi e impatto sulle professioni e sul mercato del lavoro.



ECONOMIA DELL'INTEGRAZIONE ECONOMICA EUROPEA 4 crediti

Corso di laurea in Scienze economiche e sociali

Dott. Antonio Ribba

Obiettivo

Indicare i principali vincoli ed opportunità offerti all'economia italiana dall'integrazione europea.

Temi

Tappe più importanti del processo che ha condotto dal Mercato Comune all'Unione Monetaria e al Patto di Stabilità. Tendenze alla concentrazione e specializzazione delle attività economiche nello spazio europeo.

Descrizione dei divari regionali come premessa per analizzare il funzionamento e l'influenza degli strumenti monetari, della disciplina e del coordinamento fiscale e della politica del cambio.

[Programma dettagliato >>>](#)



ECONOMIA DELLE AZIENDE DI CREDITO 8 crediti

Corso di laurea in Economia aziendale

Obiettivo

Illustrare le caratteristiche fondamentali dell'impresa banca attraverso l'analisi delle specificità del prodotto/servizio bancario e delle principali aree gestionali.

Temi

Funzioni della banca e ruolo degli intermediari creditizi nel sistema finanziario. Normativa bancaria.

Caratteristiche dei servizi bancari e principali tipologie di prodotti offerte. Mercato bancario: elementi rilevanti e strategie competitive. Gestione del portafoglio prestiti. Gestione finanziaria della banca. Ruolo del patrimonio della banca. Bilancio della banca ed elementi di valutazione della performance bancaria. Principali strategie di crescita ed organizzative della banca.



ECONOMIA DELLE AZIENDE E DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE (GESTIONE DEI SERVIZI PUBBLICI) 4 crediti

Corso di laurea in Economia aziendale

Obiettivo

Fornire uno schema concettuale idoneo a comprendere come i principi generali dell'amministrazione di azienda si applichino nei contesti pubblici, e dunque a conoscere i diversi sistemi concreti di amministrazione pubblica e trarre indicazioni su come essa possa essere resa funzionale alla moderna società.

Temi

Contributo dell'amministrazione pubblica alla produttività del Paese e alla qualità della vita. Natura dei bisogni collettivi, natura dei beni indivisibili e non esclusivi nell'uso e i riflessi sull'economicità aziendale e sul sistema di misurazione del valore dell'azione pubblica. Dimensione reale e dimensione finanziaria dei risultati dell'attività dell'azienda pubblica. Forme di gestione dei servizi pubblici scuola, sanità, servizi sociali. Sistemi di amministrazione pubblica in Europa. Amministrazione in alcune Istituzioni e Organismi Internazionali. Tendenze al rinnovamento della P.A. e diversi approcci: principi di aziendalizzazione ed efficienza, paradigma del New public management, sistemi di competitività all'interno del pubblico e tra pubblico e privato. Politiche pubbliche e loro implementazione: forme di attuazione delle politiche, analisi di fattibilità amministrativa.



ECONOMIA DELLO SVILUPPO 4 crediti

Corso di laurea in Scienze economiche e sociali

Obiettivo

Fornire alcune chiavi di lettura di questioni che hanno un ruolo centrale nello studio dei processi di sviluppo, quali la persistenza di bisogni primari insoddisfatti, le carestie, la fame di massa, la violazione di diritti politici elementari e di libertà individuali, le minacce alla sostenibilità economica, sociale e ambientale dello sviluppo.

Temi

Analisi integrata delle attività economiche, sociali e politiche e delle molte istituzioni e centri di azione che concorrono a migliorare le libertà degli individui. Indicatori di sviluppo. Politiche dei paesi e delle istituzioni internazionali nel promuovere lo sviluppo economico e sociale.



ECONOMIA DI GENERE 4 crediti

Corso di laurea in Scienze economiche e sociali

Obiettivo

Individuare le implicazioni inerenti alla diversità di comportamenti di donne e uomini nei processi di produzione, distribuzione e scambio della ricchezza.

Temi

Note introduttive sulla opportunità di disaggregare i comportamenti di uomini e donne. Analisi delle più importanti statistiche disaggregate per sesso disponibili. Contabilità nazionale estesa: produzione di mercato e non di mercato. Un approccio macroeconomico in grado di contenere anche il processo di riproduzione sociale della popolazione. Mercato del lavoro: differenze di genere e intreccio tra condizioni di vita e condizioni di lavoro. Standard di vita e benessere. Sviluppo umano. Nozione di capitale sociale. Alcuni aspetti qualitativi della dinamica del sistema economico. Riproducibilità e sostenibilità del sistema. Povertà ed esclusione sociale. Politiche di pari opportunità. Valutazione dell'impatto di genere delle politiche economiche. Bilanci pubblici in una prospettiva di genere.



ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE COMMERCIALI 8 crediti

Corso di laurea in Economia aziendale

Obiettivo

Fornire un quadro analitico del settore della distribuzione commerciale, con particolare riferimento alle imprese commerciali al dettaglio di Grande Distribuzione Organizzata. Illustrare il comportamento di mercato delle imprese commerciali operanti nel comparto dei beni di largo e generale consumo relativamente alle decisioni di marketing strategico ed operativo.

Temi

Struttura del sistema distributivo italiano e quadro normativo che lo disciplina. Funzione economica del commercio all'interno del canale di distribuzione. Concetti di servizio commerciale, forma distributiva e forma aziendale. Tematiche relative alla gestione strategica ed operativa dell'impresa commerciale, con particolare riferimento a: decisioni di localizzazione, innovazione e sviluppo. Strumenti del retailing mix.



ECONOMIA E ISTITUZIONI DEI DISTRETTI INDUSTRIALI 4 crediti

Corsi di laurea in Economia e marketing internazionale, Scienze economiche e sociali

Obiettivo

Esaminare i principali aspetti dei sistemi produttivi locali, studiati nella duplice prospettiva dello sviluppo economico italiano e dei processi di internazionalizzazione dell'economia.

Temi

Concentrazione spaziale e specializzazione dell'industria italiana. Sistemi produttivi locali e distretti industriali. Strumenti per l'identificazione dei distretti industriali. Organizzazione dell'attività produttiva. Fattori di competitività e innovazione nei distretti industriali. Commercio con estero. Banche locali. Mercato del lavoro nei distretti industriali. Distretti industriali nella new economy. Ruolo delle istituzioni. Politiche per i sistemi

produttivi locali e i distretti industriali.



ECONOMIA INTERNAZIONALE E NUOVI MERCATI 8 crediti

Corso di laurea in Economia e marketing internazionale

Obiettivo

Studiare il tema della competizione tra paesi, sistemi economici e imprese in un quadro di radicale trasformazione tecnologica e di crescente integrazione dei mercati.

Temi

Differenze economiche e sociali tra paesi e aree regionali. Analisi economica del commercio internazionale. Politica economica del commercio internazionale. Integrazione economica regionale ed aree economiche emergenti. Sistema monetario internazionale e il mercato dei capitali. Imprese nei mercati internazionali.



ECONOMIA MONETARIA 8 crediti

Corso di laurea in Scienze economiche e sociali

Obiettivo

Fornire la capacità di interpretare come le scelte sui tassi di interesse della Banca Centrale influenzino il funzionamento dei mercati monetari e finanziari e consentano di perseguire obiettivi di controllo dell'inflazione e di stabilizzazione del ciclo economico.

Temi

UME e politica monetaria della BCE. Banche e mercati finanziari. Regolamentazione delle istituzioni e dei mercati finanziari. Tassi di cambio e differenziali di interesse. Trasmissione della politica monetaria.



ECONOMIA MONETARIA INTERNAZIONALE 4 crediti

Corso di laurea in Scienze economiche e sociali

Obiettivo

Studiare le teorie, le istituzioni e le politiche economiche relative ai pagamenti internazionali.

Temi

I parte. Determinazione del tasso di cambio, nel breve e nel lungo periodo. Teoria dell'equilibrio dei portafogli in presenza e in assenza di rischio. Teoria delle parità dei poteri d'acquisto e le sue eccezioni.

II parte. Ricostruzione delle principali fasi storiche del sistema monetario internazionale, dal Gold Standard alla flessibilità manovrata dei cambi.

III parte. Problemi del debito dei paesi in via di sviluppo e programmi che le istituzioni internazionali hanno proposto per affrontarli.



EFFETTI REDISTRIBUTIVI DELLE POLITICHE PUBBLICHE 4 crediti

Corsi di laurea in Economia aziendale, Scienze economiche e sociali

Obiettivo

Fornire la conoscenza delle tecniche di misura della distribuzione del reddito, della ricchezza e di analisi degli effetti redistributivi delle politiche di spesa sociale e tributarie.

Temi

Misure della disuguaglianza e della povertà. Scale di equivalenza. Misure della progressività. Tecniche di analisi per figure tipo o con modelli di microsimulazione. Distribuzione del reddito ed effetti delle politiche di redistribuzione in Italia. Applicazioni.



FEDERALISMO FISCALE 4 crediti

Corsi di laurea in Economia aziendale, Scienze economiche e sociali

Obiettivo

Fornire conoscenze sulle problematiche dei modelli di federalismo fiscale a livello nazionale e sovranazionale.

Temi

Allocazione delle funzioni tra diversi livelli di governo. Principio di sussidiarietà. Livello sovranazionale: Patto di stabilità e crescita; problematiche sui limiti del debito pubblico; strumenti della politica fiscale nell'Unione Monetaria. Livello nazionale: Modelli di trasferimenti intergovernativi; finanziamento degli enti decentrati in Italia.



FINANZA AZIENDALE – Analisi finanziaria (M1) 4 crediti

Corso di laurea in Economia aziendale

Dott.ssa Luciana Canovi

Obiettivo

Introdurre al tema della gestione finanziaria dell'impresa, tramite lo studio della rappresentazione della dinamica finanziaria aziendale e delle sue determinanti.

Temi

Riclassificazione del bilancio secondo i criteri finanziario e della pertinenza gestionale. Indici di bilancio. Principi e strumenti dell'analisi della dinamica finanziaria: prospetto dei flussi e rendiconto. Principi e strumenti della pianificazione finanziaria: budget di cassa e bilancio pro-forma.

[Programma dettagliato >>>](#)



FINANZA AZIENDALE – Capital budgeting (M2) 4 crediti

Corso di laurea in Economia aziendale

Dott.ssa Luciana Canovi

Obiettivo

Introdurre gli studenti al tema della allocazione e della gestione del capitale delle imprese nell'ottica economico-finanziaria.

Temi

Valore attuale netto e costo opportunità del capitale; principi e metodi di capital budgeting; rischio diversificabile, rischio sistematico e beta; la struttura finanziaria d'impresa e il costo del capitale.

Propedeuticità consigliate

Finanza aziendale - Analisi finanziaria (M1)

[Programma dettagliato >>>](#)



FINANZA INTERNAZIONALE 8 crediti

Corso di laurea in Economia e marketing internazionale

Obiettivo

Fornire i principi fondamentali della finanza aziendale in chiave internazionale con specifico riferimento alle operazioni che le imprese intrattengono con l'estero.

Temi

Servizi e intermediazione creditizia. Strumenti creditizi e finanziari per la gestione aziendale. Normativa valutaria. Commercio internazionale e forme di assicurazione e finanziamento dell'export. Gestione dei rischi finanziari. Mercato dei cambi. Indebitamento in valuta.



FINANZIAMENTI D'AZIENDA 8 crediti

Corso di laurea in Economia aziendale

Obiettivo

Introdurre alla comprensione delle principali logiche utili al finanziamento delle imprese, analizzandone i principali strumenti e tecniche con riferimento alle diverse tipologie di fabbisogno finanziario nell'ambito sia della gestione ordinaria sia della gestione straordinaria.

Temi

Analisi dei fabbisogni di cassa e gestione della tesoreria. Analisi dei fabbisogni scaturenti nella gestione del circolante. Analisi dei fabbisogni scaturenti dalla politica degli investimenti in immobilizzazioni. Analisi dei fabbisogni indotti dalla realizzazione di operazioni straordinarie. Analisi dei prodotti e servizi per la gestione dei rischi finanziari.



FORME DI MERCATO E ORGANIZZAZIONE INDUSTRIALE 4 crediti

Corso di laurea in Economia e marketing internazionale

Obiettivo

Esaminare da un punto di vista teorico e applicativo il tema delle forme di mercato e del comportamento strategico delle imprese fornendo alcuni degli elementi fondativi della organizzazione industriale.

Temi

Monopolio. Concorrenza monopolistica. Concentrazione dei mercati. Oligopolio. Modelli dinamici e funzionamento dei mercati. Applicazioni.



GEOGRAFIA ECONOMICA 4 crediti

Corso di laurea in Scienze economiche e sociali

Obiettivo

Affrontare a livello teorico ed applicativo la distribuzione dei fatti economici.

Temi

Distanza e suo ruolo nell'assetto spaziale dei fatti economici. Modello di Von Thunen e rendita di posizione. Distanza economica nella localizzazione industriale e nella rilocalizzazione modello di Weber. Servizi e gerarchia urbana connessa. Christaller e analisi delle dinamiche della regione funzionale. Verifica empirica dei modelli negli assetti regionali italiani ed europei.



GESTIONE DEI SISTEMI INFORMATIVI AZIENDALI 8 crediti

Corso di laurea in Economia e commercio, percorso Economia, reti, informazione

Dott.ssa Maria Pia Grazia Robbe - Ing. Alessandro Zanasi

Obiettivo

Fornire una conoscenza di base su come sono trattati i testi all'interno di una più generale analisi dell'evoluzione delle recenti teorie organizzative.

Temi

Aspetti della trasformazione dell'azione organizzativa sulle esigenze dell'end-user (cliente, cittadino o suo rappresentante).

[Programma dettagliato >>>](#)



INFORMATICA 4 crediti

Corsi di laurea in Economia aziendale, Economia e marketing internazionale, Scienze economiche e sociali

Dott. Stefano Bordoni - Dott. Paolo Davoli

Obiettivo

Fornire gli strumenti per utilizzare pacchetti utili a gestire le complesse procedure aziendali.

Temi

Elementi di programmazione in VB, suo utilizzo nell'ambiente office VBA. Gestione di Database relazionali. Gestione delle Reti. Accesso dinamico ad archivi tramite pagine ASP.

[Programma dettagliato >>>](#)



INNOVAZIONE E SVILUPPO ECONOMICO 4 crediti

Corso di laurea in Scienze economiche e sociali

Obiettivo

Introdurre ai molteplici aspetti dell'innovazione per le imprese e per i paesi. In particolare l'innovazione viene esaminata nella sua relazione con le strategie, l'organizzazione e la competitività delle imprese, con la crescita e dinamica delle industrie, con la competitività internazionale dei paesi.

Temi

Processi innovativi e relazioni generative. Innovazione, network e dinamica industriale strumenti di analisi dei mutamenti nello spazio degli agenti e degli artefatti. Conoscenza, apprendimento e competenze nei processi innovativi. Sistemi di innovazione: sistemi nazionali e sistemi locali. Politica europea e politiche nazionali per l'innovazione. Concorrenza internazionale e innovazione.



INTEGRAZIONE EUROPEA E POLITICHE COMUNITARIE 4 crediti

Corso di laurea in Economia e marketing internazionale

Obiettivo

Fornire le conoscenze di base sul processo di integrazione europea e sulle politiche economiche comunitarie.

Temi

Mercato unico. Istituzioni europee. Bilancio comunitario. Politiche economiche: politica industriale, politica agraria, politiche strutturali e politiche per la coesione economica e sociale. Aiuti diretti, sostegno alle imprese, ai territori e all'ambiente. Informazioni statistiche sull'Europa.



INTRODUZIONE ALL'ECONOMETRIA 4 crediti

Corso di laurea in Scienze economiche e sociali

Obiettivo

Il corso si propone di fornire agli studenti gli strumenti econometrici di base per poter produrre e interpretare i risultati della stima di modelli economici e finanziari. Il corso prevede oltre a lezioni teoriche di econometria, una parte di economia applicata che si avvale dell'ausilio del personal computer e di un software per replicare i risultati delle stime di modelli economici presentati nei manuali di econometria, di macroeconomia o in articoli di economia applicata pubblicati su riviste italiane o internazionali.

Temi

Introduzione all'econometria. Dal modello teorico ai dati. Il modello di regressione lineare semplice e multipla. Cross section versus time series. Stimatore dei MQO e proprietà. Test per l'analisi della corretta specificazione e per la verifica della presenza di restrizioni lineari sui coefficienti.



INTRODUZIONE ALLA MACROECONOMIA 8 crediti

Corsi di laurea in Economia aziendale, Scienze economiche e sociali

Prof.ssa Tindara Addabbo - Prof.ssa Graziella Bertocchi

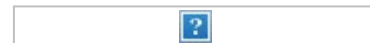
Obiettivo

Fornire gli elementi essenziali della teoria macroeconomica in relazione al recente andamento dell'economia italiana nel contesto europeo.

Temi

Contabilità nazionale. Moneta e sistema bancario. Domanda e offerta aggregata. Reddito di equilibrio nel breve e lungo periodo. Fluttuazioni economiche. Inflazione e disoccupazione. Economia aperta.

[Programma dettagliato >>>](#)



INTRODUZIONE ALLA MICROECONOMIA 8 crediti

Corsi di laurea in Economia aziendale, Scienze economiche e sociali

Dott. Enrico Giovannetti - Prof. Sergio Paba

Obiettivo

Fornire gli elementi essenziali della teoria del comportamento degli agenti economici consumatori: famiglie, imprese e della loro interazione nei mercati.

Temi

Domanda e offerta. Comportamento del consumatore. Domanda individuale e di mercato. Produzione. Costo di produzione. Massimizzazione del profitto e offerta concorrenziale. Analisi dei mercati concorrenziali. Potere di mercato monopolio e monopsonio. Determinazione del prezzo in presenza di potere di mercato. Concorrenza monopolistica e l'oligopolio. Equilibrio economico generale ed efficienza economica.

[Programma dettagliato >>>](#)



INTRODUZIONE ALLA PROGRAMMAZIONE E APPLICAZIONI PER LA FINANZA 8 crediti

Corso di laurea in Scienze economiche e sociali

Obiettivo

Fornire la capacità di tradurre in applicazioni numeriche e grafiche i modelli teorici di valutazione delle attività finanziarie e di scelte ottimali di portafoglio.

Temi

Aspetti avanzati di Excel. Introduzione ai linguaggi Visual Basic e Matlab e loro integrazione con Excel. Simulazioni dei modelli studiati a livello teorico nei corsi di Finanza I e II. Simulazioni di scelte di portafoglio per diversi profili di risparmiatori.



ISTITUZIONI DI DIRITTO – Elementi di diritto pubblico (M1) 4 crediti

Corsi di laurea in Economia aziendale, Economia e marketing internazionale (3 crediti), Scienze economiche e sociali

Prof. Roberto Pinardi - Prof. Giampaolo Storchi

Obiettivo

Introdurre allo studio del fenomeno giuridico e fornire gli strumenti conoscitivi elementari del diritto pubblico.

Temi

Stato. Forme di Stato. Forme di governo. Fonti del diritto: teoria generale del diritto ed analisi delle singole fonti dell'ordinamento giuridico. Organi costituzionali: composizione e funzioni Parlamento, Governo, Presidente della Repubblica, Corte costituzionale. Principi generali relativi alla funzione ed al potere giurisdizionale. Diritti costituzionalmente garantiti: cenni.

[Programma dettagliato >>>](#)



ISTITUZIONI DI DIRITTO – Elementi di diritto privato (M2) 4 crediti

Corsi di laurea in Economia aziendale, Economia e marketing internazionale (5 crediti), Scienze economiche e sociali

Prof. Alberto Bregoli - Dott. Riccardo Salomone - Prof. Michele Tiraboschi

Obiettivo

Fornire le prime informazioni elementari, necessarie per comprendere lo statuto legale di un sistema liberistico contemporaneo di produzione e distribuzione di risorse.

Temi

Disciplina legale relativa ai soggetti dell'attività economica, all'oggetto dell'attività economica, ai mezzi per la produzione di risorse e per la distribuzione-allocazione, intermedia e definitiva, delle risorse esistenti e prodotte soggetti; beni; diritti soggettivi; obbligazioni e contratti.

[Programma dettagliato >>>](#)



ISTITUZIONI DI ECONOMIA 8 crediti

Corso di laurea in Economia e marketing internazionale

Prof. Giovanni Solinas

Obiettivo

Fornire le conoscenze di base sulla micro e la macroeconomia.

Temi

Introduzione. Economie di mercato, pianificate e miste. Funzionamento dei mercati. Ruolo economico dello Stato: efficienza ed equità. Interdipendenza e vantaggi dello scambio.

Parte I. Microeconomia. Concetti e strumenti di base. Domanda e comportamento del consumatore. Produzione e organizzazione delle imprese. Analisi dei costi. Mercati concorrenziali. Distribuzione del reddito.

Parte II. Macroeconomia. Concetti e strumenti di base. Conti della produzione e del reddito. Consumo, risparmio e investimenti. Domanda aggregata e moltiplicatore. Moneta e sistema bancario. Estensioni sull'economia aperta. Gestione delle politiche macroeconomiche.

[Programma dettagliato >>>](#)



LABORATORIO DI ANALISI DEI PAESI E DEI MERCATI 4 crediti

Corso di laurea in Economia e marketing internazionale

Obiettivo

Favorire l'acquisizione della conoscenza delle specificità che concorrono a formare il profilo di un Paese e di un mercato estero partendo dalle principali vocazioni produttive presenti sul nostro territorio.

Temi

Principali vocazioni e filiere produttive presenti sul territorio provinciale. Vantaggi competitivi dei nostri sistemi produttivi e dei rispettivi portafoglio prodotto sul mercato internazionale. Profilo paese, struttura del mercato. Fonti di informazione. Reportistica paese-mercato. Utilizzo delle informazioni a supporto dell'azione internazionale delle imprese.



LINGUA FRANCESE 4 crediti

Corsi di laurea in Economia aziendale, Scienze economiche e sociali

Obiettivo

Sviluppare abilità comunicative di base atte a produrre discorsi elementari in situazioni abituali e in situazioni attinenti le scienze sociali ed economico-aziendali.

Temi

Strutture morfo-sintattiche della lingua. Lessico di base ed elementi del lessico socio-economico.



LINGUA FRANCESE 12 crediti, 4 per ogni anno di corso

Corso di laurea in Economia e marketing internazionale

Prof.ssa Maria Cavazzuti

Obiettivo

Sviluppare abilità comunicative atte a produrre oralmente e per iscritto discorsi efficaci in situazioni abituali e in situazioni attinenti le scienze sociali ed economico-aziendali.

Temi

Fonetica. Strutture morfo-sintattiche della lingua. Lessico di base ed elementi del lessico socio-economico.

Propedeuticità vincolanti

Lingua francese I rispetto a Lingua francese II

Lingua francese II rispetto a Lingua francese III

[Programma dettagliato >>>](#)



LINGUA INGLESE 8 crediti

Corsi di laurea in Economia aziendale, Economia e marketing internazionale (1° anno), Scienze economiche e sociali

Prof. Giancarlo Gagliardelli - Prof.ssa Attilia Lavagno

Obiettivo

Avviare alla riflessione critica sui principali meccanismi di funzionamento della lingua inglese, anche attraverso frequenti confronti con l'italiano e altre lingue.

Temi

Microstruttura: Fonologia dell'inglese e dell'italiano. Grammatica enunciativa della lingua inglese. Genesi degli enunciati. Macrostruttura: Riconoscimento e produzione di segmenti testuali di rango superiore alla frase il paragrafo, il testo nella sua integralità. Nozione di testualità. Coesione testuale e coerenza retorica.

Riconoscimento delle principali strutture retoriche in particolare il linguaggio degli economisti.

[Programma dettagliato >>>](#)



LINGUA INGLESE 8 crediti, 4 per ogni anno di corso

Corso di laurea in Economia e marketing internazionale (2° e 3° anno)

Obiettivo

Il corso intende avviare gli studenti alla riflessione sugli elementi essenziali di Management e Marketing Internazionale attraverso l'analisi e comprensione di documenti relativi ai diversi ambiti di discorso pertinenti questo settore. Tali modelli di prosa originale costituiranno la base su cui fondare le abilità attive di produzione - sia scritta che orale. Il corso mira inoltre ad ampliare il lessico dello studente attivando la terminologia specifica di questo ambito.

Temi

Management. Production and Operations Management. The role of Marketing. Analysis of Marketing Opportunities. Buyer Behaviour and Market Segmentation. Products. Pricing. Placing. International Marketing. E-business. E-commerce. Le lezioni saranno integrate da esercitazioni finalizzate al consolidamento delle strutture morfo-sintattiche e allo sviluppo della competenza comunicativa sia in ambito generale che specifico.

Propedeuticità vincolanti

Lingua inglese I rispetto a Lingua inglese II

Lingua inglese II rispetto a Lingua inglese III



LINGUA INGLESE 4 crediti

Corso di laurea in Economia e commercio, percorso Economia, reti, informazione

Prof.ssa Attilia Lavagno

Obiettivo

Avviare gli studenti allo studio del registro linguistico specifico dell'ambito economico - informatico attraverso la sistematizzazione del lessico specialistico.

Temi

Verranno toccati essenzialmente i seguenti ambiti: Internet, e-commerce, e-mail. Particolare attenzione verrà

data allo studio degli acronimi di settore.

[Programma dettagliato >>>](#)



LINGUA SPAGNOLA 4 crediti

Corsi di laurea in Economia aziendale, Scienze economiche e sociali

Obiettivo

Sviluppare abilità comunicative di base che consentano di stabilire contatti in situazioni abituali, e in situazioni attinenti alle discipline specifiche della Facoltà.

Temi

Strutture morfosintattiche e lessico di base della lingua.



LINGUA SPAGNOLA 12 crediti, 4 per ogni anno di corso

Corso di laurea in Economia e marketing internazionale

Dott.ssa Isabel Gorris Yagüe

Obiettivo

Sviluppare abilità comunicative che consentano di stabilire contatti oralmente e per iscritto in situazioni abituali, e in situazioni attinenti alle discipline specifiche della Facoltà.

Temi

Strutture fonetiche, morfosintattiche e lessicali della lingua.

Propedeuticità vincolanti

Lingua spagnola I rispetto a Lingua spagnola II

Lingua spagnola II rispetto a Lingua spagnola III

[Programma dettagliato >>>](#)



LINGUA TEDESCA 4 crediti

Corsi di laurea in Economia aziendale, Scienze economiche e sociali

Obiettivo

Sviluppare abilità comunicative di base atte a stabilire contatti in situazioni di tutti i giorni ed in situazioni attinenti alle discipline specifiche della Facoltà.

Temi

Strutture morfosintattiche della lingua tedesca. Lessico di base, con particolare riferimento al lessico socio-economico.



LINGUA TEDESCA 12 crediti, 4 per ogni anno di corso

Corso di laurea in Economia e marketing internazionale

Dott.ssa Antonella Nardi

Obiettivo

Sviluppare abilità comunicative atte a stabilire contatti oralmente e per iscritto in situazioni di tutti i giorni ed in situazioni attinenti alle discipline specifiche della Facoltà.

Temi

Strutture fonetiche, morfosintattiche e lessicali della lingua tedesca, con particolare riferimento al lessico socio-economico.

Propedeuticità vincolanti

Lingua tedesca I rispetto a Lingua tedesca II

Lingua tedesca II rispetto a Lingua tedesca III

[Programma dettagliato >>>](#)



MACROECONOMIA 4 crediti

Corso di laurea in Scienze economiche e sociali

Prof. Mario Forni

Obiettivo

Il corso affronta alcuni temi importanti di Macroeconomia che non sono stati trattati diffusamente nel corso introduttivo del primo anno.

Temi

La teoria del consumo di Hall: il vincolo di bilancio intertemporale, la funzione di utilità intertemporale, la soluzione del modello, il puzzle empirico, le soluzioni proposte.

Il modello di crescita di Solow: equilibrio, stabilità, statica comparata, dinamica fuori equilibrio. Il modello con istruzione e tecnologia. La crescita tecnologica esogena. La teoria della convergenza. I fatti stilizzati. La crescita in economia aperta. I fattori della crescita.

Alcune applicazioni macroeconomiche delle teorie dell'informazione.

Propedeuticità vincolanti

Introduzione alla macroeconomia

Economia politica I (a.a. 2000/2001)

[Programma dettagliato >>>](#)



MARKETING 8 crediti

Corso di laurea in Economia e commercio, percorso Economia, reti, informazione

Prof.ssa Giovanna Galli - Prof. Marcello Tedeschi

Obiettivo

Introdurre alle problematiche fondamentali relative alla gestione strategica e tattica delle leve del marketing mix.

Temi

Introduzione al concetto di relazioni competitive e orientamento strategico d'impresa. Principali modelli per l'analisi della domanda e la segmentazione del mercato, per la valutazione del portafoglio prodotti, per la creazione ed il mantenimento dell'immagine di marca, per la scelta e l'accostamento dei canali distributivi, per la determinazione del prezzo e per la gestione della comunicazione d'impresa. Analisi degli strumenti di marketing attraverso la contrapposizione dell'approccio relazionale a quello transazionale. Mutamenti strategici, gestionali ed operativi richiesti dalle nuove tecnologie dell'informazione.

[Programma dettagliato >>>](#)



MARKETING – Marketing strategico (M1) 4 crediti

Corso di laurea in Economia aziendale

Prof. Tiziano Bursi

Obiettivo

Fornire i principi fondamentali alla base della comprensione dei rapporti tra impresa e ambiente, con riferimento specifico al ruolo del marketing nei processi di formulazione delle strategie competitive.

Temi

Ruolo del marketing nell'impresa. Marketing operativo e marketing strategico. Analisi del macroambiente. Analisi della domanda. Ciclo di vita del prodotto e modelli previsionali. Analisi dell'attrattività l'ambiente competitivo. Modelli concorrenziali. Concorrenza allargata. Analisi di macro-segmentazione e micro-segmentazione. Strategie di posizionamento dell'impresa. Risorse di base e competenze distintive. Natura e fonti del vantaggio competitivo. Scelta della strategia di marketing. Strategie di sviluppo dell'impresa: cenni.

[Programma dettagliato >>>](#)



MARKETING – Marketing operativo (M2) 4 crediti

Corso di laurea in Economia aziendale

Prof. Giuseppe Nardin

Obiettivo

Analizzare i principali modelli interpretativi e operativi che consentono alle imprese industriali di progettare e porre in atto le proprie strategie commerciali rivolte ai consumatori finali.

Temi

Segmentazione e selezione dei mercati: criteri e strumenti di segmentazione. Prodotto: concetto di prodotto, analisi e gestione del portafoglio prodotti, gestione dell'innovazione di prodotto, fattori economici e psicologici connessi alla marca, dimensioni funzionali e psicologiche della confezione come leva di differenziazione, gestione del ciclo di vita del prodotto. Prezzo obiettivi e metodologie della determinazione del prezzo. Gestione del prezzo. Distribuzione. Comunicazione.

Propedeuticità consigliate

Marketing - Marketing strategico (M1)

[Programma dettagliato >>>](#)



MARKETING DEI BENI DI CONSUMO 4 crediti

Corso di laurea in Economia aziendale

Obiettivo

Favorire la comprensione di alcune dinamiche, principali, sottese alle decisioni dei consumatori. Il tema delle decisioni è affrontato secondo una prospettiva cognitiva e viene proposta una chiave di lettura dei fenomeni associati ai processi di giudizio e di selezione delle alternative che evidenzia la natura contingente dell'agire individuale.

Temi

Sintesi dei principali contributi teorici empirici che di volta in volta hanno enfatizzato aspetti strutturali o processuali delle decisioni. Concetti di euristiche del giudizio e della scelta come espressioni dei meccanismi causali sottostanti l'attività di problem solving del decisore. Analisi del ruolo svolto dalle variabili del *compito* e del *contesto* nel processo decisionale dei consumatori.



MARKETING DEI BENI INDUSTRIALI 4 crediti

Corso di laurea in Economia aziendale

Obiettivo

Illustrare le modalità di applicazione del marketing agli scambi che si realizzano tra imprese.

Temi

Spiegazioni della divisione del lavoro tra imprese. Contenuti dell'offerta dei produttori di beni industriali macchinari e impianti, progettazione ad hoc, servizi post-vendita. Domanda di beni industriali concetto di domanda derivata, modello di acquisto industriale, centro decisionale di acquisto. Relazione fornitore-cliente come carattere distintivo del marketing industriale in alternativa al marketing mix. Modello di analisi della relazione fornitore-cliente. Ciclo di vita delle relazioni. Adattamento, coinvolgimento, potere/dipendenza, fiducia fattori guida del processo di sviluppo delle relazioni fornitore-cliente. Gestione del portafoglio clienti modelli di valutazione dei clienti e strategie di gestione. Ruolo del personale di vendita.



MARKETING INTERNAZIONALE 4 crediti

Corso di laurea in Economia aziendale

Obiettivo

Affrontare le problematiche operative e strategiche relative alla presenza sui mercati internazionali.

Temi

Leve operative ed in particolare analisi e selezione dei mercati esteri, canali d'entrata e politiche di prodotto, prezzo, promozione e comunicazione. Gestione delle relazioni con gli intermediari commerciali. Coordinamento operativo e strategico delle filiali commerciali e di rappresentanza. Scelte di internazionalizzazione e/o rilocalizzazione produttiva.



MARKETING INTERNAZIONALE 8 crediti

Corso di laurea in Economia e marketing internazionale

Obiettivo

Affrontare le problematiche operative e strategiche relative alla presenza sui mercati internazionali.

Temi

I parte. Rassegna dei principali contributi teorici sui processi di internazionalizzazione delle imprese, con particolare attenzione alle organizzazioni di piccole e medie dimensioni. Gestione delle risorse interne destinate allo sviluppo della presenza internazionale. Fondamenti dell'organizzazione e dello sviluppo delle imprese multinazionali.

II parte. Leve operative ed in particolare analisi e selezione dei mercati esteri, canali d'entrata e politiche di prodotto, prezzo, promozione e comunicazione. Gestione delle relazioni con gli intermediari commerciali. Coordinamento operativo e strategico delle filiali commerciali e di rappresentanza. Scelte di internazionalizzazione e/o rilocalizzazione produttiva.

III parte. Cooperazione e diversificazione geografica delle piccole e medie imprese.



MARKETING OPERATIVO 4 crediti

Corso di laurea in Economia e marketing internazionale

Obiettivo

Analizzare i principali modelli interpretativi e operativi che consentono alle imprese industriali di progettare e porre in atto le proprie strategie commerciali rivolte ai consumatori finali.

Temi

Segmentazione e selezione dei mercati: criteri e strumenti di segmentazione. Prodotto: concetto di prodotto, analisi e gestione del portafoglio prodotti, gestione dell'innovazione di prodotto, fattori economici e psicologici connessi alla marca, dimensioni funzionali e psicologiche della confezione come leva di differenziazione, gestione del ciclo di vita del prodotto. Prezzo obiettivi e metodologie della determinazione del prezzo. Gestione del prezzo. Distribuzione. Comunicazione.



MARKETING STRATEGICO 4 crediti

Corso di laurea in Economia e marketing internazionale

Prof. Tiziano Bursi

Obiettivo

Fornire i principi fondamentali alla base della comprensione dei rapporti tra impresa e ambiente, con riferimento specifico al ruolo del marketing nei processi di formulazione delle strategie competitive.

Temi

Ruolo del marketing nell'impresa. Marketing operativo e marketing strategico. Analisi del macroambiente. Analisi della domanda. Ciclo di vita del prodotto e modelli previsionali. Analisi dell'attrattività l'ambiente competitivo. Modelli concorrenziali. Concorrenza allargata. Analisi di macro-segmentazione e micro-segmentazione. Strategie di posizionamento dell'impresa. Risorse di base e competenze distintive. Natura e fonti del vantaggio competitivo. Scelta della strategia di marketing. Strategie di sviluppo dell'impresa: cenni.

[Programma dettagliato >>>](#)



MATEMATICA 8 crediti

Corsi di laurea in Economia aziendale, Scienze economiche e sociali
Dott.ssa Maria Teresa Brandoli - Prof.ssa Gisella Facchinetti - Prof. Gianni Ricci

Obiettivo

Fornire la conoscenza critica e non solo meccanica degli strumenti indispensabili per affrontare in modo efficace lo studio dei modelli e degli schemi decisionali che verranno affrontati nei corsi di micro e macroeconomia, così come nei corsi di tipo aziendale e in particolare di finanza aziendale.

Temi

Applicazione dei modelli lineari e non lineari all'economia attraverso l'utilizzo delle proprietà della retta e delle derivate. Analisi dei processi nei quali l'output dipende da diversi input attraverso l'uso formale delle matrici e l'utilizzo degli strumenti collegati alle funzioni di più variabili. Calcolo combinatorio. Successioni. Serie. Integrali.

[Programma dettagliato >>>](#)



MATEMATICA FINANZIARIA 4 crediti

Corsi di laurea in Economia aziendale, Scienze economiche e sociali
Dott.ssa Maria Teresa Brandoli - Prof.ssa Costanza Torricelli

Obiettivo

Fornire gli strumenti di teoria del credito necessari per affrontare problemi di valutazione e scelta in ambito economico, finanziario ed aziendale.

Temi

Operazioni finanziarie elementari e regimi di capitalizzazione e di sconto. Tassi equivalenti. Rendite e costituzione di capitale. Criteri di scelta tra investimenti. Ammortamento di prestiti indivisi e loro valutazione. Prestiti divisi valutazione di obbligazioni con e senza cedola. Elementi di gestione del portafoglio obbligazionario duration e immunizzazione.

Propedeuticità consigliate

Matematica

Matematica generale (a.a. 2000/2001)

[Programma dettagliato >>>](#)



MATEMATICA PER L'ECONOMIA 4 crediti

Corso di laurea in Scienze economiche e sociali

Obiettivo

Integrare gli strumenti quantitativi introdotti nei corsi di Matematica e Matematica Finanziaria necessari per affrontare l'analisi di modelli economici e finanziari.

Temi

Approfondimenti di algebra lineare. Funzioni di n variabili $n > 2$ variabili. Ottimizzazione libera e vincolata di funzioni di più variabili. Equazioni alle differenze ed equazioni differenziali.



METODI DELLA GESTIONE DEI DATI 8 crediti

Corso di laurea in Economia e commercio, percorso Economia, reti, informazione
Prof. Mauro Leoncini - Dott. Massimo Santini

Obiettivo

Introdurre le nozioni principali sulle Basi di Dati BD e la loro integrazione nel Web, fondamentale per realizzare applicazioni di e-commerce e, più in generale, di e-business.

Temi

Nozioni base di progettazione e uso di BD relazionali. Nozioni e tecniche necessarie per predisporre l'accesso a BD attraverso il Web utilizzando software "open source", tipo PHP e MySQL, oltre a Java servlet e JSP. Alcuni

argomenti di carattere avanzato, quali data warehousing e data mining a livello introduttivo.

[Programma dettagliato >>>](#)



METODI QUANTITATIVI I 4 crediti

Corso di laurea in Economia e marketing internazionale

Prof.ssa Carla Fiori

Obiettivo

Fornire agli studenti la conoscenza critica e applicativa dei concetti matematici indispensabili per affrontare i corsi successivi.

Temi

Approfondimenti sulla retta e applicazioni. Elementi di calcolo differenziale e applicazioni allo studio di funzioni di una e due variabili.

[Programma dettagliato >>>](#)



METODI QUANTITATIVI II 4 crediti

Corso di laurea in Economia e marketing internazionale

Obiettivo

Fornire gli strumenti matematici necessari per l'analisi di problemi economici ed aziendali.

Temi

Matrici, determinanti e sistemi lineari. Cenni a serie ed integrali. Elementi di matematica finanziaria capitalizzazione, sconto, tassi equivalenti, rendite, ammortamenti e scelte tra investimenti certi.

Propedeuticità vincolanti

Metodi quantitativi I



METODOLOGIE E DETERMINAZIONI CONTABILI – Bilancio (M1) 4 crediti

Corsi di laurea in Economia aziendale, Economia e marketing internazionale

Prof. Mauro Zavani

Obiettivo

Approfondire le tematiche inerenti la contabilità e la formazione del bilancio di esercizio.

Temi

Operazioni di chiusura e di riapertura dei conti. Aspetti generali del bilancio di esercizio. Formazione del bilancio di esercizio e determinazione del capitale e del reddito di esercizio. Forme, strutture e contenuto degli schemi del bilancio. Aspetti di rappresentazione e valutazione delle principali voci. Principi contabili nazionali e internazionali.

Propedeuticità vincolanti

Economia aziendale

[Programma dettagliato >>>](#)



METODOLOGIE E DETERMINAZIONI CONTABILI – Bilancio degli enti pubblici (M2) 4 crediti

Corso di laurea in Economia aziendale

Dott. Eugenio Caperchione

Obiettivo

Fornire conoscenze avanzate in tema di sistema informativo-contabile delle aziende pubbliche. La conoscenza di questo sistema riveste infatti una notevole rilevanza per numerose figure professionali operanti all'interno della pubblica amministrazione.

Temi

Fine, oggetto e metodo della contabilità finanziaria: funzione autorizzativa. Ciclo di bilancio dell'azienda pubblica: principi, iter di costruzione, documenti prodotti. Gestione del bilancio. Sintesi di periodo amministrativo della contabilità finanziaria. Valutazione complessiva su contenuto informativo e limiti della contabilità finanziaria. Criteri e linee-guida per l'introduzione della contabilità economico-patrimoniale alle aziende pubbliche. Revisione nelle aziende pubbliche: uno strumento per promuovere la accountability. Caratteri di uniformità delle riforme in atto nei principali Paesi dell'Unione Europea. Utilità dei principi contabili internazionali: l'esperienza dell'IFAC- Public Sector Committee.

Propedeuticità vincolanti

Economia aziendale

Propedeuticità consigliate

Metodologie e determinazioni contabili - Bilancio (M1)

[Programma dettagliato >>>](#)



MICROECONOMIA 4 crediti

Corso di laurea in Scienze economiche e sociali

Prof. Mario Forni

Obiettivo

Affrontare la teoria della incertezza, la teoria dei giochi e la teoria dell'informazione-tre argomenti intimamente legati tra loro che costituiscono una delle parti più vitali e moderne della microeconomia.

Temi

Incertezza: lotterie e probabilità, avversione al rischio, premio al rischio, utilità attesa, assicurazioni, scelta di portafoglio. Giochi: forma normale ed estesa, soluzioni di dominanza, induzione a ritroso, equilibrio di Nash, minacce credibili, giochi ripetuti. Informazione: selezione avversa, segnalazione, equilibri pooling e separating, azzardo morale, rischio ed incentivo, contratti ottimi.

Propedeuticità vincolanti

Introduzione alla microeconomia

Microeconomia I (a.a. 2000/2001)

[Programma dettagliato >>>](#)



MODELLI PER GLI INVESTIMENTI FINANZIARI I (SCELTE DI INVESTIMENTO E TEORIA DEL PORTAFOGLIO) 4 crediti

Corso di laurea in Scienze economiche e sociali

Obiettivo

Fornire gli elementi di finanza necessari per affrontare i problemi di valutazione dei titoli azionari e di gestione di portafoglio.

Temi

Scelte in condizioni di incertezza teoria dell'utilità attesa di von Neumann-Morgenstern, avversione al rischio, premio per il rischio, più comuni funzioni di utilità. Richiami di ottimizzazione. Teoria del portafoglio media varianza Markowitz. Capital Asset Pricing Model CAPM. Arbitrage Pricing Model APT.



MODELLI PER GLI INVESTIMENTI FINANZIARI II (PRODOTTI DERIVATI E GESTIONE DEL RISCHIO) 4 crediti

Corso di laurea in Scienze economiche e sociali

Obiettivo

Fornire una introduzione alla metodologia di valutazione dei titoli derivati e all'utilizzo dei medesimi per la gestione del rischio.

Temi

Caratteristiche dei principali titoli derivati futures, forward, opzioni e swap. Metodologia di valutazione pricing e principio di assenza di arbitraggio la risk-neutral valuation. Formula di Black-Scholes. Strategie di copertura

con derivati. Cenni sulla gestione del rischio di mercato. Value at Risk VaR .

Propedeuticità vincolanti

Modelli per gli investimenti finanziari I (Scelte di investimento e teoria del portafoglio)



NETWORK ECONOMICS 8 crediti

Corso di laurea in Economia e commercio, percorso Economia, reti, informazione

Dott. Giampaolo Caselli - Prof. Andrea Ginzburg

I Parte: Economia delle reti

Obiettivo

Fornire gli elementi di base per comprendere e analizzare le attività economiche che passano attraverso la rete.

Temi

Esternalità di rete, processi di lock-in e adozione di nuove tecnologie. Versioning, target pricing, standards e aste digitali. Crescita della produttività e new economy negli Stati Uniti. Politiche economiche e distribuzione del reddito nell'economia digitale. La new economy in Europa e in Italia.

II Parte: Economia della globalizzazione

Obiettivo

Fornire gli elementi di base per comprendere i processi di globalizzazione e le risposte di adattamento dei diversi sistemi economico-sociali.

Temi

La bilancia dei pagamenti, monete di riserva internazionali e monete nazionali. Regimi di cambio. Liberismo e protezionismo in prospettiva storica. Determinanti dei movimenti di capitale. Movimenti di capitale e nuove tecnologie. Network del commercio internazionale e processi di regionalizzazione. Forme di capitalismo e welfare modello renano e modello anglosassone. L'Unione Europea. La politica economica nel contesto europeo. Moneta unica e Patto di stabilità e di crescita.

[Programma dettagliato >>>](#)



OFFERTA E FINANZIAMENTO DEI SERVIZI LOCALI 4 crediti

Corsi di laurea in Economia aziendale, Scienze economiche e sociali

Obiettivo

Esaminare le problematiche della separazione della funzione di produzione dei servizi pubblici da quella del loro finanziamento con particolare riferimento all'attività di regolamentazione delle attività affidate al settore privato, in senso stretto o nella forma di organizzazioni senza finalità di lucro.

Temi

Principi di determinazione dell'accesso e della partecipazione al costo nei servizi sociali. Targeting e means testing. Indicatore della situazione economica. Processi di privatizzazione nei servizi sociali. Contracting out. Quasi mercati.



ORGANIZZAZIONE AZIENDALE – Forme organizzative (M1) 4 crediti

Corsi di laurea in Economia aziendale, Economia e marketing internazionale

Obiettivo

Introdurre il partecipante ai criteri di progettazione e all'analisi delle diverse strutture che derivano dalla loro applicazione.

Temi

Forme e criteri di progettazione organizzativa. Configurazioni forma semplice, forme funzionali, forme divisionali, forme multinazionali e globali. Relazioni inter-organizzative reti d'impresa. Reti inter-aziendali nel processo di internazionalizzazione.

[Programma dettagliato >>>](#)



ORGANIZZAZIONE AZIENDALE – Comportamento organizzativo (M2) 4 crediti

Corsi di laurea in Economia aziendale, Economia e marketing internazionale

Prof. Tommaso M. Fabbri

Obiettivo

Affrontare i temi e fornire i concetti di base necessari per la comprensione del comportamento individuale e di gruppo nella situazione di lavoro organizzata.

Temi

Relazione e comportamento organizzativo. Percezione e decisione. Decisione individuale e decisione di gruppo. Ruolo e dinamiche di gruppo. Comunicazione. Negoziazione situazioni e strategie negoziali.

Propedeuticità consigliate

Organizzazione aziendale - Forme organizzative (M1)

[Programma dettagliato >>>](#)



ORGANIZZAZIONE DELLE RISORSE UMANE 4 crediti

Corso di laurea in Economia aziendale

Obiettivo

Introdurre alla gestione delle persone nell'ambito delle amministrazioni pubbliche.

Temi

Personnel idea. Reclutamento e selezione. Motivazione individuale e leve di gestione del personale. Controllo e valutazione della prestazione individuale e di gruppo. Politiche retributive e sistemi di incentivazione. Disegno dei sentieri di carriera. Mobilità del personale.



POLITICA AGRARIA 4 crediti

Corso di laurea in Scienze economiche e sociali

Obiettivo

Il corso esamina i principali interventi di politica agraria destinati all'agricoltura ed al sistema alimentare nelle economie sviluppate, con particolare riguardo alle azioni condotte dall'Unione Europea.

Temi

Peculiarità, rilevanza e debolezza del sistema agricolo. Confronti tra le differenti politiche di sostegno e le ragioni dell'azione comunitaria in materia d'agricoltura. Funzionamento ed azioni dell'Unione Europea: politica dei prezzi e politica strutturale. Il nuovo approccio della politica comunitaria: le azioni ambientali, la difesa della qualità e la sicurezza alimentare. I confronti internazionali nella trattativa WTO. Le prospettive future con l'allargamento.



PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO – Contabilità e controllo dei costi (M1) 4 crediti

Corso di laurea in Economia aziendale

Obiettivo

Illustrare i principi e le strumentazioni analitico-organizzative che caratterizzano i processi di programmazione e controllo integrati delle imprese. In particolare, introdurre alle metodologie di rilevazione, di attribuzione e di gestione dei costi dell'impresa.

Temi

Tecniche di analisi e di controllo. Programmazione di breve periodo e budget. Funzioni, processi e strumenti di pianificazione, programmazione e controllo di gestione. Strumenti tecnico contabili del controllo di gestione. Collegamenti tra controllo e pianificazione. Struttura tecnico contabile del controllo di gestione. Trattamento dei costi per scopi di controllo. Mappa delle responsabilità. Budget e sua redazione.

**PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO – Budgeting (M2) 4 crediti**

Corso di laurea in Economia aziendale

Obiettivo

Illustrare i principi e le strumentazioni analitico-organizzative che caratterizzano i processi di programmazione e controllo integrati delle imprese. In particolare, analizzare gli aspetti organizzativi e strategici del controllo e le metodologie di programmazione di breve periodo e di budget.

Temi

Rappresentazione e valutazione delle principali voci di bilancio. Principi contabili nazionali ed internazionali e valutazioni. Rendiconti finanziari.

Propedeuticità consigliate

Programmazione e controllo - Contabilità e controllo dei costi (M1)

**PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO DELLE AZIENDE PUBBLICHE 4 crediti**

Corso di laurea in Economia aziendale

Obiettivo

Illustrare, anche tramite esperienze concrete, le peculiarità delle logiche e degli strumenti di programmazione e controllo, così da permettere al laureato di svolgere un ruolo attivo nella progettazione e nell'utilizzo di tali strumenti.

Temi

Principali caratteristiche del sistema di contabilità pubblica. Ciclo di bilancio nell'azienda comunale. Specificità del sistema contabile nelle altre classi di aziende pubbliche Stato, Regioni, Aziende sanitarie. Principali tendenze evolutive dei sistemi contabili pubblici in Italia e negli altri Paesi ad economia di mercato.

Collegamento tra informazioni contabili e responsabilizzazione della dirigenza. Articolazione e focalizzazione dei sistemi di programmazione e controllo nelle aziende pubbliche. Analisi di best practices di controllo di gestione italiane e straniere.

**REVISIONE AZIENDALE 4 crediti**

Corso di laurea in Economia aziendale

Obiettivo

Fornire un quadro generale degli aspetti che caratterizzano dal punto di vista operativo e metodologico l'attività di revisione contabile e di certificazione di bilancio, con riferimento alle principali disposizioni di legge che la regolano.

Temi

Definizioni e descrizione della natura delle singole voci che compongono ogni area di bilancio oggetto di revisione. Aspetti contabili più rilevanti. Procedure di revisione statuite dal Consiglio Nazionale dei Dottori Commercialisti. Esempi di predisposizione dei programmi di audit relativamente ai diversi cicli aziendali e delle carte di lavoro. Modalità tramite le quali le analisi di bilancio, effettuate con la tecnica dei quozienti, consentono al revisore di valutare la capacità del bilancio di esercizio di rappresentare correttamente la realtà aziendale. Modalità attraverso le quali effettuare la revisione in gruppi di società bilancio consolidato.

**RISPARMIO E SCELTE FINANZIARIE DELLE FAMIGLIE 4 crediti**

Corso di laurea in Scienze economiche e sociali

Obiettivo

Fornire la capacità di raccordare diversi profili di risparmiatori con le scelte di investimento finanziarie e reali,

con particolare riguardo ai costi e ai benefici del risparmio gestito.

Temi

Determinanti del risparmio privato. Risparmio diretto e tramite investitori istituzionali. Scelte di allocazione del portafoglio, reali e finanziarie. Risparmio con finalità pensionistiche e fondi pensione. Evidenza empirica del caso italiano.



SCIENZA DELLE FINANZE 4 crediti

Corsi di laurea in Economia aziendale, Economia e marketing internazionale, Scienze economiche e sociali
Prof. Paolo Silvestri

Obiettivo

Fornire un quadro della finanza pubblica italiana, con particolare riguardo al sistema fiscale.

Temi

Descrizione dei soggetti dell'attività finanziaria pubblica, delle entrate e delle uscite delle Amministrazioni Pubbliche. Bilancio dello Stato e Legge finanziaria. Elementi di teoria della tassazione. Tributi nell'economia italiana.

Propedeuticità consigliate

Introduzione alla microeconomia

[Programma dettagliato >>>](#)



SEMINARIO DI STORIA DEL PENSIERO ECONOMICO 4 crediti

Corso di laurea in Scienze economiche e sociali

Obiettivo

Il seminario si prefigge di lavorare con gli studenti sulla lettura dei testi e sul loro inquadramento nel contesto analitico e storico.

Temi

Gli autori prescelti per l'approfondimento sono Alfred Marshall e Maynard Keynes. I testi riguardano, rispettivamente: a) l'equilibrio del mercato, l'economia dell'industria, il salario, la questione sociale, il linguaggio economico; b) l'equilibrio del reddito, la domanda effettiva, il mercato del lavoro, il ruolo dello stato, le aspettative, il metodo della scienza economica.

Propedeuticità consigliate

Storia del pensiero economico



SISTEMI DI WELFARE 4 crediti

Corsi di laurea in Economia aziendale, Scienze economiche e sociali
Prof. Paolo Silvestri

Obiettivo

Fornire le motivazioni dell'intervento pubblico nel campo della spesa sociale e i principali strumenti per l'analisi economica dell'evoluzione e dell'attuale struttura del welfare nel nostro paese.

Temi

Trade-off tra efficienza ed equità nell'intervento pubblico. Efficienza richiamo della teoria sui fallimenti del mercato Beni pubblici, Esternalità, Asimmetrie informative. Equità beni di merito, equità consequenziale e procedurale, diritti di cittadinanza. Modelli di welfare state. Sistemi pensionistici, sanità, assistenza, ammortizzatori sociali, istruzione.

[Programma dettagliato >>>](#)



SOCIOLOGIA DEL LAVORO 4 crediti

Corso di laurea in Scienze economiche e sociali

Obiettivo

Illustrare le linee generali dell'elaborazione teorica sulle tematiche del lavoro, del non lavoro e della divisione del lavoro da A.Smith a E.Durkheim.

Temi

Primi studi sull'organizzazione del lavoro. Nascita della sociologia del lavoro come filone specifico di ricerca ed elaborazione. Parallela evoluzione degli studi sulla disoccupazione. Tre forme storiche generali del fenomeno. Sviluppi della sociologia del lavoro in America e in Europa nell'ultimo mezzo secolo. Sociologia del lavoro di fronte ai processi di cambiamento delle strutture occupazionali nelle società avanzate. Internazionalizzazione del mercato del lavoro e segmentazione dei mercati nazionali. Crisi del modello taylorista e processi di terziarizzazione. Caratteristiche nuove dei movimenti migratori nella "società dei due terzi". Immigrazione e struttura dell'occupazione.



SOCIOLOGIA GENERALE 4 crediti

Corso di laurea in Scienze economiche e sociali

Obiettivo

Definire ed approfondire alcune categorie fondamentali per la ricerca sociologica, attraverso la lettura comparata di opere di autori classici.

Temi

Genesi dello stato moderno e della società industriale. Sociologia implicita, dal mercantilismo ad A. Smith. Alcune categorie fondative nelle opere di autori classici Comte, Marx, Spencer, Durkheim. Economia e società nell'opera di M. Weber. Ricerca e impegno sociale nei lavori della scuola di Chicago. Nozione di attore sociale e tendenze attuali della sociologia europea.



STATISTICA 8 crediti

Corsi di laurea in Economia aziendale, Economia e marketing internazionale, Scienze economiche e sociali
Prof. Michele Lalla - Dott.ssa Cinzia Mortarino

Obiettivo

Illustrare gli elementi basilari di statistica descrittiva, di probabilità, e di inferenza.

Temi

Indicatori di sintesi di una distribuzione media, scarto quadratico medio. Rappresentazioni grafiche. Distribuzione normale. Correlazione e regressione lineare. Elementi di probabilità. Distribuzione binomiale. Teorema del limite centrale per somma, media, e proporzioni. Indagini campionarie bernoulliane, casuali semplici e distribuzione campionaria di somma, media, e proporzioni. Accuratezza di medie e proporzioni. Modelli probabilistici gaussiani e mendeliani. Intervalli di confidenza. Verifica di ipotesi per medie e proporzioni test Z e T di Student. Test Chi-quadrato.

[Programma dettagliato >>>](#)



STATISTICA 8 crediti

Corso di laurea in Economia e commercio, percorso Economia, reti, informazione
Dott.ssa Cinzia Mortarino - Prof. Alberto Roverato

Obiettivo

Fornire gli elementi di base, sia metodologici che operativi, per l'analisi dell'informazione espressa in termini quantitativi.

Temi

Principali misure di sintesi dei dati. Rappresentazioni grafiche. Regressione lineare. Approccio frequentista alla probabilità. Stima puntuale. Stima per intervalli. I test di significatività. Uso del pacchetto statistico "R".

[Programma dettagliato >>>](#)

**STATISTICA SOCIALE** 4 crediti

Corso di laurea in Scienze economiche e sociali

Obiettivo

Illustrare alcune estensioni del modello di regressione lineare, mantenendo un livello elementare nell'esposizione, basato sul saper fare, ossia applicare le tecniche a un insieme di dati e interpretare i risultati ottenuti con un programma di elaborazione statistica, quale SPSS Statistical Package for the Social Sciences.

Temi

Il processo di ricerca: paradigmi, concetti, proposizione e teorie. Variabili e "scale" di misura qualitative sconnesse, ordinate e quantitative di intervalli, di rapporto, di conteggio. Indicatori. Costruzione di variabili quantitative: indicatori semplici, composti, additivi, non additivi; le scale psico-sociologiche di Thurstone e Likert. Analisi della varianza ANOVA. Confronto tra due o più gruppi indipendenti t-test e F-test, rispettivamente, per uno o più fattori variabili esplicative. Confronto tra due o più gruppi dipendenti, per uno o più fattori variabili esplicative casi semplici di dati panel o misure ripetute. Analisi della covarianza ANCOVA. Regressione logistica e di Poisson.

**STORIA DEL PENSIERO ECONOMICO** 4 crediti

Corso di laurea in Scienze economiche e sociali

Prof.ssa Antonella Picchio

Obiettivo

Analizzare i modi in cui gli economisti del passato hanno analizzato la realtà del loro tempo.

Temi

Concetti analitici utilizzati dagli economisti moderni. Aspetti tuttora rilevanti del pensiero economico del passato. Formazione del pensiero economico classico mercantilismo, teorie del sovrappiù, teoria del fondo salari, passaggio alle teorie marginaliste, "rivoluzione" keynesiana. Temi dello sviluppo, del mercato del lavoro salari, occupazione, standards di vita e della relazione fra stato e mercato welfare. Mercantilismo. Illuminismo scozzese. Fisiocrazia. Smith, Ricardo, Malthus, J.S. Mill, Marx, Jevons, Marshall, Walras, Keynes.

[Programma dettagliato >>>](#)

**STORIA ECONOMICA** 8 crediti

Corsi di laurea in Economia aziendale, Economia e marketing internazionale, Scienze economiche e sociali

Dott. Andrea Giuntini - Prof. Giuliano Muzzioli

Obiettivo

Analizzare il passaggio dalla meccanizzazione all'automazione 1750-2000.

Temi

Lettura economico-sociale di queste due recenti, grandi trasformazioni della storia dell'umanità.

I parte. Principali aspetti economico-sociali della società che è venuta industrializzandosi con la Prima Rivoluzione Industriale inglese della seconda metà del Settecento.

II parte. Seconda Rivoluzione Industriale. Modalità con cui la rivoluzione cibernetica, elettronica, robotica, informatica e l'utilizzo di strumenti quali i calcolatori elettronici, i computer, i robot, ecc. hanno modificato l'attività economica e la società dalla seconda guerra mondiale ad oggi con particolare riferimento agli aspetti della informazione-comunicazione.

[Programma dettagliato \(A-E\) e \(F-O\) >>>](#)

[Programma dettagliato \(P-Z\) >>>](#)

**STORIA ECONOMICA E POLITICA DELLA UE** 4 crediti

Corso di laurea in Scienze economiche e sociali

Obiettivo

Studiare l'integrazione economica e politica dell'Unione Europea dalla fine della 2° guerra mondiale ad oggi.

Temi

Piano Marshall e ripresa economica europea. Liberalizzazione del commercio europeo. Primi tentativi di integrazione economica europea. Nascita della Comunità economica europea. Sistema monetario europeo. Secondo rilancio europeo Unione economica e monetaria. Politiche settoriali dalla PAC al completamento del mercato interno. Futuro allargamento.



TASSAZIONE DELLE ATTIVITA' FINANZIARIE 4 crediti

Corso di laurea in Scienze economiche e sociali

Obiettivo

Fornire una conoscenza approfondita della tassazione delle attività finanziarie tradizionali e innovative e degli intermediari finanziari nel nostro paese e un'analisi accurata delle tematiche del coordinamento fiscale in ambito comunitario ed internazionale.

Temi

Tassazione dei redditi di capitale inquadramento teorico. Tassazione delle attività finanziarie in Italia. Tassazione degli intermediari finanziari in Italia. Risparmio previdenziale e assicurativo. Profili fiscali dell'e-banking. Coordinamento della tassazione dei redditi di capitale in ambito comunitario. Tassazione dei redditi finanziari in ambito internazionale harmful competition, paradisi fiscali e modello Ocse di convenzione contro le doppie tassazioni.



TECNOLOGIA DEI CICLI PRODUTTIVI 4 crediti

Corso di laurea in Economia aziendale

Obiettivo

Studiare la gestione dei flussi di materiali, di energia e di tecnologia dei sistemi aziendali al fine di una più efficiente valorizzazione economica. Sono altresì oggetto di studio le analisi costo/benefici tra le procedure tradizionali e le nuove impostazioni basate sul concetto di flusso.

Temi

Cicli, processi e filiere nell'ambito produttivo e commerciale con riferimento al rapporto tra scienza, tecnologia e merce. Conoscenze scientifiche ed evoluzione tecnologica nei differenti settori merceologici. Tecnologia e sistemi di produzione. Sicurezza in azienda. Strumenti tecnico/economici per la valorizzazione del sistema aziendale: tecniche di end-of-pipe, innovazione, sistema qualità aziendale, audit e bilancio ambientale, ecoefficienza ecc.



TEMI SPECIALI DI BILANCIO 4 crediti

Corso di laurea in Economia aziendale

Obiettivo

Introdurre alle problematiche operative che si possono incontrare nella realtà della libera professione di Dottore Commercialista in particolare si vuole sviluppare la capacità di operare con quella visione interdisciplinare aziendale, giuridica, fiscale che è connaturata alla libera professione.

Temi

Trasformazione di società. Fusione di Società. Scissione di Società. Liquidazione di Società. Cessione e conferimento di azienda. Affitto di azienda. Principali problematiche connesse allo svolgimento dell'attività di Sindaco di Società anche alla luce dei Principi di comportamento del Collegio Sindacale emanati dai Consigli Nazionali dei Dottori Commercialisti e dei Ragionieri. Cenni sugli aspetti istituzionali della Professione e sui principi di deontologia professionale.



TEORIA DELLA CRESCITA 4 crediti

Corso di laurea in Scienze economiche e sociali

Obiettivo

Analizzare teoricamente ed empiricamente la crescita economica di lungo periodo e le cause del sottosviluppo e delle disuguaglianze di reddito tra paesi.

Temi

Analisi empirica delle disuguaglianze di reddito tra paesi, in un contesto storico, economico e politico. Teoria della crescita neoclassica, teoria della crescita endogena e dibattito sulla convergenza. Crescita della popolazione, accumulazione di capitale fisico e umano, progresso tecnico. Ruolo dei fattori politici, culturali e geografici. Politiche economiche e questione della globalizzazione. Tragedia dell'Africa e tigri asiatiche.



TEORIA E POLITICHE DEL COMMERCIO INTERNAZIONALE 4 crediti

Corso di laurea in Scienze economiche e sociali

Obiettivo

Illustrare le principali teorie dei flussi di commercio internazionale e le politiche che su di esse si fondano.

Temi

Schema di Ricardo. Schema Heckscher-Ohlin. Schema di concorrenza imperfetta. Teoria del ciclo del prodotto e sue varianti. Ragioni a favore e contro il libero scambio paesi sviluppati e paesi in via di sviluppo. Politiche di intervento settoriale. Funzionamento delle istituzioni internazionali interessate alla regolazione degli scambi multilaterali.



TEORIE DELL'INCERTEZZA E DELL'INFORMAZIONE 8 crediti

Corso di laurea in Economia e commercio, percorso Economia, reti, informazione

Prof. David Lane

Obiettivo

Analizzare la relazione tra incertezza, informazione, significato e azione.

Temi

Elementi della teoria delle probabilità necessari per sviluppare l'analisi delle decisioni e dell'aggiornamento delle valutazioni di gradi di credenza Bayesiani. Elementi della teoria dell'informazione di Shannon e relazione tra questa teoria e la teoria delle probabilità.

[Programma dettagliato >>>](#)

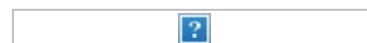


programmi sintetici
 corso di laurea triennale della sede di Reggio Emilia

docenti	insegnamenti	istruzioni per la stampa
propedeuticità	esami a libera scelta	programmi sintetici - sede di Modena
offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno	
offerta formativa 3° e 4° anno	offerta formativa dopo la laurea	

A B C [D](#) [E](#) [F](#) G H I [L](#) [M](#) [N](#) [O](#) [P](#) Q R [S](#) T U V W Z

- [Diritto commerciale](#)
- [Diritto dei contratti](#)
- [Diritto del lavoro](#)
- [Economia degli intermediari finanziari - Sistema finanziario \(M1\)](#)
- [Economia del mercato mobiliare](#)
- [Economia delle aziende e delle amministrazioni pubbliche](#)
- [Economia e gestione delle imprese commerciali - Strutture e forme distributive \(M1\)](#)
- [Economia e gestione delle imprese commerciali - Marketing delle imprese di distribuzione \(M2\)](#)
- [Economia e gestione delle imprese di servizi](#)
- [Economia pubblica](#)
- [Finanza aziendale - Analisi finanziaria \(M1\)](#)
- [Lingua francese](#)
- [Lingua spagnola](#)
- [Lingua tedesca](#)
- [Marketing](#)
- [Matematica finanziaria](#)
- [Metodologie e determinazioni contabili - Bilancio \(M1\)](#)
- [Organizzazione aziendale - Forme organizzative \(M1\)](#)
- [Organizzazione aziendale - Comportamento organizzativo \(M2\)](#)
- [Organizzazione delle risorse umane](#)
- [Politica economica](#)
- [Scienza delle finanze](#)
- [Sistemi di welfare](#)
- [Statistica](#)



DIRITTO COMMERCIALE 8 crediti
 Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi
 Dott. Ettore Rocchi

Obiettivo

Favorire la comprensione e l'apprendimento degli strumenti giuridici che regolano l'organizzazione dell'attività economica e la competizione tra i soggetti economici.

Temi

Impresa. Categorie di imprenditori. Statuto dell'imprenditore commerciale. Azienda commerciale e agricola. Rischio d'impresa e potere di direzione dell'impresa. Inizio e fine dell'impresa. Società di persone. Società di capitali con particolare attenzione verso la s.p.a. Società cooperative. Cenni sui titoli di credito.

Propedeuticità vincolanti

Istituzioni di diritto - Elementi di diritto privato (M2)

Istituzioni di diritto - secondo corso semestrale (a.a. 2000/2001)

[Programma dettagliato >>>](#)



DIRITTO DEI CONTRATTI 4 crediti

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi

Obiettivo

Approfondire l'analisi delle basi istituzionali del diritto privato con particolare riguardo alle norme del codice civile sui contratti in generale.

Temi

Formazione del contratto, esecuzione e impugnazione dei contratti, differenziati a seconda della tipologia delle parti contraenti, con speciale attenzione ai contratti business to business, business to consumer e tra privati consumatori.



DIRITTO DEL LAVORO 4 crediti

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi

Obiettivo

Studiare le regole giuridiche del rapporto individuale di lavoro subordinato.

Temi

Principi fondamentali del diritto del lavoro e fonti. Rapporto di lavoro: costituzione, gestione e scioglimento del contratto. Diritto sindacale: contratto collettivo, contrattazione collettiva, sciopero.



ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI – Sistema finanziario (M1) 4 crediti

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi

Prof. Riccardo Ferretti

Obiettivo

Fornire gli elementi di base sulle funzioni, l'operatività e l'articolazione del sistema finanziario.

Temi

Funzioni del sistema finanziario. Saldi finanziari e i canali di intermediazione. Politica monetaria e sistema dei pagamenti. Architettura dei mercati e tipologie degli intermediari finanziari.

[Programma dettagliato >>>](#)



ECONOMIA DEL MERCATO MOBILIARE 8 crediti

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi

Obiettivo

Conoscere, valutare e gestire i principali strumenti negoziati sul mercato mobiliare. Comprendere il funzionamento e la regolamentazione dei mercati mobiliari italiani.

Temi

Azioni, titoli a reddito fisso e strumenti derivati: caratteristiche tecniche e valutazione. Misurazione e gestione dei rischi. Microstruttura del mercato mobiliare: mercati primari e secondari. La regolamentazione dei mercati mobiliari italiani: organi e strumenti di vigilanza.



ECONOMIA DELLE AZIENDE E DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE 8 crediti

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi

Obiettivo

Fornire uno schema concettuale idoneo a comprendere come i principi generali dell'amministrazione di azienda si applichino nei contesti pubblici, e dunque a conoscere i diversi sistemi concreti di amministrazione pubblica e trarre indicazioni su come essa possa essere resa funzionale alla moderna società.

Temi

Contributo dell'amministrazione pubblica alla produttività del Paese e alla qualità della vita. Natura dei bisogni collettivi, natura dei beni indivisibili e non esclusivi nell'uso e riflessi sull'economicità aziendale e sul sistema di misurazione del valore dell'azione pubblica. Dimensione reale e dimensione finanziaria dei risultati dell'attività dell'azienda pubblica. Forme di gestione dei servizi pubblici scuola, sanità, servizi sociali. Sistemi di amministrazione pubblica in Europa e nei Paesi OCSE. Tendenze al rinnovamento della P.A. e diversi approcci: principi di aziendalizzazione ed efficienza, paradigma del New public management, sistemi di competitività all'interno del pubblico e tra pubblico e privato. Gestione dei servizi ed e-government.



ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE COMMERCIALI – Strutture e forme distributive

(M1) 4 crediti

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi

Obiettivo

Fornire un quadro analitico del settore della distribuzione commerciale, con particolare riferimento alle imprese commerciali al dettaglio di Grande Distribuzione Organizzata.

Temi

Struttura del sistema distributivo italiano e quadro normativo che lo disciplina. Funzione economica del commercio all'interno del canale di distribuzione. Concetti di servizio commerciale, forma distributiva e forma aziendale.



ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE COMMERCIALI – Marketing delle imprese di distribuzione (M2) 4 crediti

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi

Obiettivo

Illustrare il comportamento di mercato delle imprese commerciali operanti nel comparto dei beni di largo e generale consumo relativamente alle decisioni di marketing strategico ed operativo.

Temi

Tematiche relative alla gestione strategica ed operativa dell'impresa commerciale, con particolare riferimento a: decisioni di localizzazione, innovazione e sviluppo. Strumenti del retailing mix.

Propedeuticità consigliate

Economia e gestione delle imprese commerciali - Strutture e forme distributive (M1)



ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE DI SERVIZI 8 crediti

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi

Prof. Marcello Tedeschi

Obiettivo

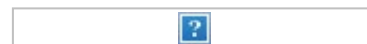
Fornire una trattazione organica degli aspetti teorici e gestionali delle imprese di servizi. Le peculiarità e gli elementi che caratterizzano un'impresa erogatrice di servizi e la nozione stessa di servizio non consentono una generalizzazione dei tradizionali concetti gestionali e di marketing.

Temi

Modalità di organizzazione dell'attività aziendale. Personale di contatto. Natura intangibile del servizio. Ruolo svolto dal cliente nella fase di acquisto. Particolare attenzione sarà rivolta a: modalità di gestione; capacità di

riproduzione ed innovazione del servizio; diversificazione, determinazione dei prezzi; formazione delle aspettative e dei giudizi del consumatore; qualità del servizio e logiche di misurazione.

[Programma dettagliato >>>](#)



ECONOMIA PUBBLICA 8 crediti

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi

I parte "Federalismo fiscale"

Obiettivo

Fornire le conoscenze sulle problematiche dei modelli di federalismo fiscale a livello nazionale e sovranazionale.

Temi

Allocazione delle funzioni tra diversi livelli di governo. Principio di sussidiarietà. Livello sovranazionale: Patto di stabilità e crescita; problematiche sui limiti del debito pubblico; strumenti della politica fiscale nell'Unione Monetaria. Livello nazionale: Modelli di trasferimenti intergovernativi; finanziamento degli enti decentrati in Italia.

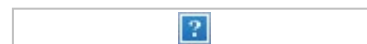
II parte "Offerta e finanziamento dei servizi sociali"

Obiettivo

Esaminare le problematiche della separazione della funzione di produzione dei servizi pubblici da quella del loro finanziamento con particolare riferimento all'attività di regolamentazione delle attività affidate al settore privato, in senso stretto o nella forma di organizzazioni senza finalità di lucro.

Temi

Principi di determinazione dell'accesso e della partecipazione al costo nei servizi sociali. Targeting e means testing. Indicatore della situazione economica. Processi di privatizzazione nei servizi sociali. Contracting out. Quasi mercati. Analisi economica delle organizzazioni non profit. Settore non profit in Italia.



FINANZA AZIENDALE – Analisi finanziaria (M1) 4 crediti

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi

Dott. Emilio Roncoroni

Obiettivo

Introdurre al tema della gestione finanziaria dell'impresa, tramite lo studio della rappresentazione della dinamica finanziaria aziendale e delle sue determinanti.

Temi

Riclassificazione del bilancio secondo i criteri finanziario e della pertinenza gestionale. Indici di bilancio. Principi e strumenti dell'analisi della dinamica finanziaria: prospetto dei flussi e rendiconto. Principi e strumenti della pianificazione finanziaria: budget di cassa e bilancio pro-forma.

[Programma dettagliato >>>](#)



LINGUA FRANCESE 4 crediti

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi

Obiettivo

Sviluppare abilità comunicative di base atte a produrre discorsi elementari in situazioni abituali e in situazioni attinenti le scienze sociali ed economico-aziendali.

Temi

Strutture morfo-sintattiche della lingua. Lessico di base ed elementi del lessico socio-economico.



LINGUA SPAGNOLA 4 crediti

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi

Obiettivo

Sviluppare abilità comunicative di base che consentano di stabilire contatti in situazioni abituali, e in situazioni attinenti alle discipline specifiche della Facoltà.

Temi

Strutture morfosintattiche e lessico di base della lingua.



LINGUA TEDESCA 4 crediti

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi

Obiettivo

Sviluppare abilità comunicative di base atte a stabilire contatti in situazioni di tutti i giorni ed in situazioni attinenti alle discipline specifiche della Facoltà.

Temi

Strutture morfosintattiche della lingua tedesca. Lessico di base, con particolare riferimento al lessico socio-economico.



MARKETING 8 crediti

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi

Obiettivo

Analizzare i principali sviluppi della teoria e della strumentazione operativa del marketing nell'ambito dei rapporti di scambio tra imprese industriali, tra imprese industriali e consumatori finali, tra imprese industriali e intermediari commerciali.

Temi

Marketing come gestione delle relazioni fornitore cliente nei mercati dei beni industriali. Complessità dell'offerta dei produttori di beni industriali. Modello di acquisto industriale. Relazione fornitore-cliente modelli di analisi della relazione fornitore-cliente. Ciclo di vita delle relazioni. Gestione del portafoglio clienti modelli di valutazione dei clienti e strategie di gestione.

Marketing rivolto ai consumatori finali. Criteri e strumenti di segmentazione e selezione dei mercati. Prodotto: concetto di prodotto, analisi e gestione del portafoglio prodotti, strategie di marca, confezione come leva di differenziazione, gestione del ciclo di vita del prodotto. Prezzo: obiettivi e metodologie della determinazione e della gestione del prezzo. Distribuzione: alternative in tema di canali distributivi, struttura della forza di vendita. Comunicazione: concetto di comunicazione e sua applicazione nell'ambito del marketing.

Marketing rivolto agli intermediari commerciali. Strategie di trade marketing.



MATEMATICA FINANZIARIA 4 crediti

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi

Dott. Carlo Alberto Magni

Obiettivo

Fornire gli strumenti di teoria del credito necessari per affrontare problemi di valutazione e scelta in ambito economico, finanziario ed aziendale.

Temi

Operazioni finanziarie elementari e regimi di capitalizzazione e di sconto. Tassi equivalenti. Rendite e costituzione di capitale. Criteri di scelta tra investimenti. Ammortamento di prestiti indivisi e loro valutazione. Prestiti divisi valutazione di obbligazioni con e senza cedola. Elementi di gestione del portafoglio

obbligatorio duration e immunizzazione.

Propedeuticità consigliate

Matematica

Matematica generale (a.a. 2000/2001)

[Programma dettagliato >>>](#)



METODOLOGIE E DETERMINAZIONI CONTABILI – Bilancio (M1) 4 crediti

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi

Prof. Mauro Zavani

Obiettivo

Approfondire le tematiche inerenti la contabilità e la formazione del bilancio di esercizio.

Temi

Operazioni di chiusura e di riapertura dei conti. Aspetti generali del bilancio di esercizio. Formazione del bilancio di esercizio e determinazione del capitale e del reddito di esercizio. Forme, strutture e contenuto degli schemi del bilancio. Aspetti di rappresentazione e valutazione delle principali voci. Principi contabili nazionali e internazionali.

Propedeuticità vincolanti

Economia aziendale

[Programma dettagliato >>>](#)



ORGANIZZAZIONE AZIENDALE – Forme organizzative (M1) 4 crediti

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi

Prof. Massimo Neri

Obiettivo

Introdurre il partecipante ai criteri di progettazione e all'analisi delle diverse strutture che derivano dalla loro applicazione.

Temi

Forme e criteri di progettazione organizzativa. Configurazioni forma semplice, forme funzionali, forme divisionali, forme multinazionali e globali. Relazioni inter-organizzative reti d'impresa. Reti inter-aziendali nel processo di internazionalizzazione.

[Programma dettagliato >>>](#)



ORGANIZZAZIONE AZIENDALE – Comportamento organizzativo (M2) 4 crediti

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi

Prof. Massimo Neri

Obiettivo

Affrontare i temi e fornire i concetti di base necessari per la comprensione del comportamento individuale e di gruppo nella situazione di lavoro organizzata.

Temi

Relazione e comportamento organizzativo. Percezione e decisione. Decisione individuale e decisione di gruppo. Ruolo e dinamiche di gruppo. Comunicazione. Negoziazione situazioni e strategie negoziali.

Propedeuticità consigliate

Organizzazione aziendale - Forme organizzative (M1)

[Programma dettagliato >>>](#)



ORGANIZZAZIONE DELLE RISORSE UMANE 4 crediti

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi

Obiettivo

Introdurre alla gestione delle persone nell'ambito delle amministrazioni pubbliche.

Temi

Personnel idea. Reclutamento e selezione. Motivazione individuale e leve di gestione del personale. Controllo e valutazione della prestazione individuale e di gruppo. Politiche retributive e sistemi di incentivazione. Disegno dei sentieri di carriera. Mobilità del personale.



POLITICA ECONOMICA 4 crediti

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi

Obiettivo

Analizzare la politica monetaria e la politica fiscale nel contesto di sistemi economici di rilevanti dimensioni aperti agli scambi finanziari e commerciali con il resto del mondo.

Temi

Unione Monetaria Europea e Patto di stabilità e crescita. Politiche fiscali in economia aperta. Politiche della domanda e politiche dell'offerta. Regole di politica monetaria e confronto tra conduzione della politica monetaria, nell'esperienza recente, in Europa e negli Stati Uniti Banca Centrale Europea e Federal Reserve. Un tema di approfondimento: la lenta crescita dell'Italia negli anni '90.



SCIENZA DELLE FINANZE 4 crediti

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi

Prof.ssa Maria Cecilia Guerra

Obiettivo

Fornire un quadro della finanza pubblica italiana, con particolare riguardo al sistema fiscale.

Temi

Descrizione dei soggetti dell'attività finanziaria pubblica, delle entrate e delle uscite delle Amministrazioni Pubbliche. Bilancio dello Stato e Legge finanziaria. Elementi di teoria della tassazione. Tributi nell'economia italiana.

Propedeuticità consigliate

Introduzione alla microeconomia

[Programma dettagliato >>>](#)



SISTEMI DI WELFARE 4 crediti

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi

Prof.ssa Maria Cecilia Guerra

Obiettivo

Fornire le motivazioni dell'intervento pubblico nel campo della spesa sociale e i principali strumenti per l'analisi economica dell'evoluzione e dell'attuale struttura del welfare nel nostro paese.

Temi

Trade-off tra efficienza ed equità nell'intervento pubblico. Efficienza richiamo della teoria sui fallimenti del mercato Beni pubblici, Esternalità, Asimmetrie informative. Equità beni di merito, equità consequenziale e procedurale, diritti di cittadinanza. Modelli di welfare state. Sistemi pensionistici, sanità, assistenza, ammortizzatori sociali, istruzione.

[Programma dettagliato >>>](#)



STATISTICA 8 crediti

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi

Dott. Franco Torelli

Obiettivo

Illustrare gli elementi basilari di statistica descrittiva, di probabilità, e di inferenza.

Temi

Indicatori di sintesi di una distribuzione media, scarto quadratico medio. Rappresentazioni grafiche. Distribuzione normale. Correlazione e regressione lineare. Elementi di probabilità. Distribuzione binomiale. Teorema del limite centrale per somma, media, e proporzioni. Indagini campionarie bernoulliane, casuali semplici e distribuzione campionaria di somma, media, e proporzioni. Accuratezza di medie e proporzioni. Modelli probabilistici gaussiani e mendeliani. Intervalli di confidenza. Verifica di ipotesi per medie e proporzioni test Z e T di Student. Test Chi-quadrato.

[Programma dettagliato >>>](#)



REVISIONE AZIENDALE (semestrale)

Quarto anno

Corso di laurea in Economia aziendale

Dott. Marco Bongiovanni

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 31 ottobre 2001

Programma del corso

ASPETTI ISTITUZIONALI E METODOLOGICI: Concetti generali. Quadro normativo. Redazione e revisione del bilancio. Fasi della revisione. Strumenti e tecniche. Controllo interno. Relazione di certificazione.

REVISIONE DEL BILANCIO D'ESERCIZIO: Immobilizzazioni immateriali. Immobilizzazioni materiali e fondi di ammortamento. Titoli e partecipazioni. Rimanenze - Costo e valore della produzione. Crediti - Ciclo ricavi e incassi. Cassa e banche. Ratei e risconti. Patrimonio netto - Risultati d'esercizio. Costi del personale - TFR. Debiti - Ciclo acquisti e pagamenti.

REVISIONE DEL BILANCIO CONSOLIDATO: Generalità. Quadro normativo. Prospetti di bilancio consolidato. Teorie e tecniche di consolidamento. La revisione del bilancio consolidato.

Testi

Dispensa a cura del docente



SCIENZA DELLE FINANZE

Terzo anno

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia

Prof.ssa Maria Cecilia Guerra

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 15 dicembre 2001

Programma del corso

L'insegnamento si propone di fornire gli strumenti di teoria economica e le conoscenze istituzionali del sistema finanziario italiano necessari alla comprensione delle politiche fiscali (allocative, redistributive e di stabilizzazione) con particolare riferimento all'economia italiana.

L'OGGETTO DELLA SCIENZA DELLE FINANZE

1. UN QUADRO DELLA FINANZA PUBBLICA ITALIANA

1. Il conto economico consolidato delle AP: alcune definizioni. - 2. Aspetti quantitativi generali. - 3. Le entrate delle Amministrazioni Pubbliche. - 4. Le spese delle Amministrazioni pubbliche. - 5. Il debito pubblico. - 6. La definizione dei soggetti dell'attività finanziaria pubblica nei documenti di politica economica.

2. TEORIE GENERALI DELLA FINANZA PUBBLICA, BENI PUBBLICI E FALLIMENTI DEL MERCATO

1. Economia privata ed economia pubblica. 1.1 Teoria normativa e teoria positiva. 1.2 Sintesi dei risultati dell'Economia del benessere. 1.3 La funzione del benessere sociale. - 2. Economia con beni pubblici. - 3. Altre cause di fallimento del mercato. - 4. Il monopolio. - 5. Le esternalità. - 6. Asimmetrie informative: rischi sociali, mercato assicurativo e intervento pubblico.

3. LA SPESA PER IL "WELFARE STATE"

1. Il "welfare state". 1.1 Le prestazioni del Ws. 1.2 Spiegazioni dell'intervento pubblico. 1.3 Trasferimenti monetari e trasferimenti specifici. 1.4 Modalità di finanziamento delle spese di Ws. - 2. Le pensioni. 2.1 Natura dell'istituto e ragioni dell'intervento pubblico. 2.2 Sistemi a ripartizione e a capitalizzazione. 2.3 Sistemi a contribuzione definita e a prestazione definita. 2.4 Sistemi di tipo retributivo e di tipo contributivo. 2.5 Possibili patti intergenerazionali. 2.6 I problemi di transizione da un sistema a ripartizione a un sistema a capitalizzazione. 2.7 Il sistema pensionistico italiano. 2.8 La riforma Amato. 2.9 La riforma Dini. 2.10 La previdenza integrativa. - 3. La sanità. 3.1 Natura del servizio. 3.2 Ragioni dell'intervento pubblico. 3.3 Modelli di organizzazione dei servizi sanitari. 3.4 I Quasi mercati: più concorrenza nello stato. 3.5 Il sistema sanitario italiano. - 4. Gli ammortizzatori sociali. 4.1 Ragioni dell'intervento pubblico. 4.2 Gli ammortizzatori sociali in Italia. - 5. L'assistenza. 5.1 Ragioni dell'intervento pubblico. 5.2. Programmi selettivi, universali e categoriali. Trasferimenti monetari e prestazioni di servizi. 5.3. I programmi di contrasto della povertà. 5.4. Programmi integrati sussidi-imposte. 5.5 Gli istituti di spesa per assistenza in Italia. - 6. L'istruzione. 6.1 Natura del servizio. 6.2 Ragioni dell'intervento pubblico. 6.3 Il finanziamento dell'istruzione. 6.4 Produzione pubblica e privata. 6.5 Aspetti del sistema di istruzione italiano.

4. TEORIA DELL'IMPOSTA

1. Le entrate pubbliche. 1.1. La fissazione del prezzo dei beni e servizi offerti dallo stato. 1.2. I fini extra-fiscali

delle entrate pubbliche. - 2. Classificazione delle imposte. - 3. Gli elementi costitutivi dell'imposta. - 4. Struttura delle aliquote e progressività delle imposte. - 5. Imposte dirette e indirette. - 6. Imposte reali e imposte personali. - 7. Discriminazione qualitativa dei redditi e dual income tax. - 8. Deduzioni dall'imponibile, detrazioni dall'imposta e tax expenditures. - 9. Criteri di ripartizione del carico tributario. - 10. Eccesso di pressione, tassazione ottimale e progressività dell'imposta.

5. GLI EFFETTI ECONOMICI DELLE IMPOSTE

1. Gli effetti distorsivi delle imposte. 1.1 Offerta di lavoro. 1.2. Consumo e risparmio. - 2. L'incidenza delle imposte in equilibrio parziale. 2.1 Tassonomia degli effetti economici delle imposte. 2.2. La teoria dell'incidenza. 2.3. Effetti delle imposte indirette in concorrenza perfetta. 2.4. Effetti delle imposte in monopolio.

6. IL BILANCIO DELLO STATO E LA LEGGE FINANZIARIA

1. La struttura formale del bilancio. 1.1 L'articolazione del bilancio. 1.2. Diverse tipologie di bilancio. 1.3 Un esempio numerico che illustra la formazione dei residui passivi. 1.4 La classificazione del bilancio. 1.5 I saldi, o risultati differenziali, del bilancio. - 2. Il processo di bilancio. 2.1 Le fasi del bilancio. 2.2 Le regole. 2.3 La trama del processo di bilancio. 2.4 la Legge finanziaria. 2.5 Una prima area critica della manovra: il contenuto della Finanziaria. 2.6 Una seconda area critica della manovra: la definizione degli obiettivi. 2.7 Il potere di copertura. 2.8 La fase parlamentare. 2.9 Le modificazioni in corso d'esercizio.

7. IL SISTEMA TRIBUTARIO ITALIANO

1. Un quadro dell'imposte a livello erariale. - 2. Equità ed efficienza nell'imposizione personale sul reddito. La scelta della base imponibile: reddito prodotto, reddito entrata, reddito speso. Scelta dell'unità impositiva. Base imponibile reale o nominale. Reddito effettivo e reddito normale. - 3. L'Irpef. La determinazione del reddito imponibile. Strumenti di accertamento presuntivo. Evasione ed erosione dell'Irpef. La determinazione dell'imposta. Gli effetti redistributivi dell'Irpef. Gli effetti dell'inflazione sul gettito. - 4. Equità ed efficienza nell'imposizione sui redditi di impresa. La Dual income tax e la ricapitalizzazione delle imprese. L'imposizione societaria: Irpeg e credito di imposta. - 5. l'Iva. Le imposte generali sugli scambi e l'imposta sul valore aggiunto. Un confronto tra imposta plurifase cumulativa (tipo Ige) e imposta sul valore aggiunto. Aspetti istituzionali dell'Iva. Il Mercato Unico, l'armonizzazione delle imposte indirette e l'Iva sugli scambi intracomunitari. - 6. I tributi diretti regionali e locali e il decentramento fiscale. L'Irap. Le addizionali all'Irpef. L'Ici.

Modalità di valutazione

Alla fine del corso, è prevista una prova obbligatoria in forma scritta, la cui valutazione costituisce la votazione dell'esame. Lo studente che abbia superato positivamente la prova scritta e sia insoddisfatto del risultato conseguito può, al momento della registrazione del voto, sostenere un'ulteriore prova in forma orale, sull'intero programma, il cui esito, insieme al risultato dello scritto, concorre a definire la valutazione finale.

Testi

P. Bosi (a cura di), Corso di Scienza delle finanze, Il Mulino, Bologna, II° edizione del 2000, con esclusione dell'Appendice al Capitolo II; del Capitolo III, dell'Appendice al capitolo IV, e dei Capitoli dal VII al XII. Non costituiranno oggetto di esame i paragrafi 1.3, 2.1, 2.2, analisi in contesto normativo (p. 69) del paragrafo 2.4., 3, 7 da pag. 99 in poi (teorema di Coase) del capitolo 2; né i paragrafi 9.3. da p. 298 e 9.4. del capitolo 5, né il paragrafo 1.1. e l'analisi grafica contenuta al paragrafo 1.3. del capitolo 6

P. Bosi, M.C. Guerra, I tributi nell'economia italiana, Il Mulino, Bologna, edizione del 2001, con esclusione del paragrafo 5.3 e dei capitoli 6 e 10

Diapositive realizzate in Power Point relative alle prime tre lezioni introduttive sul welfare state e all'istruzione, appunti sull'istruzione: disponibili presso la segreteria del corso di laurea in Economia e gestione dei servizi (queste diapositive e altre diapositive relative all'intero corso possono essere scaricate dal sito del prof. Paolo Bosi, che è docente responsabile del corso di Scienza delle finanze presso la sede di Modena).

E' a disposizione, sul sito del docente P. Bosi e presso la segreteria del corso di laurea in Economia e gestione dei servizi, una dispensa contenente esercizi svolti.

SCIENZA DELLE FINANZE

Terzo anno

Corsi di laurea in Economia aziendale, Economia e commercio, Economia politica

Prof. Paolo Bosi (A-L)

Dott. Massimo Baldini (M-Z)

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 15 dicembre 2001

Programma del corso

L'insegnamento si propone di fornire gli strumenti di teoria economica e le conoscenze istituzionali del sistema



finanziario italiano necessari alla comprensione delle politiche fiscali (allocative, redistributive e di stabilizzazione) con particolare riferimento all'economia italiana.

L'oggetto della Scienza delle finanze.

1) UN QUADRO DELLA FINANZA PUBBLICA ITALIANA

1: Il conto economico consolidato delle AP: alcune definizioni. 2: Aspetti quantitativi generali. 3: Le entrate delle amministrazioni pubbliche. 4: Le spese delle amministrazioni pubbliche. 5: Il debito pubblico. 6: La definizione dei soggetti dell'attività finanziaria pubblica nei documenti di politica economica.

2) TEORIE GENERALI DELLA FINANZA PUBBLICA, BENI PUBBLICI E FALLIMENTI DEL MERCATO

1: Economia privata ed economia pubblica. 1.1 Teoria normativa e teoria positiva. 1.2 Sintesi dei risultati dell'economia del benessere. 1.3 La funzione del benessere sociale. 2: Economia con beni pubblici. 3: Altre cause di fallimento del mercato. 4: Il monopolio. 5: Le esternalità. 6: Asimmetrie informative: rischi sociali, mercato assicurativo e intervento pubblico.

3) LA SPESA PER IL "WELFARE STATE"

1: Il "welfare state". 1.1 Le prestazioni del Ws. 1.2 Spiegazioni dell'intervento pubblico. 1.3 Trasferimenti monetari e trasferimenti specifici. 1.4 Modalità di finanziamento delle spese di Ws. 2: Le pensioni. 2.1 Natura dell'istituto e ragioni dell'intervento pubblico. 2.2 Sistemi a ripartizione e a capitalizzazione. 2.3 Sistemi a contribuzione definita e a prestazione definita. 2.4 Sistemi di tipo retributivo e di tipo contributivo. 2.5 Possibili patti intergenerazionali. 2.6 I problemi di transizione da un sistema a ripartizione a un sistema a capitalizzazione. 2.7 Il sistema pensionistico italiano. 2.8 La riforma Amato. 2.9 La riforma Dini. 2.10 La previdenza integrativa. 3: La sanità. 3.1 Natura del servizio. 3.2 Ragioni dell'intervento pubblico. 3.3 Modelli di organizzazione dei servizi sanitari. 3.4 I quasi mercati: più concorrenza nello stato. 3.5 Il sistema sanitario italiano. 4: Gli ammortizzatori sociali. 4.1 Ragioni dell'intervento pubblico. 4.2 Gli ammortizzatori sociali in Italia. 5: L'assistenza. 5.1 Ragioni dell'intervento pubblico. 5.2 Programmi selettivi, universali e categoriali. Trasferimenti monetari e prestazioni di servizi. 5.3 I programmi di contrasto della povertà. 5.4 Programmi integrati sussidi-imposte. 5.5 Gli istituti di spesa per assistenza in Italia. 6: L'istruzione. 6.1 Natura del servizio. 6.2 Ragioni dell'intervento pubblico. 6.3 Il finanziamento dell'istruzione. 6.4 Produzione pubblica e privata. 6.5 Aspetti del sistema di istruzione italiano.

4) TEORIA DELL'IMPOSTA

1: Le entrate pubbliche. 1.1 La fissazione del prezzo dei beni e servizi offerti dallo stato. 1.2 I fini extra-fiscali delle entrate pubbliche. 2: Classificazione delle imposte. 3: Gli elementi costitutivi dell'imposta. 4: Struttura delle aliquote e progressività delle imposte. 5: Imposte dirette e indirette. 6: Imposte reali e imposte personali. 7: Discriminazione qualitativa dei redditi e dual income tax. 8: Deduzioni dall'imponibile, detrazioni dall'imposta e tax expenditures. 9: Criteri di ripartizione del carico tributario. 10: Eccesso di pressione, tassazione ottimale e progressività dell'imposta.

5) GLI EFFETTI ECONOMICI DELLE IMPOSTE

1: Gli effetti distorsivi delle imposte. 1.1 Offerta di lavoro. 1.2 Consumo e risparmio. 2: L'incidenza delle imposte in equilibrio parziale. 2.1 Tassonomia degli effetti economici delle imposte. 2.2 La teoria dell'incidenza. 2.3 Effetti delle imposte indirette in concorrenza perfetta. 2.4 Effetti delle imposte in monopolio.

6) IL BILANCIO DELLO STATO E LA LEGGE FINANZIARIA

1: La struttura formale del bilancio. 1.1 L'articolazione del bilancio. 1.2 Diverse tipologie di bilancio. 1.3 Un esempio numerico che illustra la formazione dei residui passivi. 1.4 La classificazione del bilancio. 1.5 I saldi, o risultati differenziali, del bilancio. 2: Il processo di bilancio. 2.1 Le fasi del bilancio. 2.2 Le regole. 2.3 La trama del processo di bilancio. 2.4 la Legge finanziaria. 2.5 Una prima area critica della manovra: il contenuto della Finanziaria. 2.6 Una seconda area critica della manovra: la definizione degli obiettivi. 2.7 Il potere di copertura. 2.8 La fase parlamentare. 2.9 Le modificazioni in corso d'esercizio.

7) IL SISTEMA TRIBUTARIO ITALIANO

1: Un quadro delle imposte a livello erariale. 2: Equità ed efficienza nell'imposizione personale sul reddito. La scelta della base imponibile: reddito prodotto, reddito entrata, reddito speso. Scelta dell'unità impositiva. Base imponibile reale o nominale. Reddito effettivo e reddito normale. 3: L'Irpef. La determinazione del reddito imponibile. Strumenti di accertamento presuntivo. Evasione ed erosione dell'Irpef. La determinazione dell'imposta. Gli effetti redistributivi dell'Irpef. Gli effetti dell'inflazione sul gettito. 4: Equità ed efficienza nell'imposizione sui redditi di impresa. La dual income tax e la ricapitalizzazione delle imprese. L'imposizione societaria: Irpeg e credito di imposta. 5: l'Iva. Le imposte generali sugli scambi e l'imposta sul valore aggiunto. Un confronto tra imposta plurifase cumulativa (tipo Ige) e imposta sul valore aggiunto. Aspetti istituzionali dell'Iva. Il mercato unico, l'armonizzazione delle imposte indirette e l'Iva sugli scambi intracomunitari. 6: I tributi diretti regionali e locali e il decentramento fiscale. L'Irap. Le addizionali all'Irpef. L'Ici.

Testi

P. Bosi (a cura), Corso di scienza delle finanze, Il Mulino, Bologna, II edizione, 2000, con esclusione dell'appendice al capitolo II; del capitolo III, dell'appendice al cap. IV, e dei capp. dal VII al XII

P. Bosi, M.C. Guerra, I tributi nell'economia italiana, Il Mulino, Bologna, 2001, con esclusione del par. 5.3 e dei capp. 6 e 10

SOCIOLOGIA

Terzo anno

Corso di laurea in Economia politica

Prof. Giovanni Mottura

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 5 giugno 2002

Programma del corso

1. L'AFFERMARSI DELLE SCIENZE SOCIALI

Il pensiero sociale negli imperi agrari. Le università medievali e la comparsa dell'intellettuale moderno. La prima scienza sociale: l'economia. L'istituzione delle scuole pubbliche e la rivoluzione universitaria. Lo sviluppo delle diverse discipline. L'affermazione della sociologia.

2. LA TRADIZIONE DEL CONFLITTO

La posizione cardine di Karl Marx. Un sociologo in ombra: Friedrich Engels. Max Weber e la teoria multidimensionale della stratificazione. La fusione delle idee marxiane e weberiane del XX secolo. Simmel, Coser e la teoria funzionalista del conflitto.

3. LA TRADIZIONE RAZIONAL-UTILITARISTICA

Ascesa e declino della filosofia utilitaristica. Il ritorno dell'individuo. I mercati del sesso e del matrimonio. Paradossi e limiti della razionalità. La scienza economica invade la sociologia e viceversa. La teoria razionale dello Stato. La scienza neo-utilitaristica dell'azione politica.

4. LA TRADIZIONE DURKHEIMIANA

La sociologia come scienza dell'ordine sociale. L'eredità macrosociologica. L'eredità antropologico-sociale. Le reti rituali di scambio: il nesso tra micro e macro. Il futuro della tradizione durkheimiana.

5. LA TRADIZIONE MICROINTERAZIONISTA

Una sociologia tutta americana. Il pragmatismo di Charles Sanders Peirce. La società esiste nella mente: Cooley. La sociologia del pensiero: Mead. Blumer e l'interazionismo simbolico. La sociologia della coscienza: Husserl, Schutz e Garfinkel. Il contrattacco di Erving Goffman.

Testi

R. Collins, Quattro tradizioni sociologiche. Manuale introduttivo di teoria della sociologia, Zanichelli, Bologna, 1996

SOCIOLOGIA POLITICA

Quarto anno

Corso di laurea in Economia politica

Prof. Giovanni Mottura

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 5 giugno 2002

Programma del corso

Il corso si prefigge di discutere il ruolo politico delle scienze sociali. A tal fine assume i cambiamenti oggettivi del contesto mondiale dopo il 1945 ed i problemi con essi aperti (nuovi stati ex coloniali; caduta dei blocchi; sviluppo disuguale nord-sud; crisi ambientale ecc.) come punto di riferimento per ridiscutere i caratteri contraddittori dello sviluppo (e della definizione di sviluppo e sottosviluppo) nel contesto della mondializzazione in corso. Quindi per sottolineare il ruolo sempre più politico delle scienze sociali, di fatto aggregate come strumenti di ricerca e interpretazione a progetti politici locali, nazionali, internazionali di intervento per lo sviluppo economico e sociale (non per caso oggi si parla sempre con maggiore frequenza di ricerca partecipante e di ricerca-azione). Detto ruolo può assolvere a funzioni positive (maggior conoscenza scientifica per meglio progettare ecc.) se gli scienziati sociali non restano prigionieri dei caratteri empirici della loro disciplina. Per rispondere a questa esigenza, che implica una assunzione di grande respiro culturale della scienza sociale, si possono individuare due necessità prioritarie: 1) l'esigenza di innovare il patrimonio di saperi ed i modelli interpretativi delle singole scienze sociali, adottando come criterio base di riferimento per l'osservazione di realtà date, strumenti di osservazione e interpretazione pluridisciplinari ed interdisciplinari, che permettano sia l'espressione dello specialismo che l'analisi comparata, ciò che solo un lavoro di ricerca in équipe può offrire; 2) la necessità del tutto attuale, auspicata da molti studiosi, di

superare la progettazione dall'alto nel far partecipare ed essere protagonisti dei progetti, per saperi e pareri, le popolazioni locali. Queste due indicazioni, se adottate nel lavoro di ricerca e progettazione, possono contribuire ad una più precisa comprensione, tanto fattuale che politica, sia del dualismo sviluppo-sottosviluppo, sia del proliferare di soggetti collettivi e individuali nell'attuale contesto della globalizzazione economica e dei mezzi di comunicazione.

Testi

S. Scamuzzi, Il sistema mondo, cap. XVIII del vol. AA.VV, Manuale di sociologia, UTET, Torino, 1997 (il capitolo è disponibile in dispensa)

N. Georgescu-Roegen, Per un'economia umana, in N. Georgescu-Roegen, Energia e miti economici, Bollati Boringhieri, Torino, 1998 (capitolo disponibile in dispensa)

C. Geertz, Mondo globale, mondi locali. Cultura e politica alla fine del ventesimo secolo, Il Mulino, Bologna, 1999

A.K. Sen, La libertà individuale come impegno sociale, Laterza, Bari, 1997

S. Latouche, L'occidentalizzazione del mondo, Bollati Boringhieri, Torino, 1992

G. Corm, Il nuovo disordine economico mondiale. Alle radici dei fallimenti dello sviluppo, Bollati Boringhieri, Torino, 1994

T. Aymone, Amazzonia, i popoli della foresta, Bollati Boringhieri, Torino 1996

M. Crozier, La crisi dell'intelligenza, Edizioni Lavoro, Roma, 1996

F. Carchedi, G. Campani, G. Mottura, Spazi migratori e luoghi dello sviluppo. Nuove prospettive per la cooperazione internazionale, L'Harmattan Italia, Torino, 1999



STATISTICA II

Terzo anno

Corsi di laurea in Economia aziendale, Economia e commercio, Economia politica

Dott.ssa Barbara Pistoresi

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 5 giugno 2002

Programma del corso

Richiami di statistica inferenziale.

La regressione: il metodo MQO; modelli statistici di regressione; inferenza; la diagnostica; la scelta del modello; modello statico vs modello dinamico; la regressione spuria.

Applicazioni su personal computer in laboratorio utilizzando il software econometrico EASYREGression analysis.

EASYREG è un pacchetto ideato dal Bierens della PEN University che può essere scaricato gratuitamente dalla rete.

Questa parte del corso consente di capire come utilizzare la statistica per interpretare fatti economici e finanziari. Di seguito vengono illustrate alcune applicazioni al personal computer che verranno proposte: 1) come gestire una banca dati; 2) stima della struttura a termine dei tassi d'interesse; 3) stima della curva dei rendimenti; 4) stima del CAPM; 5) stima delle determinanti dell'andamento delle quotazioni azionarie in Italia.

Cosa ci si aspetta da voi: frequenza costante alle lezioni di teoria e di laboratorio. Tesina di economia applicata a metà del corso utilizzando EASYREG.

Testi

Lecture consigliate:

R. Orsi, Probabilità ed inferenza statistica, Il Mulino, Bologna, 1995

S. Weisberg, Applied linear regression, J. Wiley, New York, 1985

D. Piccolo, Statistica, Il Mulino, Bologna, 1998



STATISTICA PER LA RICERCA SOCIALE

Quarto anno

Corsi di laurea in Economia aziendale, Economia e commercio, Economia politica

Prof. Michele Lalla

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 15 dicembre 2001

Programma del corso

Il corso si propone di illustrare alcuni aspetti metodologici della statistica utilizzata nell'ambito della ricerca sociale e di introdurre gli strumenti (informatici) per l'elaborazione dei dati seguendo il percorso (ideale) del processo di indagine. L'obiettivo dell'insegnamento è evidenziare le problematiche emergenti nelle applicazioni pratiche;

pertanto, il livello è facilmente accessibile a tutti quelli che hanno sostenuto l'esame di Statistica 1.

1. IL PROCESSO DI RICERCA

Paradigmi e concetti. Oggetti e relative proprietà. Variabili e "scale" di misura: qualitative (sconnesse, ordinate) e quantitative (di intervalli, di rapporto, di conteggio). I fatti sociali e i loro indicatori. La costruzione di variabili quantitative (indicatori semplici, composti, additivi, non additivi; le scale psico-sociologiche di Thurstone, Likert, Guttman).

2. IL PIANO DI CAMPIONAMENTO

Concetti di popolazione, lista, censimento e campione. Campione casuale semplice e stima della dimensione campionaria. Campione sistematico, stratificato, a grappoli. I sondaggi d'opinione. I sondaggi elettorali. Indagini di mercato e indagini nel tempo. Le indagini condotte dall'ISTAT sulla disoccupazione e sui consumi delle famiglie.

3. GLI STRUMENTI DELL'INCHIESTA

Come preparare il questionario. I questionari postali. Le interviste: colloquio informale, intervista parzialmente strutturata, intervista in profondità, intervista per telefono. L'osservazione, l'etnometodologia, l'uso dei documenti, gli esperimenti.

4. DESCRIZIONE DEI RISULTATI EMPIRICI

L'analisi univariata. L'analisi bivariata: tabelle di contingenza, test non parametrici per variabili qualitative ordinate, test elementari su medie e proporzioni per variabili quantitative, analisi della varianza a uno e a più criteri di classificazione, analisi della covarianza, correlazione, e regressione (lineare semplice).

5. ALCUNE TECNICHE DI ANALISI MULTIVARIATA

In questa parte si trattano alcune tecniche di analisi scelte tra: l'analisi delle componenti principali e dei fattori, lo scaling multidimensionale, l'analisi dei gruppi, l'analisi discriminante, l'analisi delle relazioni strutturali lineari (LISREL), l'analisi della struttura latente, i modelli log-lineari, e i modelli grafici. I riferimenti bibliografici relativi verranno dati a lezione.

ESERCITAZIONI

Strumenti informatici per l'analisi dei dati: S.P.S.S. (Statistical Package for the Social Sciences) o il sistema S.A.S. (Statistical Analysis Software) per applicare le tecniche su informazioni concrete e/o simulate.

Modalità di valutazione

Il candidato deve sostenere una prova orale e, per la parte 4 del corso, illustra i risultati dell'analisi di un insieme di dati condotta con la tecnica multivariata esaminata a lezione e il prodotto (informatico) illustrato nelle esercitazioni.

Testi

K.D. Bailey, Metodi della ricerca sociale, Il Mulino, Bologna, 1995

G.W. Bohrnstedt, D. Knoke, Statistica per le scienze sociali, Il Mulino, Bologna, 1998

F. Delvecchio, Statistica per la ricerca sociale, Cacucci, Bari, 1995

Alcuni argomenti si possono approfondire sui seguenti testi:

M. Cardano, R. Miceli (a cura di), Il linguaggio delle variabili, Rosenberg & Sellier, Torino, 1991

G. Cicchitelli, A. Herzl, G.E. Montanari, Il campionamento statistico, Il Mulino, Bologna, 1992

P. Corbetta, Metodi di analisi multivariata per le scienze sociali, Il Mulino, Bologna, 1992

H. Dautriat, Il questionario, Franco Angeli, Milano, 1988

L. Fabbris, L'indagine campionaria: metodi, disegni e tecniche di campionamento, La Nuova Italia Scientifica, Roma, 1989

STORIA CONTEMPORANEA

Quarto anno

Corsi di laurea in Economia e commercio, Economia Politica

Dott. Paolo Bertella Farnetti

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 5 giugno 2002

Programma del corso

Il corso, dopo un preliminare esame generale dei più importanti passaggi storici del Novecento, si propone di approfondire il tema delle origini, delle dinamiche e delle conseguenze della "guerra fredda". Particolare attenzione verrà data all'analisi di documenti significativi accessibili via Internet.

Propedeuticità consigliata: Storia economica del primo anno.

Testi

B. Bongiovanni, Storia della guerra fredda, Laterza, Roma-Bari, 2001

J. Smith, La guerra fredda 1945-1991, Il Mulino, Bologna, 2000

Altri testi o ricerche potranno essere concordati con gli studenti che frequentano il corso in vista di una breve



relazione orale o scritta



STORIA DEL PENSIERO ECONOMICO

Quarto anno

Corsi di laurea in Economia e commercio, Economia politica

Prof.ssa Antonella Picchio

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 5 giugno 2002

Programma del corso

Il corso esamina i diversi modi in cui gli economisti del passato hanno analizzato la realtà del loro tempo. Da un lato, lavorando sulla loro origine ed evoluzione, si collocano in una prospettiva storica molti concetti analitici utilizzati dagli economisti moderni, dall'altro, si mettono in luce alcuni aspetti tuttora rilevanti del pensiero economico del passato. Il periodo storico analizzato inizia con la formazione del pensiero economico classico (mercantilismo: Mun, Cantillon, Mandeville, Petty), percorre le teorie del sovrappiù (Quesnay, Smith, Ricardo e Marx), si sofferma su Malthus e la teoria del fondo salari (J. Stuart Mill), evidenzia il passaggio alle teorie marginaliste (Jevons, Marshall, Walras) e si chiude con la rivoluzione keynesiana. Nel corso, si darà particolare attenzione ai temi dello sviluppo, del mercato del lavoro (salari, occupazione, standard vita), e della relazione fra stato e mercato (welfare).

In particolare le lezioni tratteranno i seguenti temi:

Mercantilismo: moneta, commercio estero, mercato del lavoro, stato, norme ed istituzioni. Illuminismo scozzese: l'uomo e la società, la teoria degli stadi dello sviluppo, materialismo, etica ed economia.

Fisiocrazia: mercato dei grani, il sovrappiù, sistema economico, circuito del reddito: produzione-distribuzione-spesa, politica economica.

Smith: crescita del sistema economico, divisione del lavoro, prezzi naturali, prezzi di mercato, salari e profitto, concorrenza, ruolo dello stato.

Ricardo: valore, distribuzione (salari, profitto e rendita), prezzi relativi, ricchezza e valore. Malthus: teoria della popolazione e domanda effettiva.

Teoria del fondo salari: il salario come domanda ed offerta.

J.S. Mill Marx: teoria dello sfruttamento, lavoro salariato e capitale, la trasformazione del valore in prezzi, il processo di accumulazione originaria, crisi.

Jevons: rivoluzione marginalista, i postulati della teoria dello scambio, economia e logica. Marshall: teoria dell'impresa, equilibrio tra domanda ed offerta, l'etica del mercato del lavoro.

Walras: equilibrio economico generale, tatonnement.

Keynes: analisi dei mercati della moneta, degli investimenti e del lavoro, teoria della domanda effettiva, critica della teoria dominante.

Testi

A. Roncaglia, La ricchezza delle idee. Storia del Pensiero Economico, Laterza, Bari, 2001

Letture integrative:

M. Dobb, Adam Smith e la scuola classica, introduzione, A. Smith, Indagine sulla natura e le cause della ricchezza delle nazioni, Isedi, Milano, 1973, pp. XIII- XXVI

P. Garegnani, Marx e gli economisti classici, Einaudi, Torino, pp. 1-30

Letture degli autori (obbligatorie e parti fondamentali del corso e dell'esame):

A. Smith, Indagine sulla natura e le cause della ricchezza delle nazioni, Isedi, Milano, 1973, capp. 1-9.

D. Ricardo, Sui principi dell'economia politica e della tassazione, Isedi, Milano, 1976, capp. 1-6 e 20

K. Marx, L'accumulazione originaria, Editori Riuniti, Roma, 1991

J. M. Keynes (da specificare durante il corso)

Gli studenti che non frequentano sono invitati a verificare con la docente eventuali variazioni delle letture e a discutere come preparare l'esame.

La docente è disponibile a seguire tesi in materia di: Storia del pensiero economico, Storia ed analisi del welfare, Sviluppo umano, Mercato del lavoro.

Nel lavoro di ricerca si richiederà attenzione alla questione della differenza di genere.



STORIA ECONOMICA DELL'EUROPA

Quarto anno

Corso di laurea in Economia politica
Dott. Paolo Bertella Farnetti

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 5 giugno 2002

Programma del corso

La prima parte del corso è dedicata a un'analisi sintetica delle tappe principali dell'evoluzione economica e politica dell'Europa dalla rivoluzione industriale alla cosiddetta "età dell'oro" successiva alla seconda guerra mondiale. La seconda parte si propone di approfondire il tema del rapporto fra l'Europa e gli Stati Uniti, con particolare attenzione agli ultimi cinquanta anni di storia.

Testi

V. Zamagni, Dalla rivoluzione industriale all'integrazione europea, Il Mulino, Bologna, 1999

G. Mammarella, Destini incrociati. Europa e Stati Uniti nel XX secolo, Laterza, Roma-Bari 2000

Altri testi o ricerche potranno essere concordati con gli studenti che frequentano il corso in vista di una breve relazione orale o scritta



TECNICA DEI CREDITI SPECIALI (semestrale)

Quarto anno

Corso di laurea in Economia aziendale

Prof. Andrea Ferrari

Periodo di svolgimento del corso: 26 aprile - 5 giugno 2002

Programma del corso

Il corso, partendo dalle problematiche inerenti le scelte di struttura finanziaria, affronta il tema del finanziamento delle imprese ed il rapporto banca impresa, con particolare attenzione agli aspetti relativi al corporate banking ed ai servizi di finanza mobiliare.

PARTE PRIMA

Teoria della Finanza: la struttura finanziaria delle imprese. Struttura proprietaria delle imprese, conflitti di interesse e mercato di borsa. Le decisioni di finanziamento e di distribuzione delle imprese. La struttura finanziaria delle imprese: la scelta tra debito e azioni; leverage e valore dell'impresa; la politica dei dividendi e gli aumenti di capitale, l'effetto delle imposte, i costi di fallimento; asimmetrie informative ed agency costs.

PARTE SECONDA

Le scelte finanziarie delle imprese, gli strumenti e le operazioni di finanziamento. Intermediari, regolamentazione ed efficienza del mercato dei capitali. Sostituibilità e complementarità tra banche mercati. Il rapporto banca impresa. I servizi di finanza mobiliare: analisi dei mercati, degli intermediari e degli strumenti. Corporate e investment banking.

Il corso è a carattere seminariale e partecipativo. La maggior parte degli incontri è incentrata su relazioni dei partecipanti. La frequenza costituisce pertanto una esigenza didattica ed organizzativa imprescindibile.

Testi

Per gli studenti frequentanti i riferimenti bibliografici, le letture ed altro materiale didattico utile sarà indicato all'inizio del corso.

Per coloro che non possono o non ritengono di poter frequentare con assiduità le lezioni i testi di riferimento per la preparazione dell'esame sono i seguenti:

A. Macchiati, Decisioni finanziarie e mercati dei capitali, Il Mulino, Bologna, 1992, capp. 5, 6, 7

E. Monti, Manuale di finanza per l'impresa, UTET, Torino, 2000, capp. 4, 5, 6, 8 e 16



TECNICA PROFESSIONALE (semestrale)

Quarto anno

Corso di laurea in Economia aziendale

Prof. Marco Moscardino

Periodo di svolgimento del corso: 8 novembre - 15 dicembre 2001

Programma del corso

Il corso si propone di introdurre lo studente alle problematiche operative che potrà incontrare nella realtà della libera professione di dottore commercialista: in particolare si vuole sviluppare nello studente la capacità di operare con

quella visione interdisciplinare (aziendale, giuridica, fiscale) che è connaturata alla libera professione. In questa ottica verranno affrontate le operazioni straordinarie che possono interessare la vita dell'impresa ed in particolare: 1) la trasformazione di società; 2) la fusione di società; 3) la scissione di società; 4) la liquidazione di società; 5) la cessione ed il conferimento di azienda; 6) l'affitto di azienda. Verranno inoltre affrontate le principali problematiche connesse allo svolgimento dell'attività di sindaco di società anche alla luce dei Principi di comportamento del collegio sindacale emanati dai Consigli nazionali dei dottori commercialisti e dei ragionieri. Nell'introduzione al corso verranno forniti cenni sugli aspetti istituzionali della professione e sui principi di deontologia professionale.

Testi

Consiglio nazionale dottori commercialisti / Consiglio nazionale ragionieri, Principi di comportamento del collegio sindacale, Giuffrè, Milano

R. Perotta, G. Garegnani, Le operazioni di gestione straordinaria, Giuffrè, Milano, 2000

S. Bianchi Martini e altri, Introduzione alla valutazione del capitale economico, Franco Angeli, Milano, 2000



TEORIA DELLE DECISIONI (semestrale)

Terzo anno

Corsi di laurea in Economia aziendale, Economia politica

Prof.ssa Gisella Facchinetti

Periodo di svolgimento del corso: 26 aprile - 5 giugno 2002

Programma del corso

Processi decisionali. Modelli matematici per problemi di decisione. Teoria dell'utilità. Logica fuzzy. Decisioni in ambiente fuzzy. Applicazioni economiche e finanziarie. Utilizzo del programma fuzzytech for business and finance.

Testi

G. Gambarelli, G. Pederzoli, Metodi di decisione, Hoepli, Milano, 1992

C. Von Altrock, Fuzzy logic and neurofuzzy applications in business and finance, Prentice Hall, Englewood Cliffs

FINANZA AZIENDALE

Terzo anno

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia

Dott. Emilio Roncoroni

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 5 giugno 2002**Obiettivo del corso**

Il corso approfondisce il tema della gestione finanziaria dell'impresa e introduce alle tecniche di valutazione delle scelte di investimento delle imprese nell'ottica economico-finanziaria. Il corso prevede 64 ore di didattica, a cui lo studente è vivamente incoraggiato a partecipare attivamente, a fronte delle quali viene stimato un impegno di studio individuale di 128 ore (per un totale di 192 ore di lavoro).

Didattica

Il corso si suddivide in due moduli, il primo introduce gli studenti alla comprensione della dinamica finanziaria di impresa tramite lo studio della sua rappresentazione e delle sue determinanti. Particolare attenzione in questo ambito è rivolta alla costruzione del rendiconto finanziario e alla predisposizione degli strumenti per la gestione anticipata e per la programmazione finanziaria (budget di cassa, preventivo dei flussi finanziari e bilancio pro-forma). Il secondo modulo affronta dapprima i temi: della allocazione del capitale, nell'ottica finanziaria, introducendo il principio del costo-opportunità del capitale; e del capital budgeting. In seguito introduce i fondamenti della struttura finanziaria ottimale.

Modalità di valutazione

Sono previste due prove di valutazione in forma scritta: una a metà e una alla fine del corso, riservata esclusivamente agli studenti che abbiano superato la prima prova. Il voto finale sarà una media del risultato delle due prove. Gli studenti che non superano, o che non sostengono, una di queste due prove dovranno sostenere l'esame su tutto il programma del corso.

Testi

M. Massari, Finanza aziendale: principi di analisi finanziaria, dispensa

S.A. Ross, R.W. Westerfield, J.F. Jaffe, Finanza aziendale, Il Mulino, Bologna, 1997, capp. 2, 4, 5, 6, 8, 9, 11, 14, 15, 16

**FINANZA AZIENDALE**

Terzo anno

Corsi di laurea in Economia aziendale, Economia e commercio, Economia politica

Prof.ssa Chiara Della Bella

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 15 dicembre 2001**Programma del corso****PARTE I: ANALISI FINANZIARIE**

- 1.1 rapporti tra cicli monetari (entrate/uscite), finanziari (debiti/ crediti) ed economici (costi/ricavi);
- 1.2 rappresentazione del bilancio di impresa a valori contabili, correnti (a costi di rimpiazzo) ed economici (costi di rimpiazzo + goodwill);
- 1.3 riclassificazione del bilancio di esercizio ai fini della identificazione della morfologia (cash absorber/ cash generator) e dell'earning power di impresa (sviluppo sostenibile con autofinanziamento, etc.);
- 1.4 le relazioni tra tipologie di investimenti e scelte di finanziamento (intangibile, partecipazioni, componente permanente del CCN, etc.);
- 1.5 analisi della dinamica finanziaria: il prospetto dei flussi dei fondi e il flusso di circolante;
- 1.6 profilo di rischio dei risultati aziendali, leva operativa, leva finanziaria e relazione ROI/ROE;
- 1.7 le previsioni finanziarie: il budget di cassa e il bilancio pro-forma (analitico e sintetico);
- 1.8 identificazione dei flussi finanziari rilevanti: cash flow to capital, cash flow to firm, cash flow to equity;
- 1.9 i multipli di valore: trailing e leading.

PARTE II: IL CAPITAL BUDGETING ED IL COSTO DEL CAPITALE

- 2.1 la creazione di ricchezza in un contesto monoperiodale: il teorema della separazione;
- 2.2 l'impresa come somma di progetti di investimento: il valore degli assets in place e delle opportunità di crescita;
- 2.3 i criteri per la valutazione dei progetti di investimento: pay back, tasso di redditività contabile, IRR, VAN;
- 2.4 i flussi di cassa rilevanti per le decisioni di investimento;

2.5 casi particolari di valutazione degli investimenti: il tempo ottimo di rinnovo dei cespiti, il capital budgeting in inflazione, le opzioni reali);

2.6 il costo del capitale per il tramite del CAPM;

2.7 i nessi tra β levered e β unlevered;

2.8 L'identificazione del corretto costo del capitale in relazione al rischio del progetto di investimento.

PARTE III: LE SCELTE DI STRUTTURA FINANZIARIA

3.1 Modigliani Miller in assenza di imposte; proposizione I e II;

3.2 Modigliani Miller con le imposte; proposizione I e II;

3.3 Miller con le imposte personali;

3.4 i costi diretti ed indiretti del dissesto e la teoria del trade off stazionario;

3.5 i costi di agenzia nelle scelte di finanziamento;

3.6 l'assenza di una struttura finanziaria ottimale ed il superamento del costo medio ponderato del capitale;

3.7 l'adjusted present value come criterio di valutazione degli investimenti a struttura finanziaria variabile.

PARTE IV: LA GESTIONE DEI RISCHI FINANZIARI (DI TASSO E DI CAMBIO)

4.1 la gestione anticipata della tesoreria: il ruolo della programmazione finanziaria;

4.2 l'esposizione di impresa ai rischi di tasso e di cambio: la identificazione dei margini a disposizione per le coperture e delle perdite massime tollerabili;

4.3 gli strumenti per la gestione del rischio tasso e le politiche di hedging;

4.4 gli strumenti per la gestione del rischio di cambio e le politiche di hedging.

Testi

A. Ferrari, Bilancio d'esercizio e riclassificazione, dispensa

M. Massari, Finanza aziendale: principi di analisi finanziaria, dispensa

S.A. Ross, R.W. Westerfield, J.F. Jaffe, Finanza aziendale, Il Mulino, Bologna, 1997, capp. 1, 2, 4, 5, 6, 8, 9, 11, 14, 15, 16

A. Sassi, La tesoreria centralizzata. Le variabili determinanti e le modalità di accentrimento, dispensa

A. Sassi (et al.), Programmazione finanziaria e gestione della tesoreria, dispensa



GEOGRAFIA ECONOMICA

Quarto anno

Corso di laurea in Economia e commercio

Dott.ssa Anna Maria Sala

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 5 giugno 2002

Programma del corso

La geografia economica come rappresentazione spaziale dell'economia: la costruzione storica dell'economia spaziale e i modelli di Von Thünen; il modello delle località centrali del Christaller. La localizzazione industriale: i fattori generali e la teoria della localizzazione del Weber; le unità produttive, le materie prime, le fonti ed il mercato come fattori di agglomerazione, le diseconomie di agglomerazione. Lo spazio urbanizzato e l'organizzazione degli spazi produttivi nella città; i trasporti e le vie di comunicazione come fattori di centralità. I sistemi regionali e loro interpretazioni; reti, nodi e poli come chiave di lettura dei sistemi territoriali.

Testi

AA.VV. Geografia dell'economia mondiale, UTET, Torino



MARKETING

Quarto anno

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia

Dott.ssa Jo Ann Quinn

Dott. Marco Zanni

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 15 dicembre 2001

Programma del corso

Il corso si divide in due parti:

PRIMA PARTE

AMBIENTE ESTERNO E SISTEMA DI MARKETING: Il concetto di marketing. Gli orientamenti d'impresa. La

necessità di un approccio di marketing. Il marketing nei beni industriali. Il marketing nei servizi.

L'ORGANIZZAZIONE DELLA DIREZIONE MARKETING: Organizzazione per area, per prodotto, per canale.

Vantaggi e svantaggi delle differenti impostazioni. Figure professionali, compiti e responsabilità (direttore marketing, marketing manager, product manager, assistant). Differenze di impostazione tra largo consumo e business to business. Il sistema informativo.

LA SEGMENTAZIONE DEL MERCATO: Obiettivi della segmentazione. Segmentazione e Targeting. Le variabili di segmentazione relative al consumatore e al prodotto. La costruzione di matrici di mercato. Possibili strategie di marketing (indifferenziato, segmentato e di nicchia).

LE RICERCHE DI MERCATO: Ricerche sul consumatore e indagini sul settore. Ricerche qualitative e quantitative. Metodi di determinazione del campione. L'intervista personale, postale, telefonica. Tecniche di realizzazione. Le ricerche tramite banche dati internazionali.

IL MARKETING MIX: Le variabili della domanda. Il concetto di marketing mix. Principi di base nella definizione e nella gestione delle variabili. Differenze tra beni industriali, prodotti di largo consumo e servizi. Il marketing mix nell'analisi comparata dei concorrenti.

IL PRODOTTO: Le tipologie di offerta. Il ciclo di vita del prodotto e del mercato. Il posizionamento strategico. Le matrici di gestione del portafoglio prodotti.

IL SERVIZIO: Il servizio come differenziale competitivo. Scelta del livello di servizio da offrire. L'assistenza tecnica.

SECONDA PARTE

IL PREZZO: Il prezzo come leva di marketing. Le politiche di prezzo. Modalità di formulazione del prezzo.

LE POLITICHE DISTRIBUTIVE E IL FRANCHISING: Posizionamento e scelta dei canali distributivi. Politiche distributive di tipo intensivo, selettivo ed esclusivo. Il sistema di franchising. Aspetti giuridici.

LA PUBBLICITA': La comunicazione d'impresa. La pubblicità come variabile strategica. Il rapporto azienda/agenzia. Costruzione di una campagna pubblicitaria. Il piano mezzi. La pubblicità sul punto vendita.

LE PUBBLICHE RELAZIONI: Le pubbliche relazioni in azienda. La conferenza stampa. Articoli e comunicati stampa. La pubblicazione aziendale (house organ).

LA PROMOZIONE VENDITE: La promozione come leva tattica. Promozioni al trade. Promozioni al consumatore. I principali strumenti ed il loro utilizzo.

IL MARKETING INTERNAZIONALE ED IL '92: La commercializzazione su paesi esteri. Strutture periferiche e modalità operative. Il credito nell'importazione e nell'esportazione. Baratto, compensazione e switch. Norme ed usi nel commercio con l'estero. Procedure doganali e disciplina valutaria. Gli impatti del '92.

LA PIANIFICAZIONE DI MARKETING: Il processo di pianificazione strategica. Dal piano pluriennale al piano annuale. Il piano di prodotto. Il piano di marketing. Fasi di lavoro e modalità per la costruzione di un piano. I controlli.

IL PERSONAL COMPUTER NELL'AREA MARKETING: I principali campi di applicazione. Il foglio elettronico e gli altri strumenti. Applicazioni ed esercitazioni pratiche.

Testi

P. Kotler, Marketing Management, Isedi, Torino

M. Zanni, Marketing Management, Ed. Selekt, Reggio Emilia

MARKETING

Quarto anno

Corsi di laurea in Economia aziendale, Economia e commercio

Prof. Giuseppe Nardin

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 5 giugno 2002

Programma del corso

Il corso si propone di analizzare i principali sviluppi della teoria e della strumentazione operativa del marketing nell'ambito dei rapporti di scambio tra imprese industriali, tra imprese industriali e consumatori finali, tra imprese industriali e imprese commerciali.

Testi

Relativamente al marketing dei beni di consumo:

W.J. Stanton, R. Varaldo, Marketing, Il Mulino, Bologna, da cap. 1 a cap. 17 compresi

Relativamente alle nuove configurazioni organizzative dei rapporti inter-impresa:

R. Fiocca, S. Vicari, Le alleanze interaziendali per l'attuazione di strategie commerciali congiunte, in R. Fiocca (a cura di), Imprese senza confini: sviluppo e nuove forme di alleanze fra aziende, Etas Libri, Milano, da par. 2.3 a

par. 2.6 compresi

M. Benassi, Dalla gerarchia alla rete: modelli ed esperienze organizzative, Etas Libri, Milano, cap. 1, cap. 2 par. 2.2 e 2.3

G. Lorenzoni, Accordi fra imprese e posizionamento strategico, in G. Lorenzoni (a cura di), Accordi, reti e vantaggio competitivo: le innovazioni nell'economia d'impresa e negli assetti organizzativi, Etas Libri, Milano, cap. 2

M. Porter, Il vantaggio competitivo, Edizioni di Comunità, Milano, cap. 2, pagg. 46-65

Relativamente al trade marketing:

D. Fornari, Le strategie di trade marketing, Egea, Milano, capp. 2, 3, 5, 6 e parr. 7.3, 7.4, 7.5

R. Varaldo, D. Dalli, Le relazioni strategiche tra industria e distribuzione, in Sinergie n. 19, 1989

Relativamente al marketing dei beni industriali:

R. Fiocca (a cura di), Il marketing dei beni industriali, Giuffrè, Milano, cap. 2, cap. 3

G. Ferrero, Il marketing relazionale: l'approccio delle scuole nordiche, Lint, Trieste

Dispense e casi a cura del docente



MARKETING INTERNAZIONALE

Quarto anno

Corso di laurea in Economia aziendale

Prof.ssa Giovanna Galli

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 15 dicembre 2001

Programma del corso

PRIMA PARTE

Il corso si propone di affrontare le problematiche strategiche relative alla presenza sui mercati internazionali. Offre una rassegna dei principali contributi teorici sui processi di internazionalizzazione delle imprese, con particolare attenzione alle organizzazioni di piccole e medie dimensioni. In modo specifico saranno presentati e discussi l'approccio nordico e transazionalista. Infine, saranno affrontati i temi delle strategie e dei canali d'entrata sui mercati esteri ed illustrati i fondamenti dell'organizzazione e dello sviluppo delle imprese multinazionali. L'attività didattica prevede, oltre alle lezioni frontali, la preparazione e discussione di progetti di gruppo.

SECONDA PARTE

Il corso si propone di fornire gli strumenti di marketing operativo per la gestione della presenza sui mercati internazionali.

Si focalizza sulle leve operative ed in particolare sull'analisi e selezione dei mercati esteri, le politiche di prodotto, prezzo, promozione e comunicazione. Questo generale quadro di riferimento costituisce la premessa per approfondire le conoscenze sulle forme di raccordo con i mercati esteri e per valutare le scelte di concentrazione o diversificazione geografica. Di seguito, saranno analizzate in dettaglio la gestione delle relazioni con gli intermediari commerciali, il coordinamento operativo e strategico delle filiali commerciali e di rappresentanza e le scelte di internazionalizzazione e/o rilocalizzazione produttiva.

L'attività didattica prevede, oltre alle lezioni frontali, la preparazione e discussione di progetti di gruppo.

Testi

G. Pellicelli, Il marketing internazionale: mercati globali e nuove strategie competitive, 3^a ed., ETAS, Milano, 1999

Altri materiali saranno indicati nel corso delle lezioni



MATEMATICA FINANZIARIA II

Quarto anno

Corsi di laurea in Economia aziendale, Economia e commercio, Economia politica

Prof.ssa Costanza Torricelli

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 15 dicembre 2001

Obiettivo e programma del corso

I problemi connessi alla valutazione e alla gestione del rischio finanziario rappresentano l'attuale sfida che la moderna teoria della finanza sta affrontando. Contemporaneamente, sul fronte operativo, si sta assistendo a una sempre maggior domanda di una professionalità, fino ad alcuni anni fa quasi sconosciuta, quella del risk-manager,

ovvero l'esperto in grado di analizzare, valutare e gestire i rischi finanziari.

Queste considerazioni spiegano l'obiettivo e l'articolazione di questo corso: il corso si propone di fornire i principi di base e i modelli fondamentali della finanza moderna, necessari per una corretta valutazione e un'efficace gestione dei rischi finanziari.

A tal fine è importante acquisire sia una buona conoscenza del mercato in cui il risk manager si trova ad operare, che la capacità di inquadrare i problemi di valutazione e gestione in modo corretto dal punto di vista teorico e metodologico.

Per questo motivo, il programma del corso è articolato nel seguente modo. Dopo un breve richiamo degli strumenti di matematica finanziaria acquisiti nel corso precedente di Matematica finanziaria I, si entrerà nel vivo del programma che si articola in quattro punti.

1. ANAGRAFICA DEI PRODOTTI FINANZIARI

- a. Titoli di debito
- b. Titoli di capitale
- c. Titoli derivati
- d. Finanza strutturata

2. IL PRINCIPIO D'ARBITRAGGIO E LA VALUTAZIONE DEI PRODOTTI FINANZIARI

- a. Il modello di valutazione neutrale al rischio
- b. Il modello APT
- c. Il modello binomiale per la valutazione dei derivati
- d. Il modello di Black & Scholes

3. RENDIMENTO, RISCHIO E SCELTE D'INVESTIMENTO

- a. La teoria dell'utilità attesa
- b. Indici di avversione al rischio
- c. Il modello media-varianza
- d. Il modello CAPM

4. LA GESTIONE DEL RISCHIO DI MERCATO

- a. Misurazione del rischio finanziario prima del Value at Risk
- b. Il Value at Risk (VaR): definizione, stima e applicazioni.

Didattica

Nelle ore di didattica saranno svolte lezioni, esercitazioni e seminari di specialisti del settore finanziario. Le lezioni affronteranno gli argomenti nell'ordine indicato e saranno corredate da numerosi esempi. Le esercitazioni si svolgeranno tramite l'assegnazione e la successiva correzione in aula di esercizi e casi di studio, che potranno essere risolti anche utilizzando il software fornito dal libro di testo e scritto in visual basic for application (VBA). Nei seminari alcuni operatori del settore finanziario forniranno esempi d'implementazione dei modelli analizzati durante le lezioni.

Modalità di valutazione

Nel semestre di lezione, la valutazione si effettuerà sulla base di due prove scritte: una a metà corso durante il periodo di sospensione delle lezioni e una a fine corso e il voto sarà una media di quello riportato nelle due prove. In tutti gli appelli successivi, la valutazione si effettuerà tramite una prova scritta ed una prova orale (da sostenersi nello stesso appello) e il voto finale sarà una media del voto delle due prove.

Testi

U. Cherubini, G. Della Lunga, Il rischio finanziario, Mc Graw-Hill, Milano, 2001

Materiale didattico integrativo

Sebbene il testo di riferimento sia unico, lo studente potrà beneficiare della lettura di alcune parti dei seguenti testi:

J.C. Hull, Opzioni, futures e altri derivati, Il Sole 24 Ore Libri, Milano, 2000

G. Ricci, C. Torricelli, Strumenti matematici per le decisioni finanziarie, Patron, Bologna, 1992, capp. 3-4-5
Eserciziario:

J.C. Hull, Opzioni, futures e altri derivati, manuale delle soluzioni, Il Sole 24 Ore Libri, Milano, 2000



MATEMATICA PER LE APPLICAZIONI ECONOMICHE E FINANZIARIE (semestrale)

Quarto anno

Corsi di laurea in Economia aziendale, Economia e commercio, Economia politica

Prof.ssa Gisella Facchinetti

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 17 aprile 2002

Programma del corso

Il corso intende fornire gli strumenti necessari (teoria del controllo e dei giochi), per analizzare e risolvere un modello matematico che rappresenta un fenomeno economico. Vengono presentati esempi numerici sia microeconomici, sia macroeconomici, che costituiscono esercitazioni da svolgere presso il laboratorio di calcolo della Facoltà. Si prenderanno in considerazione gli sviluppi della teoria del ciclo: in particolare se ne tenterà una unificazione metodologica. Una teoria dei cicli macroeconomici, siano essi reali o monetari, deve affrontare il problema dalle fondamenta microeconomiche.

Come è possibile che un comportamento razionale sia conciliabile con fluttuazioni macroeconomiche, ovvero come è possibile che equilibri e fluttuazioni coesistano?

Il problema è risolto da Lucas e dai suoi seguaci ampliando il concetto di equilibrio e lavorando in opportuni spazi funzionali. L'approccio macrodinamico non lineare non ha avuto grande successo anche in riferimento al problema della razionalità contrapposta all'equilibrio, aspetti che non erano presenti nella tradizione modellistica dei principali proponenti questa scuola (Kaldor e Goodwin su tutti). Ugualmente, durante il corso viene fatto un tentativo per affrontare quest'aspetto restando all'interno della tradizione macroeconomica non lineare. Vengono presentati anche esempi di soluzione di problemi quali quello della determinazione di spese di pubblicità, quello della durata dello sciopero e quello della spesa per armamenti. Risoluzione di sistemi di equazioni differenziali. Analisi qualitativa di sistemi dinamici. Controllo ottimo di un problema lineare quadratico. Principio del minimo. Equazioni di Riccati. Problemi di macrodinamica non lineare con particolare riferimento alla teoria del ciclo. Il modello di Goodwin. Elementi di teoria dei giochi. Soluzioni di equilibrio di Pareto, Nash e Stackelberg. Un modello di sciopero. Un modello di campagna pubblicitaria. Un modello di corsa agli armamenti. Giochi di contrattazione. La soluzione Nash, la soluzione proposta da Kalai e Smorodinski. La selezione del portafoglio ottimo come soluzione di un gioco bargaining.

Testi

T. Basar, J.Olsder, Non cooperative differential games, Academic Press, London, 1983

G. Leitmann, Optimal control and calculus of variations, Plenum Press, New York, 1983

B. Di Prima, Ordinary differential equations, J. Wiley, New York, 1977



MERCEOLOGIA

Quarto anno

Corso di laurea in Economia e commercio

Prof. Vittorio D'Arrigo

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 15 dicembre 2001

Obiettivo e programma del corso

Il corso si propone di studiare i sistemi di valorizzazione delle merci nel rispetto delle regole di mercato esistenti. Sono altresì oggetto di studio le problematiche che attengono alla post utilizzazione. I temi trattati sono: i bisogni e le principali fasi storiche delle produzioni; le componenti fondamentali dell'entità merce, la componente scientifica, la componente istituzionale e consensuale, la componente aziendale; i vincoli tecnici, igienico sanitari e ambientali; la caratterizzazione delle merci nei diversi settori produttivi e commerciali; il controllo aziendale; le conseguenze derivanti dal consumo delle merci.

Testi

i testi di riferimento devono essere concordati con il docente



ORGANIZZAZIONE AZIENDALE (semestrale)

Quarto anno

Corso di laurea in Economia aziendale

Dott. Tommaso M. Fabbri

Periodo di svolgimento del corso: 26 aprile - 5 giugno 2002

Obiettivo del corso

Il corso si propone di fornire gli elementi essenziali alla comprensione del comportamento organizzativo, individuale e di gruppo, nelle situazioni di lavoro organizzato in impresa. Il comportamento organizzativo è analizzato attraverso i principali meccanismi di coordinamento (autorità, gruppo, negoziazione). Il corso intende fornire agli studenti gli strumenti concettuali necessari ad interpretare le dinamiche organizzative: motivazione, decisione, potere, cooperazione e conflitto. Il corso prevede 32 ore di didattica, a cui lo studente è vivamente incoraggiato a partecipare attivamente, a fronte delle quali viene stimato un impegno di studio individuale di 68 ore (per un totale di 100 ore di lavoro).

Didattica

Le lezioni saranno alternate a didattica attiva (casi aziendali, filmati, discussioni guidate).

Modalità di valutazione

E' prevista una prova di valutazione in forma scritta alla fine del corso.

Testi

A. Grandori, Organizzazione e Comportamento Economico, Il Mulino, Bologna, 1999

Durante il corso sarà fornita una dispensa contenente i lucidi proiettati durante le lezioni, i casi di studio utilizzati per le discussioni in aula ed alcune letture integrative.



ORGANIZZAZIONE AZIENDALE: ORGANIZZAZIONE E PROGETTAZIONE DI SERVIZI

Terzo anno

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia

Prof. Massimo Neri

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 5 giugno 2002

Obiettivo del corso

PRIMA PARTE

La prima parte del corso si propone di fornire agli studenti: una conoscenza di base sulle più influenti teorie organizzative; alcuni metodi di analisi organizzativa mediante la presentazione e la discussione in classe di casi e ricerche empiriche; gli strumenti teorico-metodologici per la progettazione organizzativa, relativamente quindi ad assetti strutturali e meccanismi operativi.

SECONDA PARTE

La seconda parte del corso si propone di fornire gli elementi essenziali alla comprensione del comportamento organizzativo. L'azione organizzativa è interpretabile come azione coordinata e attraverso l'analisi dei principali meccanismi di coordinamento si intende fornire agli studenti la consapevolezza analitica necessaria ad interpretare le dinamiche organizzative; dove possibile si cercherà di arricchire il percorso con la presentazione e la discussione di esperienze concrete (casi di studio e film), così da stimolare una elaborazione pragmatica delle categorie teoriche introdotte.

Modalità di valutazione

E' prevista una prova di valutazione in forma scritta alla fine di ognuna delle due parti del corso.

Testi

R. Daft, Organizzazione Aziendale, Apogeo, Milano, 2001

A. Grandori, Organizzazione e Comportamento Economico, Il Mulino, Bologna, 1999

Durante il corso verrà fornita una dispensa contenente i lucidi proiettati durante le lezioni, i casi di studio utilizzati per le discussioni in aula ed alcune letture integrative.



ORGANIZZAZIONE DEL LAVORO

Terzo anno

Corsi di laurea in Economia aziendale, Economia e commercio
Prof. Luigi Golzio

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 5 giugno 2002

Obiettivi didattici

Il corso si propone di introdurre gli studenti alla comprensione dei problemi organizzativi in impresa, attraverso l'acquisizione e lo sviluppo delle conoscenze e delle abilità di base per:

- a) individuare e riconoscere i problemi tipici delle situazioni di lavoro organizzato;
- b) valutare criticamente i contenuti teorici affrontati e la didattica adottata;
- c) cimentarsi con la progettazione organizzativa.

I temi organizzativi oggetto del corso sono affrontati sia nella prospettiva teorica, analizzando i modelli e le scuole di pensiero più significativi ed emblematici, sia nella prospettiva empirica, attraverso l'indagine dei comportamenti degli attori che in impresa affrontano i problemi organizzativi, in modo da fornire un quadro concettuale completo. Le conoscenze di base acquisite nel corso di Organizzazione del lavoro si integrano e si completano con quelle più specialistiche impartite nei corsi di Organizzazione e gestione delle risorse umane, Organizzazione aziendale e Organizzazione delle aziende commerciali, che sono successivi nel piano degli studi. La progettazione dei contenuti dei tre corsi, pur impartiti da docenti distinti, è unitaria, in modo da offrire agli studenti una prospettiva integrata e completa della disciplina dell'organizzazione.

Programma

L'ORGANIZZAZIONE COME DISCIPLINA. Il concetto di organizzazione. Paradigmi e programmi di ricerca in organizzazione: l'organizzazione scientifica del lavoro, gli studi sulla burocrazia, il modello socio-tecnico, la teoria della razionalità limitata, l'economia dell'organizzazione. La natura interdisciplinare dell'organizzazione aziendale: gli apporti delle altre discipline e i caratteri distintivi. Le variabili organizzative: diritti ed attori, attività economiche, azione collettiva ed interazione.

IL COMPORTAMENTO E LE MODALITÀ DI COORDINAMENTO DELL'ATTORE. La presa di decisione: componenti, strategie decisorie, eurismi e distorsioni percettive. Autorità e relazione gerarchica. La relazione di agenzia. Il mercato come meccanismo di coordinamento. Il gruppo: componenti, dinamica, decisioni e controllo sociale. La negoziazione come alternativa di coordinamento al mercato e alla gerarchia. Situazioni e strategie negoziali. Le modalità di coordinamento basate sulle norme e sulle procedure: l'istituzionalizzazione.

LE FORME ORGANIZZATIVE. Struttura, sistemi operativi e potere organizzativo. Le varie configurazioni: forme organizzative semplici, funzionali, divisionali e loro modificazioni. Natura dell'attività e criteri di progettazione organizzativa. Divisione del lavoro e modalità di coordinamento tra imprese (relazioni interorganizzative), tra unità della medesima impresa (relazioni organizzative micro), tra posizioni di lavoro (relazioni organizzative micro).

METODI DIDATTICI. Il programma sarà svolto utilizzando diversi metodi didattici: lezioni di inquadramento, analisi e discussione di casi aziendali e di brani di letteratura riguardanti situazioni di lavoro organizzato.

Modalità di valutazione

La valutazione consiste in una prova scritta dove occorre rispondere a tre domande inerenti il contenuto del corso, in ragionevole pressione di tempo e di spazio espositivo.

Testi

A. Grandori, Organizzazione e comportamento economico, Il Mulino, Bologna, 1999

J.P. Womack e altri, La macchina che ha cambiato il mondo, Rizzoli, Milano, 1990

Testi consigliati:

G. Costa, R. Nacamulli (a cura di), Manuale di organizzazione, vol. 1, Utet, Torino, 1966

E.A. Gerloff, Strategie organizzative, McGraw-Hill, Milano, 1989

A. Grandori, Teorie dell'organizzazione, Giuffrè, Milano, 1984

M. Kranzberg, J. Gies, Breve storia del lavoro, Mondadori, Milano, 1990

V. Perrone, Le strutture organizzative di impresa, criteri e modelli di progettazione, Egea, Milano, 1990

A. Rugiadini, Organizzazione d'impresa, Giuffrè, Milano, 1979

ORGANIZZAZIONE DELLE AZIENDE COMMERCIALI

Quarto anno

Corso di laurea in Economia aziendale

Dott. Tommaso M. Fabbri

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 15 dicembre 2001



Obiettivo del corso

Il corso concorre a qualificare il percorso in Economia e gestione dei servizi nell'ambito del corso di laurea in Economia aziendale. Si tratta quindi di un corso specialistico che, in particolare, presuppone nello studente la conoscenza dei concetti fondamentali d'organizzazione trasmessi nell'ambito dei corsi di Organizzazione del lavoro, Organizzazione e gestione delle risorse umane e Organizzazione aziendale.

Il corso si propone di:

- a) trasmettere le nozioni di organizzazione dei servizi (Service management);
- b) approfondire i temi di organizzazione delle imprese commerciali, in particolare quelle divise (grande distribuzione);
- c) affrontare i problemi della gestione del personale nelle imprese di servizi

Programma

L'IMPRESA DI SERVIZI E NATURA DEL SERVIZIO: le implicazioni organizzative. I fondamenti del service management. L'organizzazione della relazione e dell'orientamento con il cliente. L'efficienza dell'erogazione del servizio: la qualità del servizio e la sua misurazione.

L'ORGANIZZAZIONE PER PROCESSI: Lontananza e vicinanza dal cliente: l'organizzazione del lavoro nel retrospartello e allo sportello. L'organizzazione del "momento della verità". L'organizzazione secondo il principio della "Piramide rovesciata". La gestione per attività. L'organizzazione dei servizi interni: il marketing interno.

LA GESTIONE DEL PERSONALE NEI SERVIZI: La "Personnel idea". La gestione del personale di retro sportello. La gestione del personale di sportello. Il ruolo della direzione del personale, della linea operativa, del cliente. La progettazione dei sistemi di gestione del personale e di controllo nei servizi. La gestione del personale nell'azienda commerciale: le specificità.

IL SISTEMA DI EROGAZIONE DEI SERVIZI: Il caso delle aziende commerciali. La relazione tra le tecnologie informatiche, il personale e il cliente. Esperienze e tendenze in atto nelle imprese commerciali.

L'ORGANIZZAZIONE DELL'AZIENDA COMMERCIALE: Tipologie d'aziende commerciali e forme organizzative. La grande distribuzione: l'organizzazione dell'azienda divisa di servizi. I modelli organizzativi. Le relazioni organizzative tra le imprese: il franchising.

Modalità di valutazione

Lo studente frequentante sarà valutato sulla base di due ricerche empiriche, fatte in gruppo, sul tema assegnato dal docente. Lo studente non frequentante dovrà sostenere un esame scritto sul contenuto dell'intero testo di riferimento (il GRONROOS) e su quello degli altri due testi di riferimento elencati di seguito.

Testi

Per i frequentanti:

C. Gronroos, Management e marketing dei servizi, Isedi, Torino, 1994, pagg. 281

R. Normann, La gestione strategica dei servizi, Etas Libri, Milano, 1992, capp. 3, 4, 5, 6, 7, 9, 15, 16

Per i non frequentanti (oltre ai due sopra):

P. Eiglier, E. Langeard, Il marketing strategico dei servizi, McGraw Hill, Milano, 2000



ORGANIZZAZIONE E GESTIONE DELLE RISORSE UMANE

Quarto anno

Corso di laurea in Economia aziendale

Prof. Massimo Pilati

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 5 giugno 2002

Obiettivo del corso

Il corso si propone di fornire le conoscenze di base relative ai criteri che orientano le scelte di politica del personale e di gestione dei sistemi del personale (ricerca e selezione, inserimento, valutazione, ricompense, mobilità, sviluppo e uscita), unitamente a conoscenze avanzate in tema di nuove competenze e nuovi valori professionali caratterizzanti sia il profilo delle direzioni del personale che quello dei manager, entrambi ormai impegnati in complessi processi di cambiamento strategico e organizzativo.

L'obiettivo del corso è quello di combinare tali conoscenze di base e avanzate, al fine di fornire un percorso di apprendimento e di approfondimento critico "per problemi".

Didattica

Nell'ambito del corso verranno sviluppati alcuni approfondimenti su alcuni temi speciali del personale. Ciò avverrà attraverso discussioni, lavori di gruppo, presentazioni da parte degli studenti e testimonianze aziendali. Esempi di tali temi: Flessibilità del lavoro e retributiva. Le qualità delle prestazioni di lavoro. Il miglioramento delle prestazioni dei servizi interni lungo la catena cliente-fornitore. La ricerca di nuove modalità di supporto alla

motivazione e ai contributi degli individui nelle loro relazioni di scambio con l'organizzazione. Le leve dell'empowerment. Le nuove forme di incentivazione e di carriera nella net-economy. La valutazione delle potenzialità dei collaboratori. Il nuovo ruolo della direzione del personale come unità di servizio nei confronti della linea.

Programma del corso

INTRODUZIONE. Le persone come fonte di vantaggio competitivo. La funzione del personale tra tradizione e evoluzione.

I SISTEMI DI GESTIONE DEL PERSONALE. La ricerca e selezione. Inserimento e socializzazione organizzativa. La formazione. La carriera dal punto di vista individuale ed organizzativo. La valutazione delle posizioni, delle prestazioni, del potenziale e delle competenze. Le forme di ricompensa: retribuzione fissa e variabile. Partecipazione azionaria dei dipendenti e stock option.

TEMI DEL PERSONALE. Flessibilità del lavoro e retributiva. Le qualità delle prestazioni di lavoro. Il miglioramento delle prestazioni di servizi interni lungo la catena cliente-fornitore. La ricerca di nuove modalità di supporto alla motivazione e ai contributi degli individui nelle loro relazioni di scambio con l'organizzazione. Le leve dell'empowerment. Le nuove forme di incentivazione e di carriera nella net-economy. La valutazione delle potenzialità dei collaboratori. Il nuovo ruolo della direzione del personale come unità di servizio nei confronti della linea.

Modalità di valutazione

Gli studenti frequentanti possono sostenere una verifica dell'apprendimento, basata su una trattazione scritta di problemi dello stesso tipo di quelli discussi nel corso. La valutazione della trattazione scritta, se positiva, può essere integrata da un colloquio orale, se lo studente lo desidera. In caso di insufficienza nella trattazione scritta, è necessario sostenere una prova orale su tutto il programma svolto in aula. Nelle date di appello fissate l'esame sarà orale.

Testi

G. Costa, Economia e direzione del personale, Utet, Torino, 1997, 2^a ed.

A. Camuffo, Management delle risorse umane, Giappichelli, Torino, 1993

Dispense integrative (Esercizi, casi e letture)

Letture consigliate:

I. Beardwell, L. Holden, Human Resource Management, Pitman Publishing, London, 1997

G.T. Milkovich, J.W. Boudreau, Human Resource Management, Homewood, Ill. Irwin

R.S. Schuler, V.L. Huber, Personnel and Human Resource Management, West Publishing Company, St. Paul, MN, 1993



ORGANIZZAZIONE E GESTIONE DELLE RISORSE UMANE: SVILUPPO DELLE COMPETENZE DI SERVIZIO

Quarto anno

Corso di Laurea in Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia

Prof.ssa Anna Grandori (I modulo)

Prof. Massimo Pilati (II modulo)

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 15 dicembre 2001

Obiettivo del corso

Trasmettere conoscenze e sviluppare capacità di gestione delle relazioni di lavoro con riferimento particolare alle attività di servizio. Il corso si avvale di casi ed esercitazioni riferiti a diversi contesti di servizio (a minore o maggiore complessità e criticità delle risorse umane).

I MODULO

Gli approcci alla gestione delle risorse umane e le "lezioni" dalle imprese di servizi. Persone, competenze e servizi. La "governance" della relazione di lavoro: contratti di mercato, obbligativi, relazionali, d'associazione, temporanei.

II MODULO

I sistemi di gestione delle risorse umane: valutazione, ricompensa, mobilità e sviluppo. Profili nelle imprese di servizi. L'organizzazione del lavoro: progettazione e configurazioni nelle imprese di servizi.

Testi

A. Grandori, Organizzazione e comportamento economico, Il Mulino, Bologna, 1999

A. Grandori, M. Neri, C. Ondoli, G. Soda, Simulazioni di negoziazione della relazione di lavoro, ISFOL, Roma, 2000

A. Camuffo, Management delle risorse umane, Giappichelli, Torino, 1993

G. Costa, Economia e direzione delle risorse umane, UTET, Torino, 1990



POLITICA ECONOMICA

Quarto anno

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia

Prof.ssa Marina Murat

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 5 giugno 2002

Programma del corso

Il corso si divide in due parti.

La prima studia la politica monetaria e finanziaria del governo in un'economia aperta, ponendo l'accento sulle aspettative e su aspetti di politica e politica economica. Si affrontano inoltre temi di economia reale, relativi al mercato del lavoro, la produzione e la crescita economica. Infine, si analizzano le politiche economiche internazionali relative ai mercati dei capitali.

Nella seconda parte del corso si svolgono approfondimenti sui temi trattati nella prima. Gli studenti possono svolgere ricerche personali, utilizzando soprattutto il materiale disponibile nel web e le letture fornite dalla docente. Nelle ultime ore del corso ogni studente terrà una lezione ai colleghi sulle letture fatte. Si tratta di lezioni in cui, trattando dei temi già svolti, si dà l'occasione di ripetere i contenuti del corso, in vista dei primi appelli.

Il programma si articola nel seguente modo:

IL RUOLO DELLA POLITICA ECONOMICA

Incertezza e politica economica.

Aspettative e politica economica.

Politica e politica economica.

LA POLITICA MONETARIA

Moneta e liquidità.

Il ruolo delle Banche Centrali.

LA POLITICA FISCALE

L'equivalenza ricardiana.

Il ruolo di avanzi e disavanzi.

Il disavanzo di bilancio.

OCCUPAZIONE, PROGRESSO TECNOLOGICO E SALARI

Produttività, produzione e disoccupazione nel breve periodo.

Produttività e tasso naturale di disoccupazione.

Progresso tecnologico ed effetti distributivi.

POLITICHE MACROECONOMICHE INTERNAZIONALI

Il mercato mondiale dei capitali: performance e problemi politici.

Modalità di valutazione

E' possibile svolgere una prova scritta a metà del corso. Le ricerche fatte e presentate dagli studenti valgono come parte dell'esame finale. Quest'ultimo si svolge prevalentemente in forma scritta.

Testi

O. Blanchard, Macroeconomia, Il Mulino, Bologna, 1998, capp. 26, 28, 29, 30

P. Krugman, M. Obstfeld, Economia Internazionale, Hoepli, Milano, 1998, cap. 22



POLITICA ECONOMICA

Quarto anno

Corsi di laurea in Economia e commercio, Economia politica

Dott. Antonio Ribba

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 5 giugno 2002

Programma del corso

1. Politiche della domanda e dell'offerta. Politiche fiscali in economia aperta.

2. Il ruolo della politica economica. Regole di politica monetaria.

3. Cornice europea: Unione Monetaria e Patto di stabilità e crescita.

4. La lenta crescita dell'Italia negli anni 90: alcune discussioni.

Testi

Per il punto 1:

J.M. Keynes, Teoria generale, UTET, cap. 24

M. Burda, C. Wyplosz, I limiti della gestione della domanda, in M. Burda, C. Wyplosz, Macroeconomia, un testo europeo, Il Mulino, Bologna, 1998, cap. 14

M. Burda, C. Wyplosz, Politiche dell'offerta, in M. Burda, C. Wyplosz, Macroeconomia, un testo europeo, Il Mulino, Bologna, 1998, cap. 15

O.J. Blanchard, Aspettative, politica economica e produzione, in O.J. Blanchard, Macroeconomia, Il Mulino, Bologna, 2000, cap. 9

F. Giavazzi, M. Pagano, Can severe fiscal contractions be expansionary? Tales of two small european countries, NBER Macroeconomics Annual, 1990, pp. 75-110

Per il punto 2:

O.J. Blanchard, Il ruolo della politica economica, in O.J. Blanchard, Macroeconomia, Il Mulino, Bologna, 2000, cap. 18

O.J. Blanchard, La politica monetaria, in O.J. Blanchard, Macroeconomia, Il Mulino, Bologna, 2000, cap. 19

J. B. Taylor, A historical analysis of monetary policy rules, in J. B. Taylor, Monetary policy rules, NBER, The University of Chicago Press, Chicago, 1999

Per il punto 3:

C. Brandimarte, S. Leproux, F. Sartori, Il patto di stabilità e crescita: politiche fiscali e spese per lo sviluppo, Studi e Note di Economia, 2, 1998

O.J. Blanchard, L'Unione economica e monetaria europea, in O.J. Blanchard, Macroeconomia, Il Mulino, Bologna, 2000, cap. 21

Per il punto 4:

O.J. Blanchard, Il Lungo Periodo, in O.J. Blanchard, Macroeconomia, Il Mulino, Bologna, 2000, capp. 26, 27, 28, 29

L. Spaventa, V. Chiorazzo, Astuzia o virtù?, Donzelli, Roma, 2000

AA. VV., Italy's slow growth in the 1990's, European Economy, n. 5, 1999, par. 1-5



PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO

Terzo anno

Corsi di laurea in Economia aziendale, Economia e commercio

Dott.ssa Maria Antonella Franchini

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 5 giugno 2002

Programma del corso

L'insegnamento si propone di illustrare le logiche di fondo e le strumentazioni analitico organizzative che caratterizzano attualmente i processi di programmazione e controllo integrati. Vengono illustrate le logiche di base su cui si fondano i sistemi di pianificazione e controllo, in modo approfondito e, con il supporto didattico di casi concreti, si esaminano le tecniche d'analisi che concorrono a formare il sistema di controllo integrato. Si analizzano le correlazioni tra l'architettura del sistema di controllo e la crucialità dell'impresa, la complessità delle sue problematiche di analisi, la tipologia delle relazioni interne, le sue realtà competitive. Il processo di programmazione e di formazione dei budget analitici, finalizzati all'ottimizzazione globale delle risorse ed alla verifica di fattibilità dei piani, vengono affrontati sia in termini teorici, che operativi.

IL SISTEMA DI CONTROLLO E PROGRAMMAZIONE INTEGRATO. L'evoluzione degli obiettivi e dei sistemi di controllo e programmazione; il sistema di controllo e programmazione quale supporto decisionale; fattibilità e motivazione del controllo; il sistema di controllo di gestione nelle aziende e nei gruppi.

LE TECNICHE DI ANALISI DEL CONTROLLO. A) Analisi della redditività: sistema amministrativo integrato: contabilità generale, contabilità analitica, contabilità direzionale; analisi della struttura patrimoniale e finanziaria; analisi della redditività globale; analisi della redditività globale; analisi della redditività di bilancio. B) Analisi dei costi: tipologia di costo: costi di prodotti e costi di periodo; costi fissi e costi variabili; metodi di determinazione dei costi di prodotto: costi pieni, costi diretti, costi storici, costi standard; attribuzione dei costi dei centri di servizio; Activity Based Costing (A.B.C.); funzional costing; metodologie diverse. C) Analisi finanziaria e monetaria: analisi dei flussi finanziari e monetari; analisi del fabbisogno finanziario operativo caratteristico; valutazione degli aspetti monetari della gestione caratteristica. D) Altre analisi qualitative e quantitative: tipologia di analisi ed indicatori: tempo, qualità compatibilità ambientale, flessibilità aziendale.

ASPETTI ORGANIZZATIVI E STRATEGICI DEL CONTROLLO. Struttura verticale: identificazione dei livelli

gerarchici e scelta degli indicatori; struttura orizzontale: analisi a livello di business unit, centri di spesa, centri di costo, centri di ricavo, centri di profitto; struttura per processi: processo di sviluppo del prodotto, l'Activity Based Management (A.B.M.).

LA PROGRAMMAZIONE DI BREVE PERIODO ED IL BUDGET. Ciclo di pianificazione integrato: budget operativo, budget degli investimenti, budget finanziario, budget monetario; l'articolazione del processo di budget; preventivi economici, finanziari, patrimoniali: tecniche di costruzione dei budget economici, finanziari e monetari; verifiche di fattibilità dei piani e dei programmi di breve periodo; l'analisi dei risultati e degli scostamenti.

PROGETTAZIONE DEL SISTEMA DI CONTROLLO E PROGRAMMAZIONE. Le innovazioni del processo di budget: controllo e programmazione strategica; caratteristiche peculiari dell'azienda e specularità del sistema di controllo: coerenza esterna ed interna; il controllo dei gruppi.

Propedeuticità consigliata: Finanza aziendale.

Testi

G. Azzone, Innovare il sistema di controllo di gestione, tecniche, architettura, processo. Etas libri, Milano (ultima edizione)

S. Furlan, La moderna contabilità industriale, Franco Angeli, Milano

Due dispense a cura del docente (anno 2001/2002)

Testo d'approfondimento consigliato:

G. Brunetti, V. Coda, F. Favotto, Analisi, previsioni e simulazioni economico-finanziarie d'impresa, supporto informatico, Etas libri, Milano

M. Saita, Programmazione e controllo, Centro studi aziendali Università degli studi di Milano, Giuffrè editore, Milano

C. Lavacca, R. Tos, C. Carpentieri, C. Natale, Coopers & Lybrand, Che cos'è l'activity base management. Il controllo di gestione per la qualità, Il Sole 24 Ore Editore, Milano



programmi dettagliati
3° e 4° anno dei corsi di laurea

docenti	insegnamenti	istruzioni per la stampa
propedeuticità	offerta formativa 1° anno	offerta formativa 2° anno
offerta formativa 3° e 4° anno	offerta formativa dopo la laurea	archivio guide della Facoltà

[A](#) [B](#) [C](#) [D](#) [E](#) [F](#) [G](#) [H](#) [I](#) [L](#) [M](#) [N](#) [O](#) [P](#) [Q](#) [R](#) [S](#) [T](#) [U](#) [V](#) [W](#) [Z](#)

Programmi (cliccare sui nomi degli insegnamenti)

insegnamento	corso di laurea	anno di corso
Analisi di mercato	Economia aziendale	4°
Diritto bancario	Economia aziendale Economia e commercio	4°
Diritto commerciale	Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia	3°
Diritto commerciale	Economia aziendale Economia e commercio Economia politica	3°
Diritto del lavoro (semestrale)	Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia	4°
Diritto del lavoro	Economia aziendale Economia e commercio Economia politica	4°
Diritto fallimentare (semestrale)	Economia aziendale Economia e commercio	4°
Diritto industriale (semestrale)	Economia aziendale Economia e commercio	4°
Diritto privato dell'economia: concorrenza, consorzi, normative tecniche, servizi alle imprese	Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia	4°
Diritto sindacale (semestrale)	Economia aziendale	4°
Diritto tributario	Economia aziendale Economia e commercio Economia politica	4°
Econometria	Economia aziendale Economia e commercio Economia politica	4°
Economia agraria	Economia aziendale Economia e commercio Economia politica	4°
Economia degli intermediari finanziari	Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia	3°
Economia degli intermediari finanziari	Economia aziendale Economia e commercio Economia politica	3°
Economia del lavoro (semestrale)	Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia	4°
Economia del lavoro	Economia aziendale Economia e commercio Economia politica	4°

Economia del mercato mobiliare	Economia aziendale Economia e commercio Economia politica	4°
Economia del mercato mobiliare: servizi di intermediazione mobiliare	Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia	4°
Economia dell'impresa	Economia aziendale Economia e commercio Economia politica	4°
Economia dell'innovazione (semestrale)	Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia	4°
Economia delle aziende di assicurazione (semestrale)	Economia aziendale Economia e commercio	4°
Economia delle aziende di credito	Economia aziendale Economia e commercio Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia	4°
Economia e gestione delle imprese	Economia aziendale Economia e commercio	3°
Economia e gestione delle imprese: strategia e organizzazione delle imprese di servizi	Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia	3°
Economia e gestione delle imprese commerciali	Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia	4°
Economia e gestione delle imprese commerciali	Economia aziendale	4°
Economia e gestione delle imprese commerciali di distribuzione: trade marketing (semestrale)	Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia	4°
Economia e gestione delle imprese di servizi	Economia aziendale	4°
Economia industriale	Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia	4°
Economia industriale	Economia e commercio Economia politica	4°
Economia internazionale	Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia	4°
Economia internazionale	Economia e commercio Economia politica	4°
Economia monetaria	Economia aziendale Economia e commercio Economia politica	4°
Economia pubblica	Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia	4°
Elaborazione automatica dei dati per le decisioni economiche e finanziarie	Economia aziendale	3°
Finanza aziendale	Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia	3°
Finanza aziendale	Economia aziendale Economia e commercio Economia politica	3°
Geografia economica	Economia e commercio	4°
Marketing	Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia	4°
Marketing	Economia aziendale Economia e commercio	4°
Marketing internazionale	Economia aziendale	4°
Matematica finanziaria II	Economia aziendale Economia e commercio Economia politica	4°

Matematica per le applicazioni economiche e finanziarie (semestrale)	Economia aziendale Economia e commercio Economia politica	4°
Merceologia	Economia e commercio	4°
Organizzazione aziendale (semestrale)	Economia aziendale	4°
Organizzazione aziendale: organizzazione e progettazione di servizi	Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia	3°
Organizzazione del lavoro	Economia aziendale Economia e commercio	3°
Organizzazione delle aziende commerciali	Economia aziendale	4°
Organizzazione e gestione delle risorse umane	Economia aziendale	4°
Organizzazione e gestione delle risorse umane: sviluppo delle competenze di servizio	Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia	4°
Politica economica	Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia	4°
Politica economica	Economia e commercio Economia politica	4°
Programmazione e controllo	Economia aziendale Economia e commercio	3°
Revisione aziendale (semestrale)	Economia aziendale	4°
Scienza delle finanze	Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia	3°
Scienza delle finanze	Economia aziendale Economia e commercio Economia politica	3°
Sociologia	Economia politica	3°
Sociologia politica	Economia politica	4°
Statistica II	Economia aziendale Economia e commercio Economia politica	3°
Statistica per la ricerca sociale	Economia aziendale Economia e commercio Economia politica	4°
Storia contemporanea	Economia e commercio Economia politica	4°
Storia del pensiero economico	Economia e commercio Economia politica	4°
Storia economica dell'Europa	Economia politica	4°
Tecnica dei crediti speciali (semestrale)	Economia aziendale	4°
Tecnica professionale (semestrale)	Economia aziendale	4°
Teoria delle decisioni (semestrale)	Economia aziendale Economia politica	3°



TESTIMONIANZE

Prima Edizione del Master

Testimonianza	Tema
ALITALIA EXPRESS. M. Chieli, Amministratore Delegato	I sistemi di relazione nella gestione dell'impresa di servizi. Le specificità del servizio di trasporto aereo.
NORDICONAD S. Cavagna, Responsabile settore prodotti deperibili	La forma organizzativa della distribuzione al dettaglio. L'evoluzione dalla forma funzionale.
COMPAGNIA della NATURA M. Molinari, Partner	I servizi turistici. I <i>Tour operator</i> . La situazione competitiva in Italia.
REGIONE EMILIA ROMAGNA-Servizi alle Imprese D. Conti, Consulente per l'internazionalizzazione delle p.m.i.	I servizi alle piccole e medie imprese. Gli strumenti finanziari e fiscali per il supporto delle esportazioni e alla crescita delle p.m.i. nei mercati internazionali.
COOP ESTENSE E. Baruffaldi, Direttore Ipermercato	La forma organizzativa interna: il cambiamento della struttura funzionale.
COOP ITALIA F. De Rose, Responsabile <i>Category Management</i>	Ricerche di mercato: visioni, attese e comportamenti dei consumatori. Un approccio <i>customer based</i> al <i>category management</i> .
FABER – SMG A. Colombera, Consulente, Ricercatore	La misura della performance nelle imprese di servizi: la <i>Gap Analysis</i> e il <i>Servqual</i> .
METRO L. Camaioni, Direttore <i>Marketing</i>	La comunicazione dell'identità aziendale e la segmentazione della clientela.
LVMH- Louis Vuitton Mœt Hennesy R. Roncalli, Direttore Area Risorse Umane	I sistemi di compenso e i sistemi di motivazione del personale nell'impresa multinazionale.
NRG - Nashuatec Rexrotary Gestetnet F. Bottoli, Direttore della Rete Commerciale e R. Bondi, Direttore del Personale	L'offerta di servizi integrati alla clientela.
POSTE ITALIANE	La privatizzazione dell'ente pubblico. Il cambiamento nell'organizzazione e il potenziamento dell'offerta di servizi.

C. Bizzarri, Direttore della filiale di Modena	
TETRAPAK F. Paganelli, <i>Quality Processes Manager</i> e A. Leoni, <i>Purchasing Manager</i>	Le aziende di servizi alla produzione. I rapporti di <i>partnership</i> .
GALIMBERTI/EURONICS P. Galimberti, Vice-Presidente della società e Presidente del Gruppo Giovani Imprenditori dell'Unione Commercio Turismo e Servizi della Provincia di Milano	La distribuzione specializzata. Le caratteristiche dei punti vendita.
WÜRTH H. Gschnell, Amministratore Delegato	L'organizzazione divisionale e la gestione delle reti di vendita nell'ottica dell'orientamento al cliente.
RIZZOLI-CORRIERE DELLA SERA A. Tripaldi, Responsabile Edizioni Collezionabili	Il processo di diffusione dei prodotti collezionabili e i rapporti industria-distribuzione nell'editoria italiana.
COOP ESTENSE M. Baruffaldi, Direttore Pianificazione Coop Estense	Lo sviluppo della rete distributiva. Le caratteristiche dei punti vendita.
BANCA 121 G. Ferri, Responsabile Comunicazione Interna e Formazione	Il franchising finanziario e la multicanalità nell'offerta dei servizi bancari. Il posizionamento dell'impresa tramite i canali virtuali.
GRUPPO CHEF ITALIA G. Quarto, Amministratore Delegato alle Risorse Umane	Le imprese di ristorazione e <i>catering</i> . La struttura organizzativa e le relazioni interne.
H.I.T. T. Caranerini, Area Risorse Umane	Le aziende turistiche. Le attività svolte: il <i>tour operating</i> , l' <i>incoming</i> e la distribuzione dei pacchetti turistici.
METRO A. Turati, Buyer	La negoziazione degli acquisti.
QUADRATUM/Cucina Italiana P. Ricas, Direttrice della rivista "Cucina Italiana"	"Le news come servizio". La redazione di un "giornale di servizio" ai lettori.
BANCA POPOLARE DELL' EMILIA ROMAGNA S. Rubbiani, Responsabile Analisi di bilancio	La gestione del rapporto banca-impresa. Il <i>corporate banking</i>
NORDICONAD S.c.a.r.l. F. Carbonari, Direttore Finanziario	Le analisi finanziarie previsionali. Il servizio interno di finanza alle società del gruppo Conad.
ART'E' F. Rozzanigo, Direttore Finanziario	Le previsioni finanziarie e la programmazione del fabbisogno finanziario interno.
UNIFIX E. Covini, Amministratore	Le tecnologie dell'informazione e i sistemi di <i>data mining</i> .

Delegato	
MAIA V. Scarpa, Responsabile Progetto <i>Activity</i>	Lo sviluppo dell' <i>activity based management</i> in MAIA. I cambiamenti nell'organizzazione.
METRO F. Civardi, Direttore della Logistica	La logistica nella distribuzione: l'importanza strategica della gestione dei flussi.
BANCA POPOLARE DELL'EMILIA ROMAGNA C. De Pietri, Servizio di finanza aziendale	La finanza aziendale. Il partner specialistico della rete nella gestione dei rapporti con le imprese. L'evoluzione del rapporto banca/impresa.
CREDEM P. Contini, Responsabile <i>Private Banking</i> e S. Vezzani, Responsabile Selezione	Le attività del gruppo: la visione <i>multispecialist</i> e multicanale. Il <i>private banking</i> .
COOP ITALIA N. Tolde, Area <i>Marketing</i>	L'introduzione del <i>category management</i> e l'elaborazione dei dati della clientela per la selezione degli assortimenti.
METRO F. Fabbri, Area <i>Marketing</i>	La funzione acquisti. Il <i>buyer</i> da negoziatore a <i>customer marketing manager</i> .
CONAD S. Calzolari, <i>National Category Manager</i>	Il ruolo del <i>buyer</i> e l'introduzione del <i>category manager</i> : il caso dello yogurt.
COOP ITALIA F. Casarini, Direttore del Personale	La forma organizzativa interna. Il cambiamento nei ruoli e nei rapporti del personale dopo la trasformazione della struttura.
BANCA ALETTI & C M. Nigra, Responsabile Funzione Mercato dei Capitali- Divisione <i>Investment Banking</i>	La microstruttura dei mercati finanziari. La clientela <i>corporate</i> .
STUDIO TEDESCHI MILANO R. Tedeschi, Agente di cambio	La privatizzazione dei mercati finanziari e l'assetto della piazza finanziaria italiana.
CONSOB A. Freddi, Ispettore	L'attività istituzionale della Banca d'Italia: l'attività ispettiva.
EUROMOBILIARE SGR-GRUPPO CREDEM V. Casolo, Gestore finanziario Euromobiliare Asset Management	La gestione del portafoglio: l'attività di investimento dei fondi.
P. D'Ascola, Giudice Tribunale di Verona	I contratti con gli investitori.
BANCA 121 R. Grazioli, Responsabile <i>Product Manager</i>	Il marketing dei prodotti finanziari: la "costruzione" di un prodotto, dall'analisi della domanda alla promozione sul mercato.
ALITALIA- Bologna N. Puvia, Direttore Commerciale Area Bologna	Caratteristiche del mercato di trasporto aereo. I sistemi di offerta di trasporto aereo. Le relazioni di distribuzione.
PROMETEIA	Analisi dei mercati finanziari. La congiuntura attuale.

S. Tomasini, Ricercatore	
M. Acierno, Magistrato Tribunale di Bologna	La difesa dei consumatori. La normativa e la giurisprudenza nei contenziosi nelle vendite dirette e indirette.
CIS	Gli istituti di ingrosso integrati.
F. Guida, Direttore Commerciale e <i>Marketing</i>	
MARS TRADING S.r.l. PBX	Le forme di vendita all'ingrosso: i magazzini specializzati.
E. Pipolo, Partner	
UNILEVER SAGIT	La logistica e le piattaforme.
G. Infantino, Responsabile della Logistica	
CGIL Sicilia	Le problematiche della contrattazione collettiva in Italia e dei rapporti imprese-sindacato.
A. Amoretti, Segretario Generale, già Segretario Generale della FILCAMS-CGIL (Sindacato dei Lavoratori del Terziario e dei Servizi).	
BLOOMBERG Investimenti	Le informazioni finanziarie sul <i>web</i> . Lo sviluppo e le difficoltà attuali delle società <i>on line</i> .
G. Rossi, Executive Markets Editor	
BANCA D'ITALIA	La Banca Centrale Europea e l'Eurosistema.
R. Rinaldi, Servizio Studi	
IPERLIGURIA	L'organizzazione interna nell'ipermercato. Ruoli e responsabilità del personale: "essere un manager al servizio del consumatore".
M. Fasce, Responsabile delle Risorse Umane	

MACROECONOMIA

Secondo anno - 4 crediti

Corso di laurea in Scienze economiche e sociali

Prof. Mario Forni

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 17 aprile 2002**Obiettivo del corso**

Il corso approfondisce alcuni importanti temi di macroeconomia che non sono stati affrontati o non sono stati sviluppati con questo dettaglio nel corso introduttivo del primo anno. Obbligatorio per gli studenti del corso di laurea di Scienze economiche e sociali, il corso può essere proficuamente frequentato da tutti gli studenti che abbiano seguito un corso introduttivo di macroeconomia. A fronte delle 32 ore di didattica viene richiesto un impegno di studio individuale stimato di 68 ore per un totale di 100 ore. Il superamento dell'esame dà diritto a 4 crediti formativi.

Didattica

Gli argomenti indicati nella apposita scheda verranno esposti teoricamente con l'ausilio di grafici e in forma analitica, con l'uso di semplici concetti di analisi matematica. Ove possibile, ciascun argomento sarà illustrato da esempi e applicazioni. Per ogni argomento oggetto d'esame adeguate esercitazioni in classe serviranno a consolidare la preparazione e a fornire agli studenti una idea precisa della prova di esame.

Modalità di valutazione

Gli studenti verranno incoraggiati a svolgere una prova scritta al termine del corso (cioè a metà del semestre). Gli studenti che non affrontano o non superano questa prova avranno a disposizione gli appelli consueti.

Testi

O. Blanchard, Macroeconomia, Il Mulino, Bologna, 2^a ed.

Materiale didattico integrativo

Eventuale materiale integrativo verrà indicato all'inizio del corso.

Struttura del corso					
Argomenti	Concetti chiave	Studi di casi e applicazioni (alcuni esempi)	Testi	Ore di didattica	Ore di studio
La moderna teoria del consumo	Vincolo di bilancio intertemporale e scelte intertemporali. Le aspettative. Shocks transitori e permanenti.	Episodi della esperienza italiana ed europea. Discussione sui limiti della teoria: puzzle empirici, vincoli di liquidità, aggregazione.	Blanchard, Macroeconomia, parr. 6.1, 6.2 e cap. 7	7	16
Mercati finanziari e aspettative	Prezzi e rendimenti. Arbitraggio. Mercati finanziari e attività economica. Bolle speculative.	Episodi della esperienza europea.	Blanchard, Macroeconomia, cap. 8	7	16
La crescita economica e il lungo periodo	I fatti stilizzati. Il modello di Solow. Istruzione e tecnologia. La teoria della convergenza. I fattori della crescita.	Paesi poveri e Paesi ricchi. Lo squilibrio territoriale e i fattori della crescita in Italia tra il 1970 e il 1990.	Blanchard, Macroeconomia, capp. 26, 27 e 28	18	36

**MARKETING**

Secondo anno - 8 crediti

Corso di laurea in Economia e commercio, percorso Economia, reti, informazione

Prof.ssa Giovanna Galli

Prof. Marcello Tedeschi

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 15 dicembre 2001

Obiettivo del corso

Il corso introduce alle problematiche fondamentali relative alla gestione strategica e tattica delle leve del marketing mix. Dopo un'introduzione al concetto di relazioni competitive e orientamento strategico d'impresa, vengono affrontati i principali modelli per l'analisi della domanda e la segmentazione del mercato; per la valutazione del portafoglio prodotti, per la creazione ed il mantenimento dell'immagine di marca; per la scelta e l'accostamento dei canali distributivi; per la determinazione del prezzo e per la gestione della comunicazione d'impresa. L'analisi degli strumenti di marketing sarà effettuata contrapponendo l'approccio relazionale a quello transazionale e particolare attenzione verrà dedicata ai mutamenti strategici, gestionali ed operativi richiesti dalle nuove tecnologie dell'informazione.

Didattica

Durante il corso gli argomenti verranno svolti nell'ordine indicato nella scheda sulla struttura del corso. Per alcuni argomenti sono previsti approfondimenti, con l'indicazione del materiale da consultare, e studi di casi o esercitazioni in aula.

Modalità di valutazione

Oltre alla tradizionale prova fissata nei periodi d'esame previsti, gli studenti possono sostenere due prove intermedie scritte, il cui punteggio medio determina la votazione finale conseguita nell'insegnamento. Durante queste prove verranno proposti in modo specifico i temi affrontati a lezione.

Testi

J.J. Lambin, Marketing strategico e operativo. McGraw-Hill, Milano, 2000

Materiale didattico integrativo

Durante il corso verranno distribuiti i lucidi contenenti la sintesi dei temi affrontati a lezione.

Le letture di approfondimento possono essere svolte sui seguenti testi:

D. Dalli, S. Romani, Il comportamento del consumatore. Teoria e applicazioni di marketing, Franco Angeli, Milano, 2000

R.L. Oliver, Satisfaction. A Behavioral perspective on the consumer, McGraw Hill, New York, 1996

S. Romani, L'analisi del comportamento del consumatore per la determinazione del prezzo di vendita di prodotti e servizi, Franco Angeli, Milano 2000

Struttura del corso					
Argomenti	Concetti chiave	Studi di casi e applicazioni (alcuni esempi)	Testi	Ore di didattica	Ore di studio
Marketing strategico - operativo	La disciplina del marketing ed il contesto attuale di applicazione.	Il marketing dei beni di consumo, dei beni industriali e dei servizi	Lambin, capp. 1 e 2	2	2
Bisogni, Motivazione, Atteggiamento	Come si definiscono bisogni e motivazione. Le risposte cognitive, affettive e comportamentali.	Il caso Bodyshop. Le caratteristiche della compagne di comunicazione delle imprese.	Lambin, cap. 3 Dalli, Romani, capp. 4 e 6	2	12
Processi di scelta	La funzione di valore del consumatore. Distorsioni cognitive e euristiche di scelta.	Alcuni test sperimentali sugli effetti di compromesso e dominanza asimmetrica	Lambin, cap. 5 Dalli, Romani, cap. 10	4	6
Soddisfazione	Il modello importanza/performance per l'analisi della soddisfazione.	Modalità di applicazione dei modelli per l'analisi della soddisfazione del	Lambin, cap. 5 Oliver, cap.	6	14

**MARKETING - MARKETING STRATEGICO (M1)**

Secondo anno - 4 crediti

Corso di laurea in Economia aziendale

Prof. Tiziano Bursi

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 17 aprile 2002**Obiettivo del corso**

Il corso si propone di fornire le conoscenze di base della teoria e degli strumenti operativi del marketing, con un intreccio continuo tra l'approfondimento delle componenti teoriche della disciplina e lo studio di casi aziendali, l'incontro con manager di imprese industriali, lo sviluppo di esercitazioni pratiche. Il corso comporta 32 ore di attività didattica, cui gli studenti sono fortemente sollecitati a partecipare, e un impegno di studio individuale di 68 ore (per un totale di 100 ore di lavoro). Il superamento dell'esame dà diritto a 4 crediti formativi.

Didattica

Per i vari argomenti trattati durante il corso sono previsti: esercitazioni, discussioni di casi aziendali ed interventi di operatori aziendali.

Modalità di valutazione

E' prevista una prova orale.

Testi e materiale didattico integrativo

Durante il corso verrà fornita una dispensa contenente il materiale statistico e documentario utilizzato nel corso delle lezioni

Struttura del corso					
Argomenti	Concetti chiave	Studi di casi e applicazioni (alcuni esempi)	Testi	Ore di didattica	Ore di studio
L'orientamento al mercato ed il ruolo del marketing nell'impresa	Introduzione ai concetti di marketing strategico ed operativo.		Lambin, Marketing strategico e operativo cap. 1	2	6
Concorrenza, settori e mercati	Definizione di settore e mercato. Analisi di business: strumenti per valutare l'intensità della concorrenza in un settore industriale.	Definizione generale e specifica di settore: esempi.	Guatri, Vicari, Fiocca. Marketing, cap. 2	6	12
Le economie legate alle dimensioni	Economie di scala, economie di scopo, vantaggi assoluti di costo. Le determinanti delle curve di esperienza.	Le previsioni economico-finanziarie come strumento di pianificazione strategica: studio di caso.	Guatri, Vicari, Fiocca. Marketing, cap. 2. Dispensa integrativa	6	12
L'analisi di macrosegmentazione	Struttura e segmentazione del mercato di riferimento.	Studio di caso: esempio di costruzione di una griglia di segmentazione.	Lambin, Marketing strategico e operativo par. 6.1	2	6

Le strategie concorrenziali e il vantaggio competitivo	Strategie competitive di base, tipologie di mercato e fattori critici di successo. Concetto di vantaggio competitivo e sue fonti nell'economia globale.	Analisi di posizionamento strategico industriale: studio di caso.	Guatri, Vicari, Fiocca. Marketing, cap. 9 + Lambin par. 8.3. Dispensa integrativa	6	12
Le ricerche di mercato e il sistema informativo	Metodo delle ricerche di mercato e funzioni del sistema informativo per il marketing.	Studio di caso.	Pellicelli, Il marketing, parte seconda, cap.4	4	8
Le strategie di crescita	Decisioni strategiche e variabili ambientali. Sviluppo orizzontale, diversificazione, internazionalizzazione. L'utilizzo delle matrici (BCG, McKinsey e GE) come strumenti di gestione del portafoglio prodotti.	Modalità di monitoraggio della concorrenza: come gestire un gruppo di sorveglianza della concorrenza internazionale.	Guatri, Vicari, Fiocca. Marketing, cap. 10.	6	12



MARKETING - MARKETING OPERATIVO (M2)

Secondo anno - 4 crediti

Corso di laurea in Economia aziendale

Prof. Giuseppe Nardin

Periodo di svolgimento del corso: 26 aprile - 5 giugno 2002

Obiettivo del corso

Il corso si propone di fornire le conoscenze di base della teoria e degli strumenti operativi del marketing, con un intreccio continuo tra l'approfondimento delle componenti teoriche della disciplina e lo studio di casi aziendali, l'incontro con manager di imprese industriali, lo sviluppo di esercitazioni pratiche. Il corso comporta 32 ore di attività didattica, cui gli studenti sono fortemente sollecitati a partecipare, e un impegno di studio individuale di 68 ore (per un totale di 100 ore di lavoro). Il superamento dell'esame dà diritto a 4 crediti formativi.

Didattica

Per i vari argomenti trattati durante il corso sono previsti: esercitazioni, discussioni di casi aziendali ed interventi di operatori aziendali.

Modalità di valutazione

E' prevista una prova scritta al termine del periodo di lezione.

Testi e materiale didattico integrativo

Durante il corso verrà fornita una dispensa contenente il materiale statistico e documentario utilizzato nel corso delle lezioni

Struttura del corso					
Argomenti	Concetti chiave	Studi di casi e applicazioni (alcuni esempi)	Testi	Ore di didattica	Ore di studio
Definizione generale e strumenti per l'analisi di segmentazione	Il concetto di mercato generale e la sua articolazione in segmenti basati sulle differenze dei	La segmentazione della popolazione italiana secondo gli stili di vita Eurisko. Esercitazione sulla	Stanton-Varaldo, parte 2 ^a . Dispensa integrativa a cura del docente.	6	12

	consumatori. Variabili di segmentazione. Tecniche di indagine per la segmentazione del mercato.	segmentazione.			
Le leve del marketing e il ciclo di vita del prodotto	Definizione del concetto di marketing mix e analisi della sua gestione dinamica in funzione del ciclo di vita del prodotto.	Lo strumento del ciclo di vita applicato al prodotto generico e alla marca: esempi.	Stanton-Varaldo, cap. 7 (parr. 6 e 7). Dispensa integrativa a cura del docente.	4	7
La politica di prodotto	Definizione di prodotto e di portafoglio prodotti. La gestione del portafoglio e il lancio di un nuovo prodotto. Tipologie di prodotto e comportamenti del consumatore. Gli attributi immateriali: colore, confezione, marca.	Esercitazioni su: Convenience, shopping e specialty goods e marketing mix. Gestione portafoglio. Confezione. Marca.	Stanton-Varaldo, parte 3. Dispensa integrativa a cura del docente.	6	14
La politica di prezzo	Rilevanza economica e competitiva del prezzo. Definizione del prezzo base. Modifiche del prezzo. Differenziazione del prezzo.	Esercitazioni sulla definizione del prezzo: analisi del punto di pareggio Il rapporto qualità/prezzo. Il posizionamento di prezzo rispetto ai concorrenti.	Stanton-Varaldo, parte 4 [^] . Dispensa integrativa a cura del docente.	6	12
La politica distributiva	Ruolo e funzioni degli intermediari commerciali. Scelta dei canali distributivi. Intensità distributiva. Organizzazione delle forze di vendita. Il ruolo delle politiche di trade marketing.	Le trasformazioni della struttura distributiva italiana e dei rapporti con l'industria. Modelli di analisi e di gestione dei clienti chiave. Esercitazioni sulla scelta dei canali di vendita.	Stanton-Varaldo,. Cap. 14 (parr. 1, 2, 3, 4, 6, 7), 15 (parr.,1,2,3,4,6,7,8,9). Dispensa integrativa a cura del docente.	5	14
La politica di comunicazione	Il mix degli strumenti di comunicazione. Il concetto di comunicazione. I pubblici della comunicazione aziendale. La pianificazione e il controllo della campagna comunicativa.	Esercitazioni su: Strumenti e obiettivi di comunicazione, alternative di investimento promozionale definizione del budget pubblicitario, scelta dei mezzi di comunicazione.	Stanton-Varaldo, parte 6 [^] . Dispensa integrativa a cura del docente.	5	9

MARKETING STRATEGICO

Primo anno - 4 crediti

Corso di laurea in Economia e marketing internazionale

Prof. Tiziano Bursi

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 5 giugno 2002**Obiettivo del corso**

Il corso si propone di fornire le conoscenze di base della teoria e degli strumenti operativi del marketing, con un intreccio continuo tra l'approfondimento delle componenti teoriche della disciplina e lo studio di casi aziendali, l'incontro con manager di imprese industriali, lo sviluppo di esercitazioni pratiche. Il corso comporta 32 ore di attività didattica, cui gli studenti sono fortemente sollecitati a partecipare, e un impegno di studio individuale di 68 ore (per un totale di 100 ore di lavoro). Il superamento dell'esame dà diritto a 4 crediti formativi.

Didattica

Per i vari argomenti trattati durante il corso sono previsti: esercitazioni, discussioni di casi aziendali ed interventi di operatori aziendali.

Modalità di valutazione

Per il corso di Marketing strategico è prevista una prova orale.

Testi e materiale didattico integrativo

Durante il corso verrà fornita una dispensa contenente il materiale statistico e documentario utilizzato nel corso delle lezioni

Struttura del corso					
Argomenti	Concetti chiave	Studi di casi e applicazioni (alcuni esempi)	Testi	Ore di didattica	Ore di studio
L'orientamento al mercato ed il ruolo del marketing nell'impresa	Introduzione ai concetti di marketing strategico ed operativo.		Lambin, Marketing strategico e operativo cap. 1	2	6
Concorrenza, settori e mercati	Definizione di settore e mercato. Analisi di business: strumenti per valutare l'intensità della concorrenza in un settore industriale.	Definizione generale e specifica di settore: esempi.	Guatri, Vicari, Fiocca. Marketing, cap. 2	6	12
Le economie legate alle dimensioni	Economie di scala, economie di scopo, vantaggi assoluti di costo. Le determinanti delle curve di esperienza.	Le previsioni economico-finanziarie come strumento di pianificazione strategica: studio di caso.	Guatri, Vicari, Fiocca. Marketing, cap. 2. Dispensa integrativa	6	12
L'analisi di macrosegmentazione	Struttura e segmentazione del mercato di riferimento.	Studio di caso: esempio di costruzione di una griglia di segmentazione.	Lambin, Marketing strategico e operativo par. 6.1	2	6
Le strategie concorrenziali e il vantaggio	Strategie competitive di base, tipologie di mercato e fattori critici di successo.	Analisi di posizionamento strategico	Guatri, Vicari, Fiocca. Marketing,	6	12

competitivo	Concetto di vantaggio competitivo e sue fonti nell'economia globale.	industriale: studio di caso.	cap. 9 + Lambin par. 8.3. Dispensa integrativa		
Le ricerche di mercato e il sistema informativo	Metodo delle ricerche di mercato e funzioni del sistema informativo per il marketing.	Studio di caso.	Pellicelli, Il Marketing, parte seconda cap. 4	4	8
Le strategie di crescita	Decisioni strategiche e variabili ambientali. Sviluppo orizzontale, diversificazione, internazionalizzazione. L'utilizzo delle matrici (BCG, McKinsey e GE) come strumenti di gestione del portafoglio prodotti.	Modalità di monitoraggio della concorrenza: come gestire un gruppo di sorveglianza della concorrenza internazionale.	Guatri, Vicari, Fiocca. Marketing, cap. 10	6	12



MATEMATICA

Primo anno - 8 crediti

Corsi di laurea in Economia Aziendale, Scienze economiche e sociali

Prof. Gianni Ricci (A-L)

Dott.ssa Maria Teresa Brandoli - Prof.ssa Gisella Facchinetti (M-Z)

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 15 dicembre 2001

Obiettivo del corso

Fornire allo studente gli strumenti necessari per affrontare in modo consapevole e critico i modelli economici e finanziari che verranno utilizzati nei corsi previsti per il conseguimento della laurea triennale.

Modalità di valutazione

Sono previste due prove di valutazione in forma scritta: una a metà e una alla fine del corso. Il voto finale sarà la media del risultato delle due prove. Nel primo appello della sessione di esame successiva alla conclusione del corso sarà possibile recuperare la seconda prova (la prova finale). Gli studenti che non superano, o che non sostengono le due prove dovranno sostenere l'esame in forma tradizionale : prova scritta e prova orale.

Testi

G. Ricci, Matematica generale, McGraw Hill, Milano, 2001

Materiale didattico integrativo

Nel sito del corso lo studente potrà scaricare ulteriore materiale predisposto dai docenti.

Struttura del corso					
Argomenti	Concetti chiave	Studi di casi e applicazioni (alcuni esempi)	Testi	Ore di didattica	Ore di studio
Calcolo combinatorio	Disposizioni e combinazioni.		Ricci, cap. 1	4	12
Funzione reale di 1 variabile reale	Grafico. Funzione composta e inversa.		Ricci, cap. 2	4	8
Approfondimenti sulla retta e applicazioni della retta all'Economia. Funzioni quadratiche	Il coefficiente angolare di una retta e sue proprietà.	La retta come rappresentazione della funzione lineare dei costi, dei ricavi e dei	Ricci, cap. 3	6	12

		profitti.			
Elementi di algebra lineare delle matrici	Matrici. Sistemi lineari di equazioni. Teorema di Rouchè-Capelli.	Vitalità di un sistema economico.	Ricci, cap. 4	8	16
Successioni e serie numeriche	Successioni polinomiali. Serie geometrica. Il numero e.	Leggi finanziarie.	Ricci, cap. 5	6	12
Limiti e continuità	Punto di accumulazione. Forme indeterminate.		Ricci, cap. 6	4	8
Calcolo differenziale	Derivate. Massimi e minimi. Teoremi di Rolle, Lagrange e Cauchy.	Ottimizzazione delle funzioni di costo, ricavo e profitto.	Ricci, cap. 7	20	42
Funzioni reali di due variabili reali.	Curve di livello. Ottimizzazione libera e vincolata.		Ricci, cap. 8	4	10
Integrali	Teorema fondamentale del calcolo integrale.	Problema delle scorte	Ricci, cap. 9	8	16
totale				64	136



MATEMATICA FINANZIARIA

Secondo anno - 4 crediti

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia

Dott. Carlo Alberto Magni

Periodo di svolgimento del corso: 8 novembre - 15 dicembre 2001

Obiettivo del corso

Il corso si propone di fornire gli strumenti di calcolo finanziario necessari per affrontare problemi di valutazione e scelta in ambito economico, finanziario ed aziendale. Il corso prevede 32 ore di didattica, a cui lo studente è vivamente incoraggiato a partecipare attivamente, a fronte delle quali viene stimato un impegno di studio individuale di 68 ore (per un totale di 100 ore di lavoro). Il superamento dell'esame dà diritto a 4 crediti formativi.

Didattica

Nelle 32 ore di didattica, gli argomenti verranno svolti nell'ordine indicato nella scheda sulla struttura del corso. Relativamente a ciascun argomento verranno presentati numerosi esempi ed applicazioni a problemi economici e finanziari. A partire dalla seconda settimana di lezioni, un'ora alla settimana sarà dedicata allo svolgimento in aula di esercizi. Il docente renderà noto il testo degli esercizi con sufficiente anticipo, in modo da dare l'opportunità agli studenti che abbiano già svolto gli esercizi di "autovalutare" la propria preparazione.

Modalità di valutazione

La valutazione avviene alla fine del corso mediante una prova scritta seguita da una prova orale nello stesso appello. Il voto finale sarà una media del risultato della prova scritta e di quella orale.

Testi

E. Castagnoli, L. Peccati, La matematica in azienda, vol. 1° - Calcolo finanziario con applicazioni, EGEA, Milano, 1997

E. Luciano, L. Peccati, Matematica per la gestione finanziaria, Editori Riuniti, Roma, 1997

R. L. D'Ecclesia, L. Gardini, Appunti di matematica finanziaria, Volume 1°, IV edizione, Giappichelli Editore, Torino, 2001

Eserciziari:

G. Ceccarossi, P. Marchetti, M.E. Zuanon, Esercizi di matematica finanziaria (con software applicativo), CEDAM, Padova, 1998

M. D'Amico, Esercizi di matematica per l'azienda, vol. 1° - Calcolo finanziario con applicazioni, EGEA, Milano, 2000

G. Longo, C. Battaglio, Matematica per le applicazioni finanziarie, ETAS Libri, Milano, 1994

Struttura del corso					
Argomenti	Concetti chiave	Studi di casi e applicazioni (alcuni esempi)	Testi	Ore di didattica	Ore di studio
Introduzione. Operazioni finanziarie elementari	Capitalizzazione e attualizzazione. Capitale, montante, valore attuale, interesse, sconto. Tasso di interesse e tasso di sconto. Regimi finanziari di capitalizzazione e di sconto. Interesse semplice, interesse composto, interesse anticipato.	Applicazioni alla valutazione di importi monetari singoli di vario tipo.	Castagnoli-Peccati: capp. 1.1, 1.2.1	8	17
Confronto tra i regimi e tassi equivalenti. Proprietà.	Scindibilità di una legge finanziaria. Equivalenza tra leggi finanziarie: tassi equivalenti. Intensità istantanea di interesse.	Esempi di valutazioni in leggi e regimi diversi. T.A.N. e T.A.E.G. Leggi a due variabili e mercati finanziari. Il tasso forward o a termine. La struttura per scadenza dei tassi.	Castagnoli-Peccati: capp. 1.1, 1.2.2, 1.2.3, 1.3, 1.4	6	12
Rendite certe e costituzione di un capitale.	Definizione di rendita e generalità. Valore attuale e montante di una rendita. Costituzione di un capitale.	Applicazioni delle rendite. Prezzo di obbligazioni.	Castagnoli-Peccati: cap. 1.1	5	12
Ammortamento dei prestiti indivisi.	Definizione e generalità. Impostazione elementare e finanziaria. Ammortamento italiano, francese e americano.	Applicazioni del concetto di ammortamento. Il leasing.	Castagnoli-Peccati: capp. 1.5, 3.1.1	4	9
Problemi di valutazione	Criteri di scelta: il tasso interno di rendimento (TIR), il Valore Attuale Netto (VAN). Scomposizione del Valore attuale netto per quote di periodo e per fonte di finanziamento. L'APV, il GAPV. Il concetto di duration.	Applicazioni dei criteri di scelta a investimenti reali e finanziari. La duration e l'immunizzazione: cenni. Relazioni tra il concetto di sovrapprofitto e il valore attuale netto.	Castagnoli-Peccati: capp. 2.1, 2.2, 2.3, 2.4, 2.5	9	18



MATEMATICA FINANZIARIA

Secondo anno - 4 crediti

Corsi di laurea in Economia Aziendale, Scienze economiche e sociali

Dott.ssa Maria Teresa Brandoli (A-L)

Prof.ssa Costanza Torricelli (M-Z)

Periodo di svolgimento del corso: 8 novembre - 15 dicembre 2001

Obiettivo del corso

Il corso si propone di fornire gli strumenti di teoria del credito necessari per affrontare problemi di valutazione e scelta in ambito economico, finanziario ed aziendale. Il corso prevede 32 ore di didattica, a cui lo studente è vivamente incoraggiato a partecipare attivamente, a fronte delle quali viene stimato un impegno di studio individuale di 68 ore (per un totale di 100 ore di lavoro). Il superamento dell'esame dà diritto a 4 crediti formativi.

Didattica

Nelle 32 ore di didattica, gli argomenti verranno svolti nell'ordine indicato nella scheda sulla struttura del corso. Relativamente a ciascun argomento verranno presentati numerosi esempi ed applicazioni a problemi economici e finanziari. A partire dalla seconda settimana di lezioni, un'ora alla settimana sarà dedicata allo svolgimento in aula di esercizi. Il docente renderà noto il testo degli esercizi con sufficiente anticipo, in modo da dare l'opportunità agli studenti che abbiano già svolto gli esercizi di "autovalutare" la propria preparazione.

Propedeuticità consigliata: Matematica (1° anno).

Modalità di valutazione

La valutazione avviene alla fine del corso mediante una prova scritta seguita da una prova orale nello stesso appello. Il voto finale sarà una media del risultato della prova scritta e di quella orale.

Testi

R.L. D'Ecclesia, L. Gardini, Appunti di matematica finanziaria, Volume 1°, IV Edizione, Giappichelli Editore, Torino, 2001

Struttura del corso					
Argomenti	Concetti chiave	Studi di casi e applicazioni (alcuni esempi)	Testi	Ore di didattica	Ore di studio
Introduzione e operazioni finanziarie elementari	Di che cosa si occupa la matematica finanziaria. Grandezze fondamentali. Regimi finanziari di capitalizzazione. Regimi finanziari di attualizzazione. Regime a interesse semplice. Regime a interesse anticipato. Regime a interesse composto.	Applicazioni alla valutazione di importi monetari singoli di vario tipo.	D'Ecclesia-Gardini, cap. 1 (par. 1, 2, 3, 4, 5, Esercizi)	10	20
Confronto tra i regimi e tassi equivalenti. Proprietà.	Confronto tra le tre leggi di capitalizzazione e di attualizzazione. Tassi equivalenti. Forza di interesse. Scindibilità e traslabilità.	Esempi di valutazioni in regimi diversi. T.A.N. e T.A.E.G. Il tasso forward o a termine.	D'Ecclesia-Gardini, cap.1 (parr. 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, Esercizi)	8	14
Rendite certe e costituzione di un capitale.	Definizione e generalità. Valore attuale dei vari tipi di rendita. Montante di una rendita: il problema della costituzione di un capitale.	Applicazioni delle rendite. Il prezzo di obbligazioni con e senza cedola.	D'Ecclesia-Gardini, cap .2, cap 5 (parr. 1, 2, 3, Esercizi)	5	14
Problemi di valutazione	Criteri di scelta: il risultato economico attualizzato (REA), il tasso interno di rendimento (TIR). Indici temporali: le scadenze medie e la duration.	Applicazioni dei criteri di scelta a investimenti reali e finanziari. La duration e la struttura per scadenza. Cenni all'immunizzazione.	D'Ecclesia-Gardini, cap. 4 (parr. 3, 4, Esercizi), cap.7 (par. 1)	5	11
Ammortamento dei prestiti	Definizione e generalità. Ammortamento italiano,	Applicazioni del concetto di	D'Ecclesia-Gardini, cap. 3,	4	9

indivisi.	francese e americano. La funzione di fabbisogno. Nuda proprietà e usufrutto.	ammortamento. Il leasing.	cap. 4 (par.1, Esercizi).		
-----------	--	---------------------------	---------------------------	--	--



METODI DELLA GESTIONE DEI DATI

Secondo anno - 8 crediti

Corsi di laurea in Economia e commercio, percorso Economia, reti, informazione

Dott. Massimo Santini (A-L)

Prof. Mauro Leoncini (M-Z)

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 15 dicembre 2001

Obiettivo del corso

Il corso di Metodi della gestione dei dati si propone di introdurre le nozioni principali sulle Basi di dati (BD) e la loro integrazione nel Web, fondamentale per realizzare applicazioni di e-commerce (e, più in generale, di e-business). Verranno esposte le nozioni base di progettazione e uso di BD relazionali, e le nozioni e tecniche necessarie per predisporre l'accesso a BD attraverso il Web. Il corso avrà una rilevante componente sperimentale.

Didattica

Il corso comprende circa 64 ore di insegnamento, ripartite più o meno equamente fra lezioni ed esercitazioni; queste ultime verranno svolte interamente in laboratorio con uso del computer ed utilizzando software "open source" (disponibile sia per gli ambienti Windows sia per quelli Linux).

Modalità di valutazione

Verranno proposte tre prove di valutazione (esoneri), grosso modo a un terzo, due terzi e alla fine del corso, quest'ultima riservata agli studenti che abbiano superato le prime due. Il voto finale sarà una media del risultato delle tre prove. Gli studenti che non superano, o che non sostengono, tutti gli esoneri dovranno sostenere l'esame su tutto il programma del corso.

Testi

Il corso non utilizza un libro di testo. Per quanto riguarda gli aspetti generali sulle basi relazionali, vi sono molti buoni libri a disposizione, anche in italiano. Un testo ben scritto e completo è il seguente:

(ACPT) P. Atzeni, S. Ceri, S. Paraboschi, R. Torlone, Basi di dati: concetti, linguaggi e architetture, McGraw-Hill Libri Italia, Milano

Per gli aspetti di integrazione Web e Basi di Dati, un testo di grande pregio didattico (anche se quasi esclusivamente orientato al mondo Microsoft) è:

L. Mari, Accesso a database via Web, Apogeo, Milano

Per quanto riguarda gli strumenti gratuitamente disponibili per realizzare pagine, verrà indicata bibliografia altrettanto gratuitamente ottenibile via Web

Materiale didattico integrativo

Trasparenze delle lezioni, note dei docenti (verranno distribuite a lezione), esercizi di autovalutazione e riferimenti a documentazione di software "open source".

Struttura del corso					
Argomenti	Concetti chiave	Ore di lezione/laboratorio	Ore di studio	Modalità di verifica	Peso
Concetti introduttivi su basi di dati (BD) e sistemi Informativi	Sistema informativo e sistema informatico. BD relazionale. Sistema di gestione di BD.	2/0	10		
Le architetture di sistemi di gestione di BD (SGBD)	Sistemi desktop. Architetture client-server e basate su Web.	2/0	10		

Modello relazionale dei dati	Relazioni e tabelle. Il concetto di chiave. Vincoli di integrità.	3/5	14		
Elementi del linguaggio SQL	Elementi di algebra relazionale. Interrogazioni in SQL. Viste. Uso di SQL in un linguaggio di programmazione (Java).	6/4	14	Esercizi sulle parti 1-4 del corso	0.25
Software di base	Server SQL, sever WEB e linguaggi di integrazione: PHP, Java/JSP e CGI.	2/4	14		
“Componente” WEB	Richiami di HTML, le "FORMS" e il colloquio tra client e server nel caso del web. Cenni a recenti sviluppi CSS, XML.	2/2	12		
Integrazione	Elementi di base dei linguaggi di integrazione, nozioni introduttive sulla sintassi Java e PHP, uso dei manuali e della documentazione in linea. Relazione tra sintassi del linguaggio e API delle varie librerie.	4/4	16		
Costruzione di una applicazione web/sql		0/4	0	Realizzazione di un'applicazione web/sql	0.50
Argomenti “pratici” avanzati.	Come ovviare alla mancanza di stato del protocollo HTTP: sessioni e cookies. Cenni di sicurezza: autenticazione e cifratura. Cenni sulle prestazioni: multithreading e tuning.	2/4	14		
Progettazione di una BD relazionale	Modello entità-relazione (E/R). Progettazione concettuale. Normalizzazione. Indici. Definizione e manipolazione dati in SQL.	6/4	16		
Argomenti “teorici” avanzati	Data warehousing (DW) e data mining (DM).	4/0	16	Progettazione di una BD relazionale	0.25



METODI QUANTITATIVI I

Primo anno - 4 crediti

Corso di laurea in Economia e marketing internazionale

Prof.ssa Carla Fiori

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 31 ottobre 2001

Obiettivo del corso

Il corso presenta i principali strumenti matematici necessari alla comprensione di semplici modelli matematici ed all'elaborazione ed interpretazione di dati sperimentali. I concetti matematici introdotti verranno affrontati in modo rigoroso e preciso ma senza insistere sulle proprietà formali e teoriche.

Didattica

Di ogni argomento sarà fornita una trattazione teorica immediatamente seguita da una applicativa.

Modalità di valutazione

A fine corso si effettuerà una prova scritta seguita da una discussione orale dell'elaborato. Chi non supera, o non sostiene tale prova, potrà sostenerla con le stesse modalità negli appelli che verranno fissati.

Testi

Gli obiettivi del corso di Metodi quantitativi I hanno reso necessario un contenuto e una metodologia che solo in parte si possono ritrovare sui testi di Matematica attualmente in commercio. Si invitano pertanto gli studenti che non sono in possesso degli appunti del corso a contattare la docente per maggiori informazioni.

Si riporta comunque un elenco di testi di riferimento:

L. Scaglianti, A. Torriero, Matematica, metodi e applicazioni, CEDAM, Padova 2000

L. Peccati, S. Salsa, A. Squellati, Matematica per l'economia e l'azienda, EGEA, Milano, 1999

G.C. Barozzi, C. Corradi, Matematica generale per le scienze economiche, Il Mulino, Bologna, 1997

G. Ricci, Matematica generale, McGraw-Hill, Milano, 2001

Materiale didattico integrativo

Dispense di esercizi svolti e da svolgere

Struttura del corso				
Argomenti	Concetti chiave	Testi	Ore di didattica	Ore di studio
Calcolo combinatorio	Combinazioni, disposizioni, permutazioni.		4	4
Serie geometrica	Somma infinita, convergenza, divergenza.		2	3
La retta e sue applicazioni all'economia	Coefficiente angolare. Punto di pareggio.		4	4
Funzione reale di una variabile reale	Inieltività. Funzione composta. Monotonia.		1	2
Elementi di calcolo differenziale	Derivata: calcolo e sue applicazioni.		6	18
Studio di una funzione	Massimo, minimo, flesso, concavità, convessità.		6	27
Funzioni reali di due variabili reali	Dominio. Curve di livello. Massimi e minimi.		9	10

METODOLOGIE E DETERMINAZIONI CONTABILI - BILANCIO (M1)

Secondo anno - 4 crediti

Corsi di laurea in Economia aziendale, Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia

Prof. Mauro Zavani

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 17 aprile 2002**Obiettivo del corso**

Il corso ha come obiettivo l'approfondimento di tematiche inerenti la contabilità e la formazione del bilancio di esercizio con particolare riferimento ai processi di valutazione delle più significative voci di bilancio in relazione, anche, all'eventuale applicazione dei principi contabili. Il corso prevede 32 ore di didattica svolte con il coinvolgimento attivo dello studente sulla discussione di casi tratti dalla realtà operativa. L'impegno complessivo dello studente viene stimato in 100 ore di cui 68 ore di studio individuale. Il superamento dell'esame dà diritto a 4 crediti formativi.

Didattica

Nelle 32 ore di didattica, gli argomenti verranno svolti nell'ordine indicato nella scheda sulla struttura del corso. Non essendo possibile, in relazione al tempo disponibile, approfondire il contenuto di tutte le voci, sul piano economico aziendale, civile e fiscale si cercherà di fornire soprattutto un metodo di ragionamento, indispensabile per affrontare gli approfondimenti futuri, sviluppandolo nella trattazione delle voci più significative che si trovano nella formazione del bilancio di esercizio.

Propedeuticità vincolante: è necessario aver superato l'esame di Economia aziendale.

Modalità di valutazione

Per gli studenti che seguono il corso è previsto un esame in forma scritta e orale, alla fine del corso. Successivamente è prevista una prova di valutazione in forma orale.

Testi

I testi verranno comunicati all'inizio del corso

Materiale didattico integrativo

A. Quagli, Bilancio di esercizio e principi contabili, Giappichelli, Torino, 2001

Durante il corso verrà fornito eventuale materiale integrativo che si renderà utile per la preparazione.

Struttura del corso					
Argomenti	Concetti chiave	Studi di casI e applicazioni (alcuni esempi)	Testi	Ore di didattica	Ore di studio
Le operazioni di chiusura e di riapertura dei conti	L'applicazione della competenza economica; le principali registrazioni contabili necessarie a fine periodo.	La determinazione delle quote di ammortamento; la rilevazione delle rimanenze finali, i ratei e i risconti.	Da definirsi	14	32
La formazione del bilancio di esercizio e la determinazione del capitale e del reddito di esercizio	Le determinazione del risultato di periodo e suo significato sul piano economico aziendale.	Le modalità contabili per la rilevazione del risultato di periodo. La destinazione dell'utile, la copertura delle perdite.	Da definirsi	6	10
Forme, strutture e contenuto degli schemi del bilancio	Lo schema di bilancio previsto dal codice civile. Inserimento delle voci nello schema.	Predisposizioni di schemi da utilizzare per loro compilazione in aula. Presentazione di casi	Da definirsi	6	14

		reali.			
I principi contabili nazionali e internazionali	Analisi di alcuni principi contabili nazionali ed internazionali.	Analisi dei principi e riflessione su eventuali divergenze.	Da definirsi	6	12



METODOLOGIE E DETERMINAZIONI CONTABILI - BILANCIO DEGLI ENTI PUBBLICI (M2)

Secondo anno - 4 crediti

Corso di laurea in Economia aziendale

Dott. Eugenio Caperchione

Periodo di svolgimento del corso: 26 aprile - 5 giugno 2002

Obiettivo del corso

Il corso si propone di fornire conoscenze avanzate in tema di sistema informativo-contabile delle aziende pubbliche. La conoscenza di questo sistema riveste infatti una notevole rilevanza per numerose figure professionali, sia interne a queste classi di aziende (responsabile della funzione amministrativa, dirigente pubblico, amministratore) sia ad esse esterne (intermediari finanziari, agenzie di rating, società di consulenza, revisori dei conti, imprese fornitrici). Gli obiettivi didattici perseguiti possono essere così riassunti: conoscere le principali caratteristiche del sistema di contabilità tradizionalmente adottato per le aziende pubbliche; conoscere e saper leggere i documenti contabili delle aziende pubbliche, con particolare riguardo a quelli degli enti locali (Comuni e Provincie); saper analizzare ed interpretare tali documenti per ottenere informazioni significative sui risultati della gestione; individuare e progettare alcuni percorsi realistici di miglioramento della funzionalità del sistema contabile di un'azienda pubblica, anche a partire dall'analisi delle più importanti esperienze di altri Paesi, e dalla consapevolezza che sempre più pressante è la richiesta di accountability.

Didattica

L'insegnamento di Metodologie e determinazioni contabili, modulo 2, prevede 32 ore di lezione. Gli studenti sono intensamente coinvolti sia durante le lezioni sia con riguardo alla possibilità di svolgere ricerche bibliografiche su temi innovativi o presso aziende pubbliche locali.

Propedeuticità vincolante: è necessario aver superato l'esame di Economia aziendale.

Modalità di valutazione

E' previsto un esame in forma scritta, alla fine del corso, riservato agli studenti che hanno seguito l'insegnamento. Successivamente l'esame si svolgerà in forma orale. Nel corso dell'esame gli studenti debbono in ogni caso dimostrare di conoscere e saper leggere i documenti contabili fondamentali degli enti locali.

Testi

E. Anessi Pessina, La contabilità delle aziende pubbliche, EGEA, Milano, 2000

E. Caperchione, Sistemi informativo-contabili nella Pubblica amministrazione: profili comparati, evoluzione e criteri per la progettazione, EGEA, Milano, 2000

Materiale didattico integrativo

Durante il corso verrà fornita una dispensa contenente il materiale documentario utilizzato nel corso delle lezioni.

Struttura del corso					
Argomenti	Concetti chiave	Studi di casi e applicazioni (alcuni esempi)	Testi	Ore di didattica	Ore di studio
Contabilità finanziaria	Fine, oggetto e metodo della contabilità finanziaria nell'azienda pubblica: la funzione autorizzativa. Il ciclo di bilancio: principi, iter di costruzione, documenti prodotti. La gestione del bilancio.	Esercitazione guidata sulla lettura e l'interpretazione del bilancio di previsione e del conto del bilancio.	Anessi Pessina, capp. 1-2	12	30

	Le sintesi di periodo amministrativo.				
Contabilità generale	Criteri e linee-guida per l'introduzione della contabilità economico-patrimoniale alle aziende pubbliche: principi contabili e criteri di valutazione.	Esercitazione guidata: scritture di esercizio e fine esercizio, redazione delle tavole di sintesi.	Anessi Pessina, capp. 3-4	6	12
Confronto internazionale	I sistemi contabili internazionali: profili metodologici della comparazione. La riforma della contabilità pubblica in alcuni Paesi stranieri: Francia, Germania, USA, Nuova Zelanda.	Lettura guidata dei documenti originali. Ricerca di materiale tramite la rete.	Caperchione, capp. 1, 2, 4, 5	8	14
Tendenze evolutive	La costruzione dei principi contabili internazionali. Le spinte all'armonizzazione nell'Unione Europea. La comunicazione ai cittadini e l'utilizzo di Internet.	Presentazione di siti significativi a cura del docente e degli studenti.	Caperchione, capp. 6-7	6	12



MICROECONOMIA

Secondo anno - 4 crediti

Corso di laurea Scienze economiche e sociali

Prof. Mario Forni

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 17 aprile 2002

Obiettivo del corso

Il corso approfondisce alcuni importanti temi di microeconomia che non sono stati affrontati o non sono stati sviluppati con questo dettaglio nel corso introduttivo del primo anno. Obbligatorio per gli studenti del corso di laurea di Scienze economiche e sociali, il corso può essere proficuamente frequentato da tutti gli studenti che abbiano seguito un corso introduttivo di microeconomia. A fronte delle 32 ore di didattica viene richiesto un impegno di studio individuale stimato di 68 ore per un totale di 100 ore. Il superamento dell'esame dà diritto a 4 crediti formativi.

Didattica

Il livello di approfondimento richiesto prevede l'uso di semplici concetti di analisi matematica. Gli argomenti verranno corredati da esempi e applicazioni a casi concreti. Per ogni argomento adeguate esercitazioni in classe serviranno a consolidare la preparazione e a fornire agli studenti una idea precisa della prova di esame.

Modalità di valutazione

Gli studenti verranno incoraggiati a svolgere una prova scritta al termine del corso (cioè a metà del semestre). Gli studenti che non affrontano o non superano questa prova avranno a disposizione gli appelli consueti.

Testi

R.S. Pindyck, D.L. Rubinfeld, Microeconomia, Zanichelli, Bologna

L. Brighi, Microeconomia, Giappichelli, Torino

Materiale didattico integrativo

P. Milgrom, J. Roberts, Economia, organizzazione e management, Il Mulino, Bologna, capp. 5, 6 e 7

Struttura del corso

Argomenti	Concetti chiave	Studi di casi e applicazioni	Testi	Ore di	Ore di
-----------	-----------------	------------------------------	-------	--------	--------

		(alcuni esempi)		didattica	studio
La teoria della scelta in condizioni di incertezza	Avversione al rischio. Valore atteso. Utilità attesa. Equivalente certo. Gioco equo. Premio per il rischio.	Il valore dell'informazione. La scelta di portafoglio. La diversificazione del rischio. Le assicurazioni. L'evasione fiscale.	Pindyck e Rubinfeld, cap. 5, Brighi, cap. 5	10	22
La teoria dei giochi	Strategie dominanti. Dominanza iterata. Equilibrio di Nash. Forma normale e forma estesa. Induzione a ritroso. Minacce non credibili. Perfezione nei sottogiochi. Giochi ripetuti e collusione.	Oligopolio e collusione. Il vantaggio della prima mossa. Giochi di entrata e commitment. Giochi di coordinamento e regole sociali.	Pindyck e Rubinfeld, cap. 13, Brighi, cap. 6	12	24
Informazione asimmetrica	Selezione avversa. Segnalazione. Cernita. Equilibrio di separazione. Azzardo morale. Principale e agente. Contratto ottimo. Incentivo e ripartizione del rischio.	Il mercato dell'usato. Le garanzie. L'istruzione come segnale di qualità del lavoro. Le assicurazioni. I salari ad incentivo. I salari di efficienza.	Pindyck e Rubinfeld, cap. 17, (Milgrom e Roberts, capp. 5-7)	10	22



NETWORK ECONOMICS

Secondo anno - 8 crediti

Corso di laurea in Economia e commercio, percorso Economia, reti, informazione

Dott. Giampaolo Caselli (prima parte)

Prof. Andrea Ginzburg (seconda parte)

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 15 dicembre 2001

Obiettivo del corso

Il corso è diviso in due parti.

La prima parte è dedicata all'economia delle reti.

La seconda parte del corso è dedicata all'economia della globalizzazione. Obiettivo: fornire gli elementi di base per comprendere i processi di globalizzazione e le risposte di adattamento dei diversi sistemi economico-sociali.

Particolare attenzione sarà dedicata allo studio di casi di crisi finanziaria in paesi in via di sviluppo.

Didattica

Il corso prevede complessivamente 64 ore di didattica con un impegno di studio individuale di 136 ore (per un totale di 200 ore di lavoro). Ciascuna delle due parti di cui si compone il corso impegna la metà del tempo complessivo.

Modalità di valutazione

Sono previste due modalità di valutazione, entrambe in forma scritta. La prima modalità consente di sostenere due prove scritte, ciascuna al termine, rispettivamente, della prima e della seconda parte del corso. La seconda modalità è riservata agli studenti che non superano, o che non sostengono, una di queste due prove e consiste in un esame scritto su tutto il programma del corso nelle date previste dal calendario degli appelli ordinari.

Testi

Parte I:

H. Varian, C. Shapiro, Information Rules, capp. 1-7. Dispense

Parte II:

B. Eichengreen, La globalizzazione del capitale, Baldini & Castoldi, Milano, 1998, capp. 4 e 5

A. Lamfalussy, Crisi finanziarie nei mercati emergenti, ISEDI, Milano 2001

Materiale didattico integrativo

A integrazione dei testi verrà fornita una dispensa contenente il materiale didattico, statistico e documentario utilizzato nel corso delle lezioni.

Struttura del corso - Prima parte					
Argomenti	Concetti chiave	Studi di casi e applicazioni (alcuni esempi)	Testi	Ore di didattica	Ore di studio
Una nuova rivoluzione industriale	Storia del computer, di Internet, rapporti ricerca scientifica e sviluppo economico. Dimensioni dell'economia delle reti.		Dispense	6	12
Interpretazioni del fenomeno da parte della teoria economica	Teoria neoclassica, visione intermedia, visione radicale e complessità.		Dispense	6	12
Strumenti	Rendimenti crescenti, processi di lock in, switching costs, legge di Moore e di Metcafe, etc.		Varian e Shapiro, capp. 1-7	14	28
Produttività e crescita dell'economia americana.	IT e crescita dell'economia. Il venture capital e il nuovo meccanismo di trasmissione fra mercati finanziari e mercati reali.		Dispense	4	12
Europa ed Italia	Gap tecnologico fra Europa, Italia e Stati Uniti.		Dispense	2	4

Struttura del corso - Seconda parte				
Argomenti	Concetti chiave	Studi di caso e applicazioni (Alcuni esempi)	Testi	Ore di didattica
Introduzione	La bilancia dei pagamenti (richiami). Monete di riserva e monete nazionali. Regimi di cambio. Determinanti dei movimenti di capitale. Network del commercio internazionale.	Analisi della bilancia dei pagamenti italiana. L'interdipendenza fra i paesi: merci, servizi e flussi di capitale.	Dispensa	8
Aspetti generali della globalizzazione finanziaria	Il sistema di Bretton Woods. Dai cambi flessibili all'unione monetaria. Flussi di capitale e paesi in via di sviluppo.		Eichengreen, capp. 4 e 5	8
Quattro crisi nei paesi emergenti.	America Latina, 1982-83; Messico 1994-95; Asia Orientale, 1997-98, Russia, 1998.		Lamfalussy, capp. 1, 2.	10
Le cause delle crisi. Aspetti reali e finanziari della globalizzazione: uno sguardo d'insieme	Il dibattito in corso sulle misure da adottare per gestire e per prevenire le crisi.		Lamfalussy, capp. 3, 4 e appendice.	6

**ORGANIZZAZIONE AZIENDALE - FORME ORGANIZZATIVE (M1)**

Secondo anno - 4 crediti

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia

Prof. Massimo Neri

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 17 aprile 2002**Obiettivo del corso**

Il corso si propone di fornire agli studenti: una conoscenza di base sulle più influenti teorie organizzative; alcuni metodi di analisi organizzativa mediante la presentazione e la discussione in classe di casi e ricerche empiriche; gli strumenti teorico-metodologici per la progettazione organizzativa, relativamente quindi ad assetti strutturali e meccanismi operativi.

Il corso prevede 32 ore di didattica, a cui lo studente è vivamente incoraggiato a partecipare attivamente, a fronte delle quali viene stimato un impegno di studio individuale di 64 ore. Il superamento dell'esame dà diritto a 4 crediti formativi.

Modalità di valutazione

E' prevista una prova di valutazione in forma scritta alla fine del corso.

Testi

R. Daft, Organizzazione Aziendale, Apogeo, Milano, 2001

Materiale didattico integrativo

Durante il corso verrà fornita una dispensa contenente i lucidi proiettati durante le lezioni, i casi di studio utilizzati per le discussioni in aula ed alcune letture integrative.

Struttura del corso				
Argomenti	Concetti chiave	Testi	Ore di didattica	Ore di studio
A. Introduzione	- Che cos'è un'organizzazione - I problemi dello studio dell'organizzazione	Daft, Parte I	4	6
B. Le teorie dell'organizzazione (1)	- Evoluzione storica delle teorie organizzative - Organizzazione Scientifica del Lavoro	Daft, Parte I Dispensa	2	6
B. Le teorie dell'organizzazione (2)	- Teoria Contingente	Daft, Parte I Dispensa	2	6
B. Le teorie dell'organizzazione (3)	- Nuovi paradigmi nella teoria dell'organizzazione	Daft, Parte I Dispensa	2	6
C. La progettazione organizzativa (1)	- Criteri di progettazione e variabili rilevanti - Efficienza ed efficacia organizzativa - Incertezza e progettazione	Daft, Parte II	2	6
C. La progettazione	- Elementi	Daft, Parte II	2	6

organizzativa (2)	fondamentali della macro e della micro struttura organizzativa			
C. La progettazione organizzativa (3)	- Gli assetti di base della struttura organizzativa	Daft, Parte II	6	12
D. La progettazione organizzativa nelle imprese di servizi (1)	- Peculiarità delle imprese di servizi che influiscono sulla progettazione organizzativa	Daft, Cap. 6 Dispensa	4	6
D. La progettazione organizzativa nelle imprese di servizi (2)	- La partecipazione del cliente	Daft, Cap. 6 Dispensa	4	6
D. La progettazione organizzativa nelle imprese di servizi (3)	- Processi di produzione ed erogazione	Daft, Cap. 6 Dispensa	4	4



ORGANIZZAZIONE AZIENDALE - FORME ORGANIZZATIVE (M1)

Secondo anno - 4 crediti

Corso di laurea in Economia aziendale

Dott. Pieragostino Baroncini

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 17 aprile 2002

Obiettivo del corso

Il corso si propone di introdurre gli studenti alla comprensione dei problemi delle forme organizzative d'impresa, attraverso l'acquisizione e lo sviluppo delle conoscenze e delle abilità di base per individuare e riconoscere le forme organizzative fondamentali e valutare criticamente i contenuti teorici affrontati e la didattica adottata. Inoltre, tali conoscenze consentono di cimentarsi con la progettazione organizzativa e di acquisire la dimensione politica dell'organizzazione d'impresa e la prospettiva del potere organizzativo.

I temi organizzativi oggetto del corso sono affrontati sia nella prospettiva teorica, analizzando i modelli e le scuole di pensiero più significativi ed emblematici, sia nella prospettiva empirica, attraverso l'indagine dei comportamenti degli attori che in impresa affrontano i problemi organizzativi, in modo da fornire un quadro concettuale completo. Le conoscenze di base acquisite nel corso di Organizzazione aziendale - Forme organizzative (M1) si completano con quelle impartite nel corso di Organizzazione aziendale - Comportamenti organizzativi (M2).

Didattica

Il programma di lavoro, che prevede 32 ore di didattica, verrà svolto utilizzando lezioni "frontali" d'inquadramento, analisi e discussione di casi aziendali (distribuiti in precedenza), note e lucidi a cura del docente, letture di riferimento ed indicazioni bibliografiche specifiche per alcuni dei temi approfonditi. La discussione dei casi avrà luogo utilizzando strumenti didattici di supporto e con il coordinamento del docente.

Modalità di valutazione

La valutazione consisterà in una prova scritta dove occorrerà argomentare rispondendo a tre domande inerenti il contenuto del corso, in ragionevole pressione di tempo e di spazio espositivo.

Testi

E. Friedberg, Il potere e la regola. Dinamiche dell'azione organizzata, EtasLibri, Milano, 1994 (Fri)

A. Grandori, Organizzazione e comportamento economico, Il Mulino, Bologna, 1999

Piccola dispensa:

E. Friedberg, Le quattro dimensioni dell'azione organizzata, Sviluppo & Organizzazione, n. 141, Gennaio/Febrero 1994

A. Grandori, Una ricostruzione in chiave storica delle idee organizzative - Cap. 1, L'organizzazione delle attività economiche, Il Mulino, Bologna, 1995 (Gra)

A. Grandori, Una ricostruzione della definizione di organizzazione - Cap. 2, L'organizzazione delle attività economiche, Il Mulino, Bologna, 1995 (Gra)

J.P. Womack, D.T. Jones, D. Roos, Ascesa e declino della produzione di massa - Cap. 2, La macchina che ha cambiato il mondo. Passato, presente e futuro dell'automobile secondo gli esperti del MIT, Biblioteca Universale Rizzoli, Milano, 1997

Lucidi a cura del docente

Materiale didattico integrativo

Manuali d'organizzazione:

R.L. Daft, R.C.D. Nacamulli, D. Boldizzoni, Organizzazione aziendale, Apogeo, Milano, 2001

M. Confalonieri, Lo sviluppo e la dimensione dell'impresa, Giappichelli, Torino, 1998

E.A. Gerloff, Strategie organizzative, McGraw-Hill, Milano, 1989

H. Mintzberg, La progettazione dell'organizzazione aziendale, Il Mulino, Bologna, 1996

V. Perrone, Le strutture organizzative di impresa, criteri e modelli di progettazione, Egea, Milano, 1990

A. Rugiadini, Organizzazione d'impresa, Giuffrè, Milano, 1979

Sui comportamenti politici ed il potere organizzativo:

S.B. Bacharach, P. Gagliardi, B. Mundell, Il pensiero organizzativo europeo, Guerini e associati, Milano, 1995

M. Crozier, E. Friedberg, Attore sociale e sistema. Sociologia dell'azione organizzata, EtasLibri, Sonzogno, 1990

M. Crozier, Il fenomeno burocratico. Il significato della burocrazia delle organizzazioni moderne, Etas - RCS Libri, Milano, 2000 (I edizione, Gruppo Editoriale Fabbri, Bompiani, Sonzogno, 1963)

G. De Terssac, Come cambia il lavoro. Efficacia, autonomia, valorizzazione delle competenze, EtasLibri, Milano, 1993

J.G. March, H.A. Simon, Teoria dell'organizzazione, EtasLibri, Milano, 1995

S. Zan, Logiche di azione organizzativa, Il Mulino, Bologna, 1994

In letteratura:

G. Bonazzi, Il tubo di cristallo. Modello giapponese e fabbrica integrata alla Fiat Auto, Il Mulino, Bologna, 1993

M. Crozier, L'impresa in ascolto. Il management nel mondo post-industriale, Il Sole 24 Ore Libri, Milano, 1990

J. Rifkin, La fine del lavoro. Il declino della forza lavoro globale e l'avvento dell'era post-mercato, trad. it. di P. Canton, Baldini & Castoldi, Milano, 1997

J.P. Womack, D.T. Jones, D. Roos, La macchina che ha cambiato il mondo. Passato, presente e futuro dell'automobile secondo gli esperti del Mit, Biblioteca Universale Rizzoli, Milano, 1993

Struttura del corso					
Argomenti	Concetti chiave	Studi di casi e applicazioni (alcuni esempi)	Testi	Ore di didattica	Ore di studio
Il concetto di organizzazione. Le variabili e le logiche di sistema.	Attori, risorse, attività: le variabili fondamentali dell'analisi e della progettazione organizzativa.	Economie di specializzazione; economie di scala; economie di "scope". La teoria della razionalità limitata.	Gra, Cap. 9. Dispensa: Grandori Cap. I-II	2	3
Ruoli e forme organizzative. Il modello di Mintzberg.	I sistemi d'interdipendenza, complessità, complementarità e gestione dell'incertezza.	Le configurazioni organizzative di H. Mintzberg.	Gra, Cap. 9. Lucidi. Dispensa: Grandori Cap. I-II	2	4 + 1 lettura caso
La teoria della burocrazia.	Trasposizione e sostituzione dei fini. Varietà di burocrazie e sostituzione della burocrazia.	Il caso "General Gypsum". La burocrazia: da Weber a Crozier e Friedberg.	Gra, Cap. 9. Dispensa casi. Dispensa: Grandori Cap. I-II	2	3
L'organizzazione	Il problema della divisione del	Da Taylor e Ford	Gra, Cap. 11.	2	4 + 1

<p>scientifico del lavoro.</p>	<p>lavoro. Il coordinamento ed i meccanismi di coordinamento.</p>	<p>alla strutturazione delle relazioni ed alla disintermediazione nella net-economy.</p>	<p>Dispensa: Grandori Cap. I-II. Dispensa: Womack Cap. 2</p>		<p>lettura caso</p>
<p>La scuola delle Relazioni Umane. I sistemi socio-tecnici.</p>	<p>"Attori" e "diritti" organizzativi. Produttività e soddisfazione. La relazione capo-collaboratore.</p>	<p>Il caso "American Airlines e Southwest Airlines". Le trasformazioni organizzative e la relazione tra attori e forma organizzativa.</p>	<p>Dispensa: Grandori Cap. I-II. Dispensa casi</p>	<p>2</p>	<p>3</p>
<p>Il potere nelle organizzazioni. Lo scarto tra potere formale ed informale. Management e potere. La delega dei poteri. La negoziazione (cenni). Caso di studio "Consolidated Drugs".</p>	<p>Dall'organizzazione strumentale alle anarchie organizzate: la messa in discussione della coesione dell'organizzazione. L'organizzazione e il suo ambiente: l'indeterminatezza dei confini organizzativi. La strutturazione dei contesti d'azione: interdipendenza, scambio negoziato e intercambiabilità degli attori. La necessità della leadership ed i paradossi della partecipazione. La delega come attribuzione di "spazio di gioco" e del potere di regolazione.</p>	<p>Lo scarto tra potere formale e potere profondo: il management clandestino. Lo scarto tra volontà decisoria e formalizzazione. Più o meno regole? Caso di studio "Consolidated Drugs". Comportamenti opportunistici ed interessi in gioco.</p>	<p>Fri, Capp. 2 e 3 Fri, Capp. 4 e 11. Lucidi Articolo Fri/Gra (in dispensa) Fri, Capp. 5 - 6. Dispensa casi</p>	<p>6</p>	<p>11 + 2 lettura casi</p>
<p>La forma semplice. L'impresa familiare. La progettazione organizzativa. La forma unitaria. Il modello di Lawrence e Lorsch. La forma divisionale e la forma matriciale. Gruppi societari.</p>	<p>I confini ed il coordinamento tra unità organizzative. I limiti alle dimensioni delle unità organizzative. I conflitti d'interesse. Specializzazione e meccanismi d'integrazione tra unità. La negoziazione dell'organizzazione interna. Le configurazioni organizzative e gli assetti di potere e di interessi. Le alleanze ed i gruppi societari.</p>	<p>Il caso "Lucetta Confezioni". Dalle operazioni primarie di lavoro all'analisi di varianze ed interdipendenze. Le forme di organizzazione del lavoro. I processi partecipativi e negoziali. L'araba fenice: l'organizzazione matriciale. I limiti alle dimensioni dell'impresa ed il superamento tramite alleanze e gruppi societari.</p>	<p>Gra, Capp. 11, 12 e 13. Lucidi. Dispensa casi</p>	<p>8</p>	<p>13 + 1 lettura caso</p>

L'organizzazione per progetti.	La progettazione dei sistemi di lavoro. Finalità e struttura del project management.	Il caso "Hub and Spokes". Da progetto a processo: un itinerario di sviluppo organizzativo.	Gra, 11. Lucidi. Dispensa casi.	2	4
L'organizzazione per processi (I).	I sistemi d'interdipendenza nei processi come concatenazione di azioni aventi un medesimo fine. Attori e ruolo, competenza. La catena cliente-fornitore e la dinamica della catena del valore. Intermediazione e cooperazione nei sistemi d'interdipendenza.	Dalla letteratura funzionale e specialistica dell'impresa all'organizzazione per processi. Il modello di Keidel. Lettura: "Les frères Troisgros" e discussione del caso: "La finestra sul cortile". Le variabili rilevanti della lettura per processi delle organizzazioni d'impresa.	Gra, 11. Lucidi. Dispensa casi.	4	7 + 1 lettura caso
Le reti intrainpresa e tra imprese con un cenno alla teoria dei costi di transazione.	Crisi del mercato e crisi dell'organizzazione. Cenni alla teoria dei costi di transazione. I modelli resource based e di knowledge economy. Le reti e le forme di coordinamento tra imprese.	Reti proprietarie, reti burocratiche, reti sociali. Sub-contracting, franchising ed altre forme di coordinamento tra imprese.	Gra, 13. Lucidi.	2	4
Totale				32	62



ORGANIZZAZIONE AZIENDALE - COMPORTAMENTO ORGANIZZATIVO (M2)

Secondo anno - 4 crediti

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia

Prof. Massimo Neri

Periodo di svolgimento del corso: 26 aprile - 5 giugno 2002

Obiettivo del corso

Il corso si propone di fornire gli elementi essenziali alla comprensione del comportamento organizzativo. L'azione organizzativa è interpretabile come azione coordinata e attraverso l'analisi dei principali meccanismi di coordinamento si intende fornire agli studenti la consapevolezza analitica necessaria ad interpretare le dinamiche organizzative; dove possibile si cercherà di arricchire il percorso con la presentazione e la discussione di esperienze concrete (casi di studio e film), così da stimolare una elaborazione pragmatica delle categorie teoriche introdotte. Il corso prevede 32 ore di didattica, a cui lo studente è vivamente incoraggiato a partecipare attivamente, a fronte delle quali viene stimato un impegno di studio individuale di 68 ore (per un totale di 100 ore di lavoro). Il superamento dell'esame dà diritto a 4 crediti formativi.

Modalità di valutazione

E' prevista una prova di valutazione in forma scritta alla fine del corso.

Testi

A. Grandori, Organizzazione e Comportamento Economico, Il Mulino, Bologna 1999

Materiale didattico integrativo

Durante il corso verrà fornita una dispensa contenente i lucidi proiettati durante le lezioni, i casi di studio utilizzati per le discussioni in aula ed alcune letture integrative.

Struttura del corso				
Argomenti	Concetti chiave	Testi	Ore di didattica	Ore di studio
Razionalità e decisioni organizzative		Grandori, cap. 2 Dispensa	4	8
Regole e identità		Dispensa	2	6
La motivazione	- Modelli orientati al contenuto - Modelli orientati al processo - Equità	Grandori, cap. 3 Dispensa	4	12
Il Coordinamento: definizione e meccanismi		Dispensa	2	6
Autorità e Agenzia		Grandori, cap. 5 Dispensa	2	6
Il gruppo		Grandori, cap. 6 Dispensa	4	6
La leadership		Dispensa	4	6
La negoziazione (1)	Le strutture negoziali	Grandori, cap. 7	4	6
La negoziazione (2)	I processi negoziali	Grandori, cap. 7	4	6
La comunicazione		Dispensa	2	6

**ORGANIZZAZIONE AZIENDALE - COMPORTAMENTO ORGANIZZATIVO (M2)**

Secondo anno - 4 crediti

Corso di laurea in Economia aziendale

Dott. Tommaso M. Fabbri

Periodo di svolgimento del corso: 26 aprile - 5 giugno 2002

Obiettivo del corso

Il corso si propone di fornire gli elementi essenziali alla comprensione del comportamento organizzativo, individuale e di gruppo, nelle situazioni di lavoro organizzato in impresa. Il comportamento organizzativo è analizzato attraverso i principali meccanismi di coordinamento (autorità, gruppo, negoziazione). Il corso intende fornire agli studenti gli strumenti concettuali necessari ad interpretare le dinamiche organizzative: motivazione, decisione, potere, cooperazione e conflitto. Il corso prevede 32 ore di didattica, a cui lo studente è vivamente incoraggiato a partecipare attivamente, a fronte delle quali viene stimato un impegno di studio individuale di 68 ore (per un totale di 100 ore di lavoro). Il superamento dell'esame dà diritto a 4 crediti formativi.

Didattica

Nelle 32 ore di didattica, gli argomenti verranno svolti nell'ordine indicato nella scheda sulla struttura del corso. Le lezioni saranno alternate a didattica attiva (casi aziendali, filmati, discussioni guidate).

Modalità di valutazione

E' prevista una prova di valutazione in forma scritta alla fine del corso.

Testi

A. Grandori, Organizzazione e Comportamento Economico, Il Mulino, Bologna, 1999

Materiale didattico integrativo

Durante il corso sarà fornita una dispensa contenente i lucidi proiettati durante le lezioni, i casi di studio utilizzati per le discussioni in aula ed alcune letture integrative.

Struttura del corso					
Argomenti	Concetti chiave	Casi di studio e proiezione spezzoni di film	Testi	Ore di didattica	Ore di studio
Razionalità e Organizzazione	Razionalità assoluta, parametrica e limitata		Grandori, cap. 2	2	6
Le decisioni organizzative		Caso: "La squadra corse"	Dispensa Grandori, cap.2	2	6
Struttura e comportamento organizzativo (1)	Interdipendenza e razionalità strategica		Dispensa	2	4
Struttura e comportamento organizzativo (1)	Regole	Caso: "La segreteria studenti"	Dispensa	2	6
La Motivazione (1)			Grandori, cap. 3 Dispensa	2	6
La Motivazione (2)	Equità	Caso: "Odissea 2000". Proiezione di film	Dispensa	2	4
Autorità e Agenzia	Coordinamento		Grandori, cap. 5 Dispensa	2	6
Il gruppo (1)			Grandori, cap. 6	2	6
Il gruppo (2)		Proiezione film		2	
Il gruppo (3)	Influenza		Dispensa	2	4
La leadership (1)			Dispensa	2	4
La leadership (2)		Proiezione film		2	
La negoziazione (1)	Le strutture negoziali		Grandori, cap. 7	2	4
La negoziazione (2)	I processi negoziali		Grandori, cap. 7	2	4

La comunicazione (1)			Dispensa	2	4
La comunicazione (2)			Dispensa	2	4



SCIENZA DELLE FINANZE

Secondo anno - 4 crediti

Corsi di laurea in Economia aziendale, Scienze economiche e sociali, Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia

Prof.ssa Maria Cecilia Guerra (corso di laurea in Economia e gestione dei servizi)

Prof. Paolo Silvestri (corsi di laurea in Economia aziendale, Scienze economiche e sociali)

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 31 ottobre 2001**Obiettivo del corso**

Il corso, di carattere prevalentemente istituzionale, ha lo scopo di fornire un quadro delle finanza pubblica italiana, con particolare riguardo al sistema fiscale. Dopo una introduzione sulle motivazioni che giustificano l'intervento pubblico nell'economia, si descrivono i soggetti dell'attività finanziaria pubblica, il processo di formazione del bilancio dello Stato e della legge finanziaria. Si affrontano quindi i principi di teoria della tassazione e si fornisce una presentazione critica del sistema tributario italiano. Il corso prevede 32 ore di didattica a fronte delle quali viene stimato un impegno di studio individuale di 68 ore (per un totale di 100 ore di lavoro). Il superamento dell'esame dà diritto a 4 crediti formativi.

Didattica

Nelle 32 ore di didattica, gli argomenti verranno svolti nell'ordine indicato nella scheda sulla struttura del corso. Durante il corso, alle lezioni tradizionali si affiancheranno esercitazioni e studi di casi, relativi in particolare al sistema tributario.

Modalità di valutazione

Alla fine del corso, è prevista una prova obbligatoria in forma scritta, la cui valutazione costituisce la votazione dell'esame. Lo studente che abbia superato positivamente la prova scritta e sia insoddisfatto del risultato conseguito può, al momento della registrazione del voto, sostenere un'ulteriore prova in forma orale, sull'intero programma, il cui esito, insieme al risultato dello scritto, concorre a definire la valutazione finale.

Testi

P. Bosi (a cura di), Corso di scienza delle finanze, Il Mulino, Bologna, 2000, selezione di paragrafi dai capp. 1, 2, 5, 6, 13

P. Bosi, M.C. Guerra, I tributi nell'economia italiana, Il Mulino, Bologna, esclusi i capp. 6 e 10

Materiale didattico integrativo

Verrà messa a disposizione, sul sito del docente e in forma cartacea al centro stampa, una dispensa contenente esercizi svolti ed esempi di possibili quesiti della prova scritta. Sempre sul sito del docente, saranno messi a disposizione gli schemi delle lezioni sotto forma di diapositive realizzate in PowerPoint.

Struttura del corso					
Argomenti	Concetti chiave	Studi di casi e applicazioni (alcuni esempi)	Testi	Ore di didattica	Ore di studio
Economia del benessere e scelte sociali	Richiami di economia del benessere – Concetti di efficienza e di equità nell'economia pubblica.		Bosi, cap. 2, selezione di paragrafi	2	6
Beni pubblici e fallimenti del mercato	Beni privati, beni pubblici e misti. Free riding. Inquadramento dei fallimenti del mercato: monopolio, esternalità, asimmetrie informative.		Bosi, cap. 2, selezione di paragrafi	2	6
Un quadro della finanza pubblica in Italia e il Bilancio dello Stato e la legge finanziaria	Il Conto economico e consolidato delle Amministrazioni pubbliche. Tendenze della finanza pubblica in Italia. La manovra annuale di bilancio: obiettivi e strumenti. Bilancio dello Stato e legge finanziaria.	Esemplificazioni numeriche sul conto delle amministrazioni pubbliche e sul bilancio dello Stato	Bosi, capp. 1 e 13	4	8
Le entrate	Prezzo pubblico, tassa, imposta.	Esemplificazioni	Bosi, cap. 5,	2	4

pubbliche e le ragioni della distribuzione del carico fiscale	Elementi costitutivi dell'imposta. L'imposta progressiva. Principi del beneficio e della capacità contributiva. Equità orizzontale e verticale. Discriminazione qualitativa degli imponibili. Tax expenditures.	numeriche su concetti quali la struttura delle aliquote e l'imposizione reale e personale.	selezione di paragrafi		
Effetti distorsivi delle imposte e incidenza	Effetti distorsivi delle imposte sull'offerta di lavoro, sulle decisioni di risparmio. Traslazione dell'imposta in concorrenza e in monopolio.		Bosi, cap. 6, selezione di paragrafi	4	8
Il sistema tributario italiano: un quadro generale	Le principali riforme del sistema tributario italiano nell'ultimo trentennio.		Bosi-Guerra, Introduzione, capp. 1 e 2	2	4
L'imposta personale	Scelta della base imponibile (reddito prodotto, entrata, speso; reddito effettivo e normale). Scelta dell'unità impositiva (individuo o famiglia).	Esemplificazioni numeriche sulle diverse nozioni di base imponibile e sulle modalità di tassazione del reddito familiare	Bosi-Guerra, cap. 3	4	8
L'Irpef	Determinazione dell'imponibile e dell'imposta.	Esemplificazioni sul calcolo del debito di imposta e sul fiscal drag	Bosi-Guerra, cap. 4	4	8
Tassazione dei redditi di impresa	Concetto di neutralità fiscale. Tassazione delle società di capitali: Irpeg. La dual income tax.	Esemplificazioni sulla Dual Income Tax	Bosi-Guerra, cap. 5, selezione di paragrafi	2	4
Iva	Modelli di imposte generali sugli scambi. L'Iva europea. Aspetti istituzionali dell'Iva italiana.	Esemplificazioni sull'applicazione dell'Iva secondo i principi di destinazione e di origine.	Bosi-Guerra, cap. 8	2	4
Tributi locali	La fiscalità decentrata. L'Irap e l'Ici.	Esercizi sulla tassazione complessiva dei redditi di impresa: imposte sui redditi, Dit e Irap.	Bosi-Guerra, cap. 9, selezione di paragrafi	4	4



Corsi di laurea in Economia aziendale, Scienze economiche e sociali, Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia

Prof.ssa Maria Cecilia Guerra (corso di laurea in Economia e gestione dei servizi)

Prof. Paolo Silvestri (corsi di laurea in Economia aziendale, Scienze economiche e sociali)

Periodo di svolgimento del corso: 8 novembre - 15 dicembre 2001 a Reggio Emilia; 26 aprile - 5 giugno 2002 a Modena

Obiettivo del corso

Il corso, di carattere teorico ed istituzionale, è rivolto all'analisi economica della spesa per il welfare state. A partire dallo studio delle ragioni dell'intervento pubblico nel campo del welfare, si esamina l'evoluzione e l'attuale struttura della spesa sociale nel nostro paese, con particolare riferimento al sistema pensionistico, sanitario, dell'assistenza, degli ammortizzatori sociali e dell'istruzione. Il corso prevede 32 ore di didattica a fronte delle quali viene stimato un impegno di studio individuale di 68 ore (per un totale di 100 ore di lavoro). Il superamento dell'esame dà diritto a 4 crediti formativi.

Didattica

Nelle 32 ore di didattica, gli argomenti verranno svolti nell'ordine indicato nella scheda sulla struttura del corso. Durante il corso, alle lezioni tradizionali si affiancheranno studi di casi con particolare riguardo al sistema pensionistico e discussioni di articoli su temi di particolare rilevanza per il dibattito sulle politiche sociali nel nostro paese.

Modalità di valutazione

Alla fine del corso, è prevista una prova obbligatoria in forma scritta, la cui valutazione costituisce la votazione dell'esame. Lo studente che abbia superato positivamente la prova scritta e sia insoddisfatto del risultato conseguito può, al momento della registrazione del voto, sostenere un'ulteriore prova in forma orale, sull'intero programma, il cui esito, insieme al risultato dello scritto, concorre a definire la valutazione finale.

Testi

P. Bosi (a cura di), Corso di scienza delle finanze, Il Mulino, Bologna, 2000, selezione di paragrafi del cap. 2 e cap. 5

Diapositive realizzate in PowerPoint delle lezioni, disponibili sul sito del docente

Materiale didattico integrativo

Sarà messa a disposizione, sul sito del docente e in forma cartacea al centro stampa, una dispensa contenente esercizi svolti ed esempi di possibili quesiti della prova scritta. Costituiscono materiale integrativo anche gli articoli oggetto degli studi di caso discussi in classe.

Struttura del corso					
Argomenti	Concetti chiave	Studi di casi e applicazioni (alcuni esempi)	Testi	Ore di didattica	Ore di studio
Modelli di welfare state	Definizione di welfare state (WS). Origini storiche del WS. Modelli di WS Forme di finanziamento del WS.		Bosi, cap. 4, par. 1°. Diapositive dello schema delle lezioni.	2	4
Teorie economiche del welfare state	Ragioni dell'intervento pubblico in campo sociale. Redistribuzione. Rischio, assicurazione e asimmetria informativa.		Bosi, cap. 2, parr. 4 e 8 Diapositive dello schema delle lezioni .	2	6
Un quadro della spesa del welfare state in Italia	Classificazioni, fonti statistiche e tendenze della spesa di WS.	Esercitazioni sulle fonti della spesa	Diapositive dello schema delle lezioni.	2	4
Il sistema pensionistico	Sistemi a ripartizione e a capitalizzazione, a contribuzione definita e	Esercitazioni numeriche sui modelli	Bosi, cap. 4, par. 2. Diapositive dello schema delle lezioni.	6	14

	prestazione definita, di tipo retributivo e contributivo. Patti intergenerazionali. Il sistema pensionistico italiano. La riforma Dini. La previdenza integrativa.	pensionistici Discussione di articoli sulle proposte di riforma			
Gli ammortizzatori sociali	Politiche attive e passive del lavoro. Gli ammortizzatori sociali in Italia.	Discussione di articoli sulle proposte di riforma	Bosi, cap. 4, par. 4. Diapositive dello schema delle lezioni.	2	4
L'assistenza	Programmi selettivi, universali e categoriali. Trasferimenti monetari e prestazioni di servizi. I programmi di contrasto della povertà. La spesa per l'assistenza in Italia.	Esercitazioni numeriche sui modelli di trasferimenti Discussione di articoli sulle proposte di riforma	Bosi, cap. 4, par. 5. Diapositive dello schema delle lezioni.	4	8
Il sistema sanitario	Modelli di organizzazione dei servizi sanitari. I quasi mercati. Il sistema sanitario italiano.	Discussione di articoli sulle proposte di riforma	Bosi, cap. 4, par. 3. Diapositive dello schema delle lezioni.	4	8
L'istruzione	Il finanziamento dell'istruzione. Istruzione pubblica e privata. L'istruzione in Italia.	Discussione di articoli sulle proposte di riforma	Bosi, cap. 4, par. 6. Diapositive dello schema delle lezioni.	4	8
Prospettive del welfare in Italia e in Europa	Crisi del WS e la proposta di nuovi modelli. La Commissione Onofri. Il vertice di Lisbona e il dibattito sul WS in Europa.	Discussione di articoli sulle proposte di riforma	Diapositive dello schema delle lezioni.	4	8



STATISTICA

Secondo anno - 8 crediti

Corso di laurea in Economia e gestione dei servizi - sede di Reggio Emilia

Dott. Franco Torelli

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 15 dicembre 2001

Obiettivo del corso

Il corso si propone di fornire gli strumenti essenziali per la comprensione e l'utilizzo dei metodi statistici di base. Il corso avrà carattere applicativo. Verrà quindi attribuita particolare importanza alle conoscenze che potranno agevolare un approccio quantitativo alle problematiche aziendali. Il corso prevede 64 ore di didattica, nelle quali lo studente è incoraggiato a partecipare attivamente, a fronte delle quali viene stimato un impegno di studio individuale di circa 136 ore (per un totale di 200 ore di lavoro). Il superamento dell'esame dà diritto a 8 crediti formativi.

Didattica

In coerenza con il carattere applicativo del corso, una significativa parte dell'esposizione sarà basata su evoluzioni, situazioni e vicende dell'attuale realtà economica (le fonti saranno quotidiani, settimanali e mensili economici specializzati, indagini recentemente svolte a livello nazionale o internazionale, ecc.).

Oltre all'esposizione dei contenuti e delle metodologie, sono poi previste diverse simulazioni relative ad alcune delle principali aree di applicazione delle metodologie statistiche.

Lo studente dovrà inoltre elaborare una tesina, con la quale dovrà dimostrare di essere in grado di utilizzare effettivamente quanto appreso. Questa tesina dovrà essere costituita dall'applicazione di uno o più argomenti a scelta dello studente, nell'ambito dei contenuti del corso.

La tesina potrà essere svolta individualmente oppure in piccoli gruppi (a scelta dello studente). Il numero massimo di studenti che possono fare parte di un gruppo è pari a 4. Non verranno accettate tesine realizzate da gruppi di 5 o più corsisti.

Nel caso di lavori di gruppo, la presentazione sarà comunque individuale. La tesina potrà essere il frutto di una ricerca bibliografica oppure di una ricerca sul campo. Nel primo caso, la base dei dati che verranno elaborati sarà costituita da pubblicazioni, giornali specializzati, siti Internet, fonti disponibili in biblioteca, e dovrà riguardare temi di attualità. Nel secondo caso, la tesina sarà costituita da una indagine vera e propria, con la quale lo studente costruirà dati primari, ovvero non esistenti nella documentazione disponibile.

Modalità di valutazione

Per il superamento dell'esame, occorre superare sia la prova scritta, sia l'esame orale. Il punteggio finale sarà la somma dei due punteggi (esame orale e prova scritta).

La prova scritta potrà avvenire precedentemente o successivamente all'esame orale. Il superamento della prova scritta, ma non dell'esame orale, comporta la ripetizione solamente di quest'ultimo (ad eccezione del caso in cui lo studente intenda ripetere anche la prova scritta, per migliorare il punteggio).

Allo stesso modo, il superamento dell'esame orale, ma non della prova scritta, comporta la ripetizione solamente di quest'ultima (ad eccezione del caso in cui lo studente intenda ripetere anche l'esame orale, per migliorare il punteggio). Sarà possibile, per la prova scritta, consultare ogni genere di materiale (dispense, testi, appunti propri, simulazioni ed esercizi svolti in aula, ecc.). L'abilità richiesta non risiederà quindi nella memorizzazione dei contenuti di lezioni e dispense, ma nella capacità di utilizzare gli strumenti a disposizione per affrontare casi e problemi.

Per la prova scritta, il massimo dei punti a disposizione è pari a 18. La prova scritta è considerata superata se raggiunge un punteggio almeno pari a 10.

La prova scritta potrà essere affrontata tramite due prove di verifica (intermedia e finale), ognuna delle quali avrà a disposizione un massimo di 9 punti. Nel caso lo studente intenda affrontare le due prove di verifica, la prova scritta è superata se la somma è pari almeno a 10 e se in ognuna è stato raggiunto almeno un punteggio pari a 4.

Il massimo dei punti che possono essere ottenuti all'esame orale è pari a 6 nel caso della ricerca bibliografica, a 12 nel caso della ricerca sul campo. Nell'ambito dell'esame orale, lo studente dovrà presentare e discutere una tesina. L'esame orale si considera superato se vengono ottenuti almeno 3 punti nel caso della tesina basata su una ricerca bibliografica, almeno 5 punti nel caso di una tesina basata su una ricerca sul campo. La tesina, nella sua versione definitiva, dovrà essere inviata al docente per posta elettronica almeno 10 giorni prima della sua presentazione.

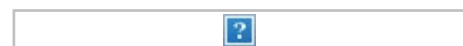
Testi

D. Freedman, R. Pisani, R. Purves, Statistica, Mc-Graw Hill, Milano 1998

Dispense a cura del docente

Struttura del corso					
Argomenti	Concetti chiave	Studi di casi e applicazioni (alcuni esempi)	Testi	Ore di didattica	Ore di studio
Introduzione alla statistica	Obiettivi e corretto utilizzo degli strumenti statistici.		Freedman, Pisani, Purves - capp. 1-2	4	4
Statistica descrittiva	Le misure di posizione, le misure di variabilità; i numeri indici; le forme di distribuzione e la distribuzione normale.	Applicazione degli strumenti statistici a un caso di analisi di customer satisfaction	Freedman, Pisani, Purves - capp. 4-6; dispensa	15	30
Le relazioni tra due fenomeni	L'analisi di correlazione e di regressione; l'analisi delle serie storiche e la valutazione del trend.	Applicazione ad alcuni fenomeni socio-economici attuali	Freedman, Pisani, Purves - capp. 8-12; dispensa	14	36

La probabilità	Definizioni di probabilità e principi di calcolo; le distribuzioni di probabilità.		Freedman, Pisani, Purves - capp. 13-14; 16-18; dispensa	10	20
Il campionamento	Tecniche di campionamento, l'ampiezza campionaria e l'errore di campionamento.	Realizzazione di piani di campionamento e calcolo dell'ampiezza campionaria in situazioni aziendali concrete	Freedman, Pisani, Purves - cap. 19; dispensa	12	20
Tecniche di indagine	Metodologie di indagine sul campo.	Realizzazione di questionari e di piani di elaborazione	dispensa	9	26



STATISTICA

Secondo anno - 8 crediti

Corsi di laurea in Economia aziendale, Scienze economiche e sociali

Dott.ssa Cinzia Mortarino (A-L)

Prof. Michele Lalla (M-Z)

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 15 dicembre 2001

Obiettivo del corso

Il corso si propone di fornire gli elementi basilari di statistica descrittiva, di probabilità e di inferenza. Il corso prevede 64 ore di didattica, a cui lo studente è vivamente incoraggiato a partecipare attivamente, a fronte delle quali viene stimato un impegno di studio individuale di 136 ore (per un totale di 200 ore di lavoro). Il superamento dell'esame dà diritto a 8 crediti formativi.

Didattica

Nelle 64 ore di didattica, gli argomenti verranno svolti nell'ordine indicato nella scheda sulla struttura del corso. Una lezione alla settimana sarà dedicata allo svolgimento in aula di esercizi relativi agli argomenti svolti.

Modalità di valutazione

Sono previste due prove di valutazione in forma scritta: una a metà e una alla fine del corso, riservata esclusivamente agli studenti che abbiano superato la prima prova. Il voto finale sarà una media del risultato delle due prove. Gli studenti che non superano, o che non sostengono, una di queste due prove dovranno sostenere l'esame su tutto il programma del corso.

Testi

D. Freedman, R. Pisani, R. Purves, Statistica, McGraw-Hill, Milano, 1998

Materiale didattico integrativo

Durante il corso verrà fornito materiale integrativo inerenti agli eventuali argomenti svolti a lezione e non presenti nel testo adottato. Gli esercizi proposti dal libro adottato sono sufficienti per affrontare la prova scritta; tuttavia, altri esercizi (svolti e proposti) si possono trovare in:

M.R. Spiegel, Statistica, 2^a ed., McGraw-Hill Italia, Milano, 2000 (Tr. da Statistics, McGraw-Hill, New York, ©1994)

Struttura del corso (I parte)					
Argomenti	Concetti chiave	Studi di casi e applicazioni (alcuni esempi)	Testi	Ore di didattica	Ore di studio
Introduzione e nozioni di base di statistica	Di cosa si occupa la statistica. Le distribuzioni di frequenza. L'istogramma. La media e lo scarto		Friedman et. al., capp. 3 e 4. Materiale didattico	6	9

descrittiva	quadratico medio.		integrativo.		
La distribuzione normale	Caratteristiche della distribuzione normale e uso delle tavole. Approssimazione di istogrammi mediante la curva normale. I percentili.		Friedman et. al., cap. 5.	4	7
La correlazione fra due variabili e il modello di regressione lineare.	Costruzione e analisi del diagramma di dispersione. Il coefficiente di correlazione lineare. La regressione. Calcolo dei parametri, coefficiente di determinazione, scarto tipico condizionato o RMSE (Root Mean Square Error), analisi dei residui.		Friedman et. al., capp. 8-12. Materiale didattico integrativo.	14	30
La probabilità	Concetti e definizioni. Proprietà e regole per il calcolo. Distribuzione binomiale.		Friedman et. al., capp. 13-15.	8	>20
Subtotale				32	66
Struttura del corso (II parte)					
Teorema del limite centrale	La legge dei grandi numeri, il valore atteso e l'errore standard, l'approssimazione per le distribuzioni di probabilità.		Friedman et. al., capp. 16-18.	6	14
Campionamento	Le indagini campionarie, l'errore di campionamento.		Friedman et. al., capp. 19-20.	4	6
Accuratezza delle stime	Accuratezza delle percentuali e delle medie, stima della dimensione del campione. Intervalli di confidenza.		Friedman et. al., capp. 21-22.	6	12
Modelli probabilistici	Modello di Gauss, modello di Mendel per la genetica.		Friedman et. al., cap. 23.	2	4
Test di significatività	Ipotesi nulla e alternativa. Statistiche-test e livello di significatività. Verifica di ipotesi su proporzioni e medie, in un solo campione e in due campioni: test Z e test t-di-Student. Il test del chi-quadrato. Aspetti critici.		Friedman et. al., capp. 24 - 27.	14	34
Subtotale				32	70
TOTALE				64	136



STATISTICA

Secondo anno - 8 crediti

Corso di laurea in Economia e commercio, percorso Economia, reti e informazione

Prof. Alberto Roverato (A-L e M-Z)

Dott.ssa Cinzia Mortarino (M-Z)

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 5 giugno 2002**Obiettivo del corso**

Il corso di Statistica si propone di fornire gli elementi di base della statistica sia descrittiva che inferenziale. Ogni argomento è affrontato nei suoi aspetti teorici e quindi applicato a problemi reali mediante l'utilizzo di un pacchetto statistico per personal computer. Alla fine del corso lo studente dovrebbe essere in grado di condurre un'analisi di dati relativi a problemi di tipo univariato e di regressione lineare.

Didattica

Nelle 64 ore di didattica, gli argomenti verranno svolti nell'ordine indicato nella scheda sulla struttura del corso. Il corso prevede 6 ore di lezione alla settimana (3 lezioni da due ore per settimana). Di queste, 2 ore si effettueranno in laboratorio informatico.

Modalità di valutazione

All'interno del corso verranno proposte 3 prove di valutazione intermedia relative ad aspetti specifici degli argomenti trattati: due prove scritte (con riferimento alla tabella sottostante, la prima sarà relativa agli argomenti dei punti da 1 a 4 mentre la seconda agli argomenti dei punti da 5 a 8) ed una prova di analisi dati svolta al calcolatore. Ad ogni valutazione intermedia è assegnato un peso (proporzionale alla difficoltà della prova) che concorrerà alla valutazione del corso. Gli studenti che non superano, o che non sostengono, una di queste prove dovranno sostenere l'esame su tutto il programma del corso.

Testi

D. Freedman, R. Pisani, R. Purves, Statistica, McGraw-Hill, Milano

Materiale didattico integrativo (Handout)

Durante il corso verrà fornito materiale di integrazione e approfondimento del libro di testo. In generale si tratta di riferimenti a documenti scaricabili da una pagina locale.

Testi di consultazione:

B. Venables, D. Smith, R. Gentleman, R. Ihaka, Notes on R: A Programming Environment for Data Analysis and Graphics, reperibile nel sito Internet <http://www.r-project.org/> (cliccare alla voce: Documentation - Manuals)

A. Agresti, B. Finlay, Statistical Methods for the Social Sciences - terza edizione, Prentice Hall, Englewood Cliffs

A. Krause, M. Olson, The Basics of S and S-plus, Springer, Berlin

A.M. Mood, F.A Graybill, D.C. Boes, Introduzione alla statistica, McGraw-Hill, Milano

G. Cicchitelli, Probabilità e statistica, Maggioli Editore, Rimini

Struttura del corso					
Argomenti	Concetti chiave	Studi di casi e applicazioni (alcuni esempi)	Testi	Ore di didattica	Ore di studio
1. Analisi grafiche dei dati.	Istogramma, densità, istogramma a rettangoli separati, grafico ramo-foglia (stem-leaf), grafico con scatola e baffi (box-plot).		Libro di testo cap. 3. Handout.	6	12
2. Statistiche di sintesi.	Media, varianza, deviazione standard, indici di asimmetria e curtosi, quartili, mediana, differenza interquartile.		Libro di testo cap. 4 Handout	6	12
3. La regressione lineare.	Diagramma di dispersione, coefficiente di		Libro di testo capp. 8-12	12	24

	correlazione, minimi quadrati, RMSE.		Handout		
4. La distribuzione normale.	Distribuzione normale, errori di misura, tavole della distribuzione.		Libro di testo capp. 5-6 Handout	3	6
5. Introduzione alla probabilità.	Probabilità condizionate, regola della somma, regola del prodotto, indipendenza.		Libro di testo capp. 13-15 Handout	10	28
6. Caso e variabilità.	Legge dei grandi numeri, valore atteso, errore standard.		Libro di testo capp. 16-18 Handout	9	18
7. Stima puntuale e intervalli di confidenza.	Stima puntuale di un parametro, stima per intervalli di un parametro, livello di confidenza.		Libro di testo cap.. 20-22 Handout	6	12
8. Test di significatività.	Ipotesi statistiche, livello di significatività, statistica test, distribuzione t di Student.		Libro di testo cap.. 24-26 Handout	12	24



STORIA DEL PENSIERO ECONOMICO

Secondo anno - 4 crediti

Corso di laurea in Scienze economiche e sociali

Prof.ssa Antonella Picchio

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 17 aprile 2002

Obiettivo del corso

L'obiettivo del corso è quello di aiutare gli studenti a collocare il pensiero economico in un contesto storico utile a ripercorrere i mutamenti reali e conoscitivi che hanno portato alla sedimentazione di visioni, concetti, modelli teorici sui processi di produzione, distribuzione e scambio della ricchezza. Il corso comincia dal pensiero economico mercantile e arriva fino al pensiero economico del '900. Gli autori trattati sono: Mun, Petty, Mandeville, Smith, Quesnay, Ricardo, J. Stuart Mill, Marx, Jevons, Walras, Marshall, Keynes. Gli argomenti trattati con maggiore attenzione sono: i processi produttivi, i mercati del lavoro, della moneta, dei beni e servizi, la distribuzione del reddito, la questione sociale, il sistema economico e la sua dinamica strutturale. Il corso prevede 32 ore di didattica a fronte delle quali viene stimato un impegno di studio individuale di 62 ore (per un totale di 94 ore di lavoro). Il superamento dell'esame dà diritto a 4 crediti formativi.

Didattica

Il corso verterà soprattutto su lezioni di tipo manualistico con indicazioni di passi di lettura degli autori. Il corso potrà essere integrato, a scelta, nell'anno seguente da un seminario di lettura dei testi. La partecipazione attiva di coloro che seguono il corso viene considerata un elemento qualificante della formazione.

Modalità di valutazione

L'esame consiste in una prova orale. Durante il corso, per verificare lo stato del processo di apprendimento, si prevede una prova scritta in forma di quesiti sui concetti fondamentali. Anche la discussione in aula costituirà elemento di valutazione.

Testi

A. Roncaglia, La ricchezza delle idee. Storia del Pensiero Economico, Laterza, Bari, 2001

Struttura del corso			
Argomenti	Concetti chiave	Ore di	Ore di studio

		didattica	
Introduzione: alcuni aspetti di metodo della Storia del Pensiero Economico	Rapporto tra presente e passato. Visioni del mondo, concetti analitici, e processi reali. Gli autori nel loro tempo, linguaggi scientifici, contesti culturali e obiettivi analitici. Obiettività e filtri di lettura.	2	2
Il pensiero economico mercantilista.	Lo Stato come criterio d'ordine e fine dell'attività economica. Mun: bilancia dei pagamenti e ruolo sociale dei mercanti. Petty: lavoro produttivo, aritmetica politica. Mandeville: passioni individuali e sviluppo del sistema degli scambi.	2	4
François Quesnay	La Francia a metà del Settecento. Cenni biografici. Gli "Economisti". Il concetto di sovrappiù. Il flusso circolare del reddito. L'agricoltura come settore produttivo di sovrappiù. Teoria e politica economica.	2	4
Adam Smith	Biografia e contesto. "Teoria dei Sentimenti Morali" e "La ricchezza della nazione": diritto, etica e interessi individuali nella regolazione e sviluppo degli scambi commerciali. Lo sviluppo della manifattura. Il concetto di divisione del lavoro, lo sviluppo dei mercati.	2	4
Adam Smith	La distribuzione del reddito, i prezzi relativi, prezzi di mercato e prezzi naturali, il valore, il mercato del lavoro, il salario, l'accumulazione capitalistica.	2	4
David Ricardo	Lo sviluppo dell'industria. Cenni biografici. La questione del valore, la rendita, il salario, e il profitto, i prezzi relativi, commercio internazionale, ricchezza e valore.	4	8
J. Stuart Mill	Cenni biografici, la teoria del fondo salari, l'autocritica.	2	4
Karl Marx	Contesto storico e cenni biografici. "Il Capitale", lavoro salariato e capitale. La questione del valore e dei prezzi. La dinamica strutturale del sistema capitalistico.	6	12
La "rivoluzione" marginalista	Jevons e le fondazioni logiche della teoria dell'utilità marginale. Walras e l'equilibrio economico generale	2	4
Alfred Marshall	Contesto e cenni biografici. "I principi" e l'affermazione accademica della teoria economica marginalista. I prezzi come incrocio tra domanda e offerta. L'analisi economica dei distretti industriali.	4	8
J. M. Keynes	Contesto storico e cenni biografici. Le opere. "La teoria generale". La domanda effettiva. Il mercato della moneta ed il ruolo delle aspettative. Analisi micro e macro.	4	8



Primo anno - 8 crediti

Corsi di laurea in Economia aziendale, Economia e marketing internazionale, Scienze economiche e sociali

Prof. Giuliano Muzzioli (A-E e F-O)

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 15 dicembre 2001

Obiettivo del corso

Il corso si propone di fornire una serie di informazioni di base e mettere a disposizione degli studenti strumenti metodologici adeguati per studiare le vicende e i processi concernenti la storia economica. In particolare verranno comparate le conseguenze economiche prodotte dalla prima rivoluzione industriale con quelle della recente rivoluzione informatico-elettronica. Il corso prevede 64 ore di didattica, a cui lo studente è vivamente incoraggiato a partecipare attivamente, a fronte delle quali viene stimato un impegno di studio individuale di 136 ore (per un totale di 200 ore di lavoro). Il superamento dell'esame dà diritto a 8 crediti formativi.

Didattica

Nelle 64 ore di didattica, gli argomenti verranno svolti nell'ordine indicato nella scheda sulla struttura del corso. Verranno organizzate lezioni su temi specifici tenute da docenti di Storia economica di altre facoltà. Verranno proiettati tre documentari della BBC (in italiano) su temi trattati durante il corso.

Modalità di valutazione

E' prevista un'unica prova orale. Se lo studente lo desidera può dividere l'esame in due parti: una prima volta verrà esaminato sul manuale e in un successivo appello sul secondo testo e gli appunti delle lezioni.

Testi

Oltre agli appunti delle lezioni, gli studenti dovranno utilizzare due testi. Un manuale:

P. Bairoch, Storia economica e sociale del mondo, volume secondo, Einaudi, Torino, 1999

e un testo a scelta tra i seguenti:

V. Castronovo, Storia economica d'Italia, Einaudi, Torino, 1995

M. Castells, The rise of the network society, Blackwell, (second edition) Oxford, 2000

C. Freeman, F. Louca, As time goes by, Oxford U. P., Oxford 2001

E. Hobsbawm, Il secolo breve, Rizzoli, Milano, 1995

G. Kenwood, A. L. Lougheed, Growth of the International Economy 1820-2000, 4° edition, Routledge, 1999

G. Muzzioli, Modena, Laterza, Bari, 1993

D. Yergin, J. Stanislaw, La grande guerra dell'economia (1950-2000), Garzanti, Milano, 2000

Struttura del corso			
Argomenti	Concetti chiave	ore di didattica	ore di studio
Introduzione	Di cosa si occupa la storia economica. I contenuti e l'oggetto del corso.	2	2
Le grandi trasformazioni della società contemporanea	Esplosione demografica. Armi e arsenali bellici. Emergenza ambiente. Le potenzialità dell'economia. Poteri nazionali e problemi mondiali. Rapporto politica/mercato. Rapporto uomo natura. Un mondo in rete - rapporto tra particolare e generale	4	8
La rivoluzione economica del '700	Le rivoluzioni borghesi, La rivoluzione demografica. La rivoluzione agraria. Trasporti e commercio mondiale. La rivoluzione industriale. Banca e moneta. I processi di urbanizzazione. Condizioni di vita e di lavoro.	18	40
La cosiddetta seconda rivoluzione industriale	La catena di Montaggio. Il taylor fordismo. Fu una vera e propria rivoluzione economica?	4	8
Gli anni Trenta	Le trasformazioni economiche degli anni Trenta. Le cause della crisi dl '29.	4	8
La rivoluzione informatico-elettronica	Scienza, tecnica, tecnologia. Il computer: simbolo della 2° R.I.. Cenni di storia del computer. Applicazioni delle nuove tecnologie. Applicazioni dell'elettronica: la robotica. Digitale, analogico.	32	70

Seconda guerra mondiale e rivoluzione elettronica. Dal calcolatore elettromeccanico all'elettronico. Alan Mathison Turing.
L'intelligenza artificiale. Le varie generazioni dei calcolatori.
Sviluppi/crescita del settore dei calcolatori. Una, due o tre Rivoluzioni Industriali? Aspetti dell'economia nel secondo dopoguerra. Il boom economico. La terza rivoluzione agraria. Ricchezza e povertà. Nascita dell'economia mista. Rivoluzione manageriale e direzione aziendale. Il mercato del lavoro. Rimedi contro la disoccupazione. La globalizzazione dell'economia. La finanziarizzazione dell'economia. Esplosione demografica e movimenti migratori. Internet. Telelavoro. Differenze e assonanze tra 1 e ultima R.I.



STORIA ECONOMICA

Primo anno - 8 crediti

Corsi di laurea in Economia aziendale, Economia e marketing internazionale, Scienze economiche e sociali
Dott. Andrea Giuntini (P-Z)

Periodo di svolgimento del corso: 24 settembre - 15 dicembre 2001

Obiettivo del corso

Il corso si propone di fornire una serie di informazioni di base e mettere a disposizione degli studenti strumenti metodologici adeguati per studiare le vicende e i processi concernenti la storia economica. In particolare verranno comparate le conseguenze economiche prodotte dalla prima rivoluzione industriale con quelle della recente rivoluzione informatico-elettronica. Il corso prevede 64 ore di didattica, a cui lo studente è vivamente incoraggiato a partecipare attivamente, a fronte delle quali viene stimato un impegno di studio individuale di 136 ore (per un totale di 200 ore di lavoro). Il superamento dell'esame dà diritto a 8 crediti formativi.

Didattica

Nelle 64 ore di didattica, gli argomenti verranno svolti nell'ordine indicato nella scheda sulla struttura del corso. Verranno organizzate lezioni su temi specifici tenute da docenti di Storia economica di altre facoltà. Verranno proiettati tre documentari della BBC (in italiano) su temi trattati durante il corso.

Modalità di valutazione

E' prevista una unica prova orale. Se lo studente lo desidera può dividere l'esame in due parti: una prima volta verrà esaminato sul manuale e in un successivo appello sul secondo testo e gli appunti delle lezioni

Testi

D. Preti, Storia economica contemporanea, Cedam, Padova, 2001

D.S. Landes, La ricchezza e la povertà delle nazioni. Perché alcune sono così ricche e altre così povere, Garzanti, Milano, 2000

E. Hobsbawm, Il secolo breve, Rizzoli, Milano, 1997

P. Bairoch, Storia economica e sociale del mondo, volume primo, Einaudi, Torino, 1999

P. Bairoch, Storia economica e sociale del mondo, volume secondo, Einaudi, Torino, 1999

D. Yergin, J. Stanislaw, La grande guerra dell'economia (1950-2000), Garzanti, Milano, 2000

A. Gauthier, L'economia mondiale dal 1945 ad oggi, Il Mulino, Bologna, 1998

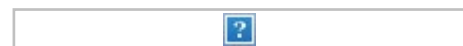
P.A. Toninelli (a cura di), Lo sviluppo economico moderno, Marsilio, Venezia, 1997

I: Clark, Globalizzazione e frammentazione, Il Mulino, Bologna, 2001

V. Castronovo, Storia economica d'Italia, Einaudi, Torino, 1995

Struttura del corso			
Argomenti	Concetti chiave	Ore di didattica	Ore di studio
Introduzione	Di cosa si occupa la storia economica. I contenuti e l'oggetto del corso.	2	2

Le grandi trasformazioni della società contemporanea	Esplosione demografica. Armi e arsenali bellici. Emergenza ambiente. Le potenzialità dell'economia. Poteri nazionali e problemi mondiali. Rapporto politica/mercato. Rapporto uomo natura. Un mondo in rete - rapporto tra particolare e generale	4	8
La rivoluzione economica del '700	Le rivoluzioni borghesi. La rivoluzione demografica. La rivoluzione agraria. Trasporti e commercio mondiale. La rivoluzione industriale. Banca e moneta. I processi di urbanizzazione. Condizioni di vita e di lavoro.	18	40
La cosiddetta seconda rivoluzione industriale	La catena di Montaggio. Il taylor fordismo. Fu una vera e propria rivoluzione economica?	4	



TEORIE DELL'INCERTEZZA E DELL'INFORMAZIONE

Secondo anno - 8 crediti

Corso di laurea in Economia e commercio, percorso Economia, reti, informazione

Prof. David Lane

Periodo di svolgimento del corso: 4 marzo - 5 giugno 2002

Obiettivo del corso

Il corso si propone di analizzare la relazione tra incertezza, informazione, significato e azione. Gli studenti apprenderanno gli elementi della teoria delle probabilità necessari per sviluppare l'analisi delle decisioni e dell'aggiornamento delle valutazioni di gradi di credenza Bayesiani. Apprenderanno inoltre alcuni elementi della teoria dell'informazione di Shannon e la relazione tra questa teoria e la teoria delle probabilità.

Didattica

Nelle 64 ore di didattica, gli argomenti verranno svolti nell'ordine indicato nella scheda sulla struttura del corso.

Modalità di valutazione

Si prevedono due forme diverse per sostenere l'esame, e lo studente può scegliere tra queste due forme: (1) un esame scritto, basato sugli argomenti delle lezioni; (2) un esame orale, basato sulla discussione di un saggio scritto precedentemente elaborato. In questo secondo caso, lo studente, per redigere il saggio, deve leggere almeno uno dei libri elencato nei libri di riferimento. Nel saggio, deve confrontare gli argomenti degli autori e di Jaynes, e deve dare un giudizio personale sulle differenze che trova.

Testi

E.T. Jaynes, Probability Theory: The Language of Science, disponibile presso il sito www.bayes.wu.edu

N.b.: Qualche volta, o la matematica o i riferimenti alla fisica saranno difficili; continuate a leggere, perché in genere c'è un concetto importante e comprensibile sottostante! Quello che dovete sapere per l'esame verrà indicato durante le lezioni e dagli esercizi assegnati.

Libri di riferimento:

A. Damasio, L'errore di Cartesio: emozione, ragione e cervello umano, Adelphi, Milano

B. De Finetti, Teoria della probabilità, Einaudi, Torino

J.H. Holland, K. Holyoak, R. Nisbett, P. Thagard, Induction: Processes of Inference, Learning and Discovery, MIT, Cambridge (Mass.)

D. Kahneman, P. Slovic, A. Twersky, Judgement under Uncertainty: Heuristics and Biases, Cambridge U.P., Cambridge

J.M. Keynes, A Treatise on Probability, McMillan, London

F. Knight, Rischio, incertezza e profitto, La Nuova Italia, Firenze

T. Winograd, F. Flores, Calcolatori e conoscenza: un nuovo approccio alla progettazione delle tecnologie dell'informazione, Mondadori, Milano

Struttura del corso		
Argomenti	Testi	Ore di didattica
Fenomenologia dell'incertezza	Lane, "Foresight, Complexity and Strategy"	6
Logica e probabilità	Jaynes, cap. 1 e 2	6
Probabilità e aspettativa	Jaynes, cap. 3	6
Evidenza	Jaynes, cap. 4	4
Alcune applicazioni della probabilità	Jaynes, cap. 5	4
Apprendere dall'esperienza	Jaynes, cap. 6	6
La distribuzione gaussiana	Jaynes, cap. 7	4
Induzione	Jaynes, cap. 9	4
La regola di successione	Jaynes, cap. 18	4
Una teoria di decisione	Jaynes, cap.13	6
Informazione e entropia	Jaynes, cap. 11	6
Una teoria di comunicazione	Jaynes, cap. 27	6
Riassunto del corso		2

