

Allegato
alle Guide dei Corsi di Studio della Facoltà di
Economia
A.A. 2011/2012

Primo anno dei Corsi di Laurea in ECONOMIA AZIENDALE, ECONOMIA E FINANZA, ECONOMIA E MANAGEMENT, ECONOMIA E MARKETING (classe L-18)

Secondo anno dei Corsi di Laurea in ECONOMIA AZIENDALE, ECONOMIA E FINANZA, ECONOMIA E MANAGEMENT, ECONOMIA E MARKETING (classe L-18)

Terzo anno dei Corsi di Laurea in ECONOMIA E MANAGEMENT (Curricula Economia Aziendale, Economia dei Servizi, Economia dell'internazionalizzazione, Economia e Finanza, Economia e Marketing (classe L-18)

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

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

FACOLTA' DI ECONOMIA

Programmi degli insegnamenti attivati

Anno Accademico 2011/2012

ELENCO INSEGNAMENTI

Analisi dei dati per il marketing	6
Analisi delle statistiche di vendita	8
Analisi e previsioni dei mercati finanziari	9
Business plan per start up e sviluppo d'impresa	10
Cluster and development – Economics of rural development	12
Cluster and development – Economics of industrial districts	13
Consumer and sales marketing	14
Contabilità e bilancio (CLEA-CLAM)	15
Contabilità e bilancio (CLEM- CLEF)	16
Controllo e sviluppo internazionale delle imprese	17
Cooperation and competition among firms	19
Corporate banking and finance	20
Database e internet marketing	21
Database e internet marketing – Modulo Economia del micromarketing	22
Diritto commerciale (CLEM-CLEF)	23
Diritto commerciale (CLEA-CLAM)	24
Diritto commerciale (Corso progredito)	25
Diritto dei mercati finanziari	27
Diritto del lavoro CLEA	29
Diritto del lavoro ADA	29
Diritto per il marketing	30
Diritto tributario ed elementi di fiscalità internazionale	32
Economia agroalimentare	34
Economia aziendale (Corso progredito)	35
Economia degli intermediari finanziari (CLEM-CLEF)	37
Economia degli intermediari finanziari (CLEA-CLAM)	38
Economia dei gruppi e delle concentrazioni aziendali	39
Economia del mercato mobiliare	40
Economia della globalizzazione	41
Economia dell'azienda agraria e agroindustriale (CLEA)	42
Economia dell'azienda agraria e agroindustriale (CLEF)	43
Economia delle aziende non profit	44
Economia delle aziende pubbliche	45
Economia delle filiere agroalimentari	46
Economia e gestione delle imprese (CLEM-CLEF) – Modulo 1	47
Economia e gestione delle imprese (CLEM-CLEF) – Modulo 2	49
Economia e gestione delle imprese (CLEA)	51
Economia e gestione delle imprese (CLAM)	52
Economia e politica dello sviluppo	54
Economia e politica fiscale e monetaria – Modulo 1	56
Economia e politica fiscale e monetaria – Modulo 2	57
Economia industriale (CLEA) – Modulo 1	58
Economia industriale (CLEA) – Modulo 2	59
Economia industriale internazionale	60
Economia italiana	61
Economics statistics	62
Environmental Economics	64
European union policies and projects	65
European Economy	66

Evoluzione dei sistemi distributivi	68
Finanza internazionale	69
Finanza matematica – Modulo 1	70
Finanza matematica – Modulo 2	71
Finanza quantitativa	72
Gestione della produzione industriale	73
Gestione finanziaria delle imprese	74
Governance e gestione del rischio – Modulo 1	75
Governance e gestione del rischio – Modulo 2	76
Growth and history of the global economy – Part 1 Economic growth	77
Growth and history of the global economy – Part 2 History of globalization	78
International accounting and governance	80
International branding & retailing	81
International financial institutions and markets	83
International markets and organization laws Part 1	84
International markets and organization laws Part 2	84
Investment banking and real estate finance	86
Istituzioni di diritto privato (A-D)	87
Istituzioni di diritto privato (E-N)	90
Istituzioni di diritto privato (O-Z)	93
Istituzioni di economia aziendale (A-D)	96
Istituzioni di economia aziendale (E-N)	97
Istituzioni di economia aziendale (O-Z)	98
Istituzioni di economia politica I (A-D)	99
Istituzioni di economia politica I (E-N)	100
Istituzioni di economia politica I (O-Z)	101
Istituzioni di economia politica II (CLEA-CLAM)	102
Istituzioni di economia politica II (CLEM-CLEF)	103
Managerial economics	104
Marketing and management of multinational corporations – Management of international groups	106
Marketing and management of multinational corporations – International marketing	107
Marketing dei servizi	108
Marketing distributivo	109
Marketing integrato – Modulo modelli negoziali	110
Marketing integrato – Modulo innovazione nel retail	111
Marketing internazionale	112
Marketing management delle imprese di servizi	113
Marketing management delle imprese industriali	114
Marketing operativo	115
Marketing strategico	116
Matematica finanziaria (CLEA-CLAM)	117
Matematica finanziaria (CLEF-CLEM)	118
Matematica generale (A-D)	119
Matematica generale (E-N)	120
Matematica generale (O-Z)	123
Metodi e modelli per i mercati finanziari	124
Metodi quantitativi di marketing – Modulo analisi statistiche per il marketing	125
Metodi quantitativi per il trade marketing – Modulo valutazione dei rischi per il marketing	126
Methodologie e determinazioni quantitative di azienda	127
Microeconomics (Istituzioni di economia politica 1 in Lingua Inglese)	128
Neuroshopping & marketing channel	129

Organizzazione aziendale	130
Organizzazione industriale	131
Programmazione e controllo (CLEA-CLES)	132
Programmazione, controllo e bilancio nelle aziende pubbliche	134
Ragioneria internazionale	135
Retail advertising and branding – Modulo 1	136
Retail advertising and branding – Modulo 2 Vertical branding	137
Retail branding and image	138
Risk management e creazione del valore nelle banche	139
Scenari economici per il management	141
Scienza delle finanze	143
Shopper marketing – Modulo 1	145
Shopper marketing – Modulo 2	145
Sistemi di governance e revisione aziendale – Modulo 1	146
Sistemi di governance e revisione aziendale – Modulo 2	147
Sistemi di programmazione e controllo di gestione	148
Sociologia dei consumi	150
Sociologia economica	152
Statistica (A-D)	153
Statistica (E-N)	155
Statistica (O-Z)	157
Statistica aziendale e analisi dei dati	159
Statistica dei mercati monetari e finanziari (serie storiche)	160
Storia dei mercati finanziari	161
Storia del pensiero economico	162
Storia delle imprese	163
Storia economica (A-D)	164
Storia economica (E-N)	165
Storia economica (O-Z)	166
Tecnica e finanza delle assicurazioni	167
Temi speciali di bilancio – Modulo 1	168
Temi speciali di bilancio – Modulo 2	169
Urban and local policies	171

ANALISI DEI DATI PER IL MARKETING

DATA ANALYSIS FOR MARKETING

Docente: Prof. Sergio ZANI

SSD: SECS-S/01; CFU: 10

Corsi di studio: CLEM unico CLAM

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso si propone d'illustrare i metodi statistici per il trattamento delle informazioni d'interesse aziendale, considerando contemporaneamente più variabili, sia qualitative sia quantitative. I dati possono essere di fonte interna all'azienda, come ad esempio quelli riguardanti le vendite dei beni o servizi prodotti, oppure possono essere ottenuti mediante indagini campionarie (ricerche di mercato). L'obiettivo dell'analisi dei dati multidimensionali è quello di fornire un supporto conoscitivo razionale per le decisioni. Si consiglia agli studenti di seguire il corso di Analisi dei dati per il marketing solo dopo aver sostenuto gli esami di Statistica, il cui programma è propedeutico a quello del presente insegnamento.

Programma

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Modalità didattiche

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

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

Testo d'esame

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

Lettura aggiuntiva per eventuali approfondimenti:

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

Modalità dell'esame

Prova scritta

ANALISI DELLE STATISTICHE DI VENDITA
STATISTICS FOR BUSINESS INTELLIGENCE

Docente: Prof. Andrea CERIOLI

SSD: SECS-S/01; CFU: 9

Corsi di studio: Trade Marketing e Strategie Commerciali

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso si propone di illustrare:

- a) il modello di regressione (semplice e multipla) e alcune delle sue applicazioni a problemi di marketing;
 - b) la metodologia degli alberi di classificazione applicata al problema della segmentazione dei consumatori.
- Accanto alla teoria di base, necessaria per comprendere l'utilizzo delle metodologie e per padroneggiarne con consapevolezza i risultati, sarà dato spazio agli aspetti di calcolo, con utilizzo dei software Excel e SPSS.

Programma Sintetico

Richiami di inferenza statistica

2. Il modello di regressione lineare semplice
3. Il modello di regressione lineare multipla ed alcune sue estensioni
4. Software di calcolo e applicazioni del modello di regressione
5. Gli alberi di classificazione per la segmentazione dei consumatori
6. Software di calcolo e applicazioni degli alberi di classificazione

Testi di riferimento

Per la parte a) (punti 1-4 del programma):

M. Riani e F. Laurini: Modelli statistici per l'economia con applicazioni aziendali (seconda edizione), Pitagora Editrice, Bologna, pp. 1-115 + paragrafo 4.5 + esercizi + appendici.

Per la parte b) (punti 5-6 del programma):

S. Zani e A. Cerioli: Analisi dei dati e data mining per le decisioni aziendali, Giuffrè, Milano, Capitolo XI.

ANALISI E PREVISIONI DEI MERCATI FINANZIARI

Docente: Prof. Giovanni VERGA

SSD: SECS-P/01; CFU: 10

Corsi di studio: FRIM

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Nel corso sono approfondite le più recenti teorie con le corrispondenti applicazioni relative ai mercati finanziari e al credito, dando molto spazio ad esempi tratti dall'attuale realtà. Successivamente a questo si passa all'apprendimento delle principali tecniche di previsione e verifiche empiriche mediate l'utilizzo di due noti software econometrici.

Lo studente si familiarizzerà con i concetti di efficienza, comunicati ufficiali, bolle speculative, eterogeneità, crisi finanziarie, etc. che gli permetteranno di comprendere il reale funzionamento dei mercati finanziari e il ruolo delle autorità centrali. L'utilizzo dei pacchetti econometrici, oltre a consentirgli di sottoporre a verifica empirica le principali relazioni teoriche studiate, gli fornirà una metodologia applicabile anche ad altri settori economici.

Testi di riferimento

Dispense di Analisi e previsione dei mercati finanziari, a.a. 2011/2012: Parte teorica)

Dispense di Analisi e previsione dei mercati finanziari, a.a. 2011/2012: parte II – Parte econometrica)

Modalità di accertamento: prova orale con esercitazione al computer. Lo studente dovrà rispondere a 3 domande su 4 estratte a caso.

BUSINESS PLAN PER START UP E SVILUPPO D'IMPRESA

Docente: Prof. Valentino GANDOLFI

SSD: SECS-P/08; CFU: 8

Corsi di studio: libero a scelta per tutti i corsi di laurea triennale

Obiettivi

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

Programma

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

Prima parte- La gestione strategica dell'impresa

Il piano aziendale

Tipologie di piani aziendali

Seconda parte-La redazione del piano

Il business plan per una start up

- la determinazione degli obiettivi aziendali
- definizione dell'area strategica di affari, analisi di mercato, stima del mercato acquisibile
- formulazione della strategia aziendale
- programmazione operativa della gestione
- controllo preventivo.

Il business plan per lo sviluppo

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

Il business plan per l'internazionalizzazione

- la descrizione dell'azienda e i relativi problemi di sviluppo
- l'analisi del mercato di riferimento

- le modalità di internazionalizzazione
- le risorse necessarie
- le previsioni economico-finanziarie.

Testi di riferimento

La bibliografia verrà indicata dal Docente all'inizio delle lezioni.

Modalità didattiche

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

Modalità di accertamento dell'apprendimento

La valutazione dell'apprendimento sarà basata su una prova scritta di carattere istituzionale e sull'elaborato individuale del piano aziendale.

Propedeuticità

Sono ammessi all'insegnamento gli studenti che hanno già sostenuto gli esami di Istituzioni di economia aziendale, Contabilità e bilancio, Economia e gestione delle imprese.

Iscrizione

A fini organizzativi, gli studenti interessati sono invitati ad iscriversi tramite e-mail al Docente del corso (valentino.gandolfi@unipr.it), indicando il corso di laurea.

Calendario

Le lezioni istituzionali sono previste nel secondo modulo del primo semestre al giovedì(ore 9-11) e saranno ripetute nello stesso giorno dalle 16 alle18 onde consentire la partecipazione agli studenti dei diversi corsi di laurea della Facoltà. L'attività didattica continuerà nel primo modulo del secondo semestre per la redazione individuale del piano, che potrà essere ultimato anche successivamente al termine del corso.

CLUSTER AND DEVELOPMENT - ECONOMICS OF RURAL DEVELOPMENT

Teacher: Michele DONATI

SSD: AGR/01; CFU: 4

Courses of study: International Business and Development

Content of the course

The course aims to provide a theoretical, empirical and methodological framework of rural development process mainly in European regions. The main focus of the course will be addressed to the agricultural policy mechanisms and their role in sustaining the rural areas in term economic, environmental and social perspectives. The fundamental concepts of rural development, like multifunctionality, sustainability and rural viability, will be discussed under the light of the economic theory and adopting case studies taken from the European and non-European contexts. The course would also consider some specific quantitative and qualitative methodologies for analysing the rural development issues and for evaluating the rural development policies.

The key topics of the course are:

- A framework for understanding rural development
- Sustainability and rural development
- Multifunctionality in rural areas
- Endogenous rural development
- Common Agricultural Policy (CAP) and the rural development programmes
- Methodologies for understanding differences in rural development processes

Students will be lead to know the function of rural areas in the globalization era and the importance of adequate policy instruments for driving the development process to achieve private and more general public objectives. Lectures will be integrated with case studies analysis, working groups, research presentations and movies.

Recommended readings

- Ploeg, J.D. van der (2008), *Unfolding webs:the dynamics of regional rural development*, Gorcum b.v., Assen.
- Papers and other materials provided by the teacher.

CLUSTER AND DEVELOPMENT – ECONOMICS OF INDUSTRIAL DISTRICTS

Teacher: Fabio SFORZI

SSD: SECS-P/06; CFU: 5

Courses of study: International Business and Development

Objectives of the course

Industrial districts (IDs) are probably one of the most important socio-economic phenomena of recent decades. In an increasingly globalized world, the presence of IDs suggests that places matter. Much competitive advantage lies outside the firm – especially if the firm is small or medium-sized – or even outside its industry, and lies instead in the place where the community of people and the population of firms are interwoven, specializing in different stages of the same production process. The course provides students with the current state of the art knowledge about IDs and their role in international competition. Students are expected to gain knowledge of the ID concept to explain why it offers a new way of considering small and medium-sized enterprises (SMEs), to learn how the socio-economic changes take place in an ID and to understand the importance of the ID in promoting internationalization of SMEs. This will equip students to work in public and private institutions involved in designing and implementing district-based economic policies.

Course contents

The ID as a way of conceptualizing economic processes; (2) The ID as a model of production; (3) The ID in practice: The experiences of IDs in Italy and other industrialized countries; (4) The experiences of IDs in emerging and developing countries; (5) The internationalization of IDs.

Teaching methods

Lectures, workshops and seminars.

Recommended readings

- Industrial Districts. A new Approach to Industrial Change, G. Becattini. Cheltenham, UK: Edward Elgar, 2004 (Selected chapters).

- A Handbook of Industrial Districts, ed. G. Becattini, M. Bellandi, and L. De Propris. Cheltenham, UK: Edward Elgar, 2009 (Selected chapters).

Students should be aware that during the course further papers may be added to the reading list.

Assessment methods

Written exam. Assessment is by way of a written submission. Each student is required to submit a critical essay of approximately 3,000 words. The reference list must include selected chapters of the textbook and a paper on a linked topic, typically relating to a case study. The title and works to be consulted will be agreed between teacher and student.

CONSUMER AND SALES MARKETING

Docente: Prof. Sebastiano GRANDI

SSD: SECS P/08; CFU: 8

Corsi di studio: Trade Marketing e strategie commerciali

Contenuti del corso e obiettivi formativi

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

Programma

- I modelli teorici e concettuali di riferimento nell'interpretazione dei modelli di acquisto e di consumo.
- Le variabili che definiscono i comportamenti del consumatore.
- L'analisi dell'evoluzione dei consumi.
- Il ruolo della marca nei processi di consumo.
- I cambiamenti dei comportamenti di acquisto dei consumatori.
- I nuovi valori di acquisto e di consumo.
- L'impatto dei cambiamenti della domanda sulle politiche di marketing delle imprese.
- Il concetto di prodotto commerciale
- I criteri di classificazione dei prodotti commerciali
- Il ciclo dell'innovazione commerciale
- La natura del confronto competitivo
- Il ruolo dell'imitazione nei processi innovativi
- Le dimensioni dell'innovazione commerciale
- Le relazioni tra innovazione di prodotto e di processo
- I fattori che condizionano l'innovazione nelle imprese di distribuzione
- Le leve dell'innovazione commerciale
- I casi di successo dell'innovazione commerciale.

Libri di testo

EAST R., WRIGHT M., VANHUELE M., Comportamento del Consumatore, APOGEO, 2009 (per i non frequentanti i capitoli da studiare sono 1, 2, 3, 8, 9, 10, 11 e 12)

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

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

CONTABILITA' E BILANCIO CLEA CLAM

Docente: Prof. Stefano AZZALI

SSD:SECS-P/07; CFU: 6

Corsi di studio: L18

Obiettivi

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

Programma

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

Libri di testo

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

CONTABILITA' E BILANCIO CLEM-CLEF

Docente: Prof.ssa Veronica TIBILETTI

SSD: SECS-P/07; CFU: 6

Corsi di studio: L18

Obiettivi

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

Programma

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

Testi d'esame

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

Lecture consigliate

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

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

BISASCHI, Informativa di bilancio. Evoluzione e tendenze in atto, Giuffrè, Milano.

Modalità di accertamento

Prova scritta.

CONTROLLO E SVILUPPO INTERNAZIONALE DELLE IMPRESE

Docente: Prof. Luca Fornaciari

SSD: SECS-P/07; CFU: 5

Corsi di studio: CLEM unico CLEI

Programma del corso

Obiettivi

Il corso affronta i temi di base dei sistemi di programmazione e controllo in un'ottica di internazionalizzazione delle imprese. Dopo aver affrontato il processo e le problematiche relative all'internazionalizzazione delle imprese, si illustra il ruolo che in tale ambito assume l'attività di controllo di gestione. In particolare, dopo aver proposto i principi per la classificazione dei costi, la break even analysis, si presentano le modalità di redazione del budget, il ruolo del reporting direzionale e la finalità e le problematiche relative alla redazione del business plan.

Programma

Il processo di internazionalizzazione delle imprese: vincoli ed opportunità
Il ruolo del controllo di gestione nel processo di internazionalizzazione delle imprese
La programmazione e il controllo: finalità e strumenti operativi.
Definizione, terminologia e classificazione dei costi aziendali.
I costi per commessa e i costi per processo.
I sistemi a costi variabili quale strumento decisionale per il management e la break even analysis.
La programmazione e il budget.
Il sistema di reporting direzionale.
La determinazione dei prezzi dei prodotti e dei servizi.
Il ruolo del business plan nel processo di internazionalizzazione delle imprese.

Testi d'esame

BREWER P.C., GARRISON R.H., NOREEN E.W., Programmazione e controllo (managerial accounting per le decisioni aziendali), Milano, Mc Graw-Hill, 2008.

Capitoli: da 1 a 7, 9, 12, 15 e 16.

CNDCEC, Linee guida alla redazione del business plan, da scaricare dal seguente sito internet:
<http://www.cndcec.it/Portal/Documenti/Dettaglio.aspx?id=98c7979a-5d06-4883-a1c1-afef737e5eea>.

Materiale didattico a cura del docente.

Lecture consigliate

CARRIERO F., FERRANDINA A., Il business plan, Milano, Ipsoa, 2010.

CERBIONI F., ANTONELLI V., Il budget nel sistema di controllo di gestione, Torino, Giappichelli, 2000.

DEPPERU D., L'internazionalizzazione delle piccole e medie imprese, Egea, Milano, 1993.

DEPPERU D., Crescere all'estero. Come progettare e realizzare una strategia di sviluppo internazionale, Egea, Milano, 1999.

FERRARIS FRANCESCHI R., a cura di, Sistemi di pianificazione e controllo, Giappichelli, Torino, 2010.

HORNGREN C.T., SUNDEM G.L., STRATTON W.O., Programmazione e controllo, Milano, Pearson Prentice Hall, 2007

SELLERI L., Contabilità dei costi e contabilità analitica. Determinazioni quantitative e controllo di gestione, ETAS, Milano, 1999.

SELLERI L., Il budget d'esercizio. Strumento di programmazione, controllo e motivazione, ETAS, Milano, 1997.

TERZANI S., Lineamenti di pianificazione e controllo, CEDAM, Padova, 1999.

ZUCHELLA A., MACCARINI M. E., I nuovi percorsi di internazionalizzazione, Giuffrè, Milano, 1999.

Modalità di accertamento

Prova scritta (con domande teoriche ed esercizi).

COOPERATION AND COMPETITION AMONG FIRMS

Docente: Prof. Alessandro ARRIGHETTI

SSD:SECS-P/06; CFU:9

Courses of study: International Business and Development

Objectives of the course

Cooperative and non-cooperative solutions are central issues in real life as well as in game theory; sometimes it is a basic trade off in exchanges between alternatives? When is collective action or individual action more efficient? Do regulation and coordination costs impact on the success of cooperation? Does cooperation between firms mean collusion? In recent years, a rich literature and a wide empirical experience have been accumulated on cooperation and competition among firms. The course presents a critical discussion of the essentials. Students will acquire basic knowledge of the main theories of cooperative strategy between firms and single agents and will be able to assess feasibility of individual or collective courses of action.

Prerequisites

A basic knowledge of economics

Course contents

- Where is cooperation more efficient than competition?
- Which are the costs and benefits of cooperation?
- Do regulation and coordination costs influence cooperative results?
- Do social variables impact on the success of economic cooperation?
- What is the role of sanctioning mechanisms?
- Does innovation stem from competition or cooperation among firms?

Recommended readings

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

Teaching methods

Lectures, students' presentations and practical tests

Assessment methods

Written final exam

CORPORATE BANKING AND FINANCE

Docente: Prof. Eugenio PAVARANI

SSD: SECS-P/11; CFU:10

Corsi di studio: CLEM unico CLEF

Programma

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

2) I percorsi dell'analisi finanziaria (EF cap. 9 escluse pagg. 325-327)

A) L'analisi finanziaria a consuntivo

- l'approccio dello schema di raccordo degli indicatori
- la riclassificazione del bilancio di esercizio (EF cap.3)
- gli indici di bilancio (EF cap.5)
- l'approccio del rendiconto finanziario
- l'analisi della dinamica finanziaria (EF cap.6 escluso 6.6)

B) La pianificazione della solvibilità

- l'approccio dello sviluppo sostenibile
- crescita dell'impresa e fabbisogno finanziario (PF cap.5)
- piano finanziario e scelta degli obiettivi (PF cap.4)
- la redazione del piano industriale (PF cap.6)
- la redazione dei bilanci previsionali (EF cap.7 e PF 7.4)

C) La misurazione e la pianificazione del valore

- l'approccio del valore
- introduzione al rischio (PF cap.9 esclusi 9.7 e Appendici)
- il costo del capitale (PF cap.10 escluse Appendici)
- una metrica del valore (PF cap.11 escluso 11.4.2)
- la pianificazione del valore (PF cap.12)
- l'analisi degli investimenti industriali (PF cap.13 esclusi 13.4 e 13.5)
- l'approccio struttura finanziaria, sostenibilità del debito, costo del capitale, valore

3) L'analisi degli equilibri finanziari

- criteri e metodi (EF cap.8)

Testi

1) L'EQUILIBRIO FINANZIARIO (a cura di E. Pavarani), McGraw-Hill
2006: capitoli indicati nel programma

2) PIANIFICAZIONE FINANZIARIA (a cura di E. Pavarani e G.
Tagliavini): capitoli indicati nel programma

DATABASE & INTERNET MARKETING

Docente: Prof.ssa Silvia BELLINI

SSD:SECS-P/08; CFU: 4

Corsi di studio: Trade Marketing e Strategie Commerciali

Obiettivi

La diffusione delle tecnologie digitali, in particolare del Web, porta alla revisione dei processi di marketing tradizionalmente sviluppati dall'impresa, con rilevanti implicazioni sull'economia e la gestione delle imprese industriali e commerciali, che si trovano a disporre di nuovi strumenti di relazione e interazione con il mercato.

Il Corso si pone l'obiettivo di approfondire l'evoluzione delle politiche e delle strategie di marketing nell'ambito dell'economia digitale. In particolare, si farà luce sulle opportunità derivanti dall'integrazione tra le leve di marketing on line e off line sul piano dei canali distributivi, attraverso le applicazioni di e-commerce, così come sul piano dei canali di comunicazione e gestione della relazione con il cliente, attraverso l'esplorazione dei nuovi media digitali.

In questo contesto, particolare attenzione verrà dedicata alle modalità attraverso cui le imprese investono nella relazione con il cliente in un'ottica di fidelizzazione, utilizzando la varietà di strumenti a supporto del marketing management in Rete.

Contenuti

- Le leggi economiche dell'economia digitale e le principali implicazioni gestionali
- L'analisi competitiva nell'economia digitale
- L'analisi della domanda nell'economia digitale
- L'analisi strategica nell'economia digitale: segmentazione e posizionamento in Rete
- La gestione della comunicazione nell'economia digitale
- La gestione dei canali distributivi nell'economia digitale
- Nuovi modelli di business nell'economia digitale

Libri del corso

Testo d'esame

Prandelli E. e Verona G. (2011), Vantaggio competitivo in rete, McGraw-Hill

Lecture consigliate

Boaretto A., Noci G., Maria Pini F., (2007), Marketing reloaded. Leve e strumenti per la co-creazione di esperienze multicanale, Il Sole24ORE

Cova B., Giordano A., Pallera M. (2008), Marketing non-convenzionale. Viral, guerrilla, tribal e i 10 principi fondamentali del marketing postmoderno, Il Sole 24ORE

Vescovi T. (2007), Il Marketing e la Rete. La gestione integrata del Web nel business, Il Sole 24ORE

Per gli studenti frequentanti è possibile sostituire parti del testo con materiale presentato e discusso durante le lezioni del Corso

DATABASE E INTERNET MARKETING – MOD. ECONOMIA DEL MICROMARKETING

Docente: Prof.ssa Cristina ZILIANI

SSD: SECS-P/08; CFU: 5

Corsi di studio: Trade Marketing e Strategie Commerciali

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il modulo di Economia del Micromarketing ha come obiettivo quello di formare gli allievi:

- a) alla comprensione dell'evoluzione del Marketing da approcci di massa verso orientamenti sempre più mirati e segmentati, resi economicamente praticabili dall'avanzamento delle nuove tecnologie dell'informazione, dei nuovi media, delle tecniche di analisi e segmentazione della clientela;
- b) alla comprensione del fenomeno del Loyalty marketing, delle leve per lo sviluppo della fidelizzazione, degli strumenti di misurazione della fedeltà;
- c) alla capacità di sviluppare attività di promozione e comunicazione mirata a specifici segmenti target di clientela, attraverso mezzi di comunicazione diretta sia tradizionali sia digitali.

Nel corso si discutono le logiche che stanno alla base della segmentazione della clientela, e che guidano la scelta dei segmenti target, in base agli obiettivi perseguiti dalle imprese.

Particolare attenzione si presta al tema dei programmi fedeltà nel settore del largo consumo e nelle aziende commerciali.

Il corso si svolgerà attraverso lezioni frontali nonché analisi in aula di video-casi internazionali e casi scritti.

Gli studenti frequentanti parteciperanno alla realizzazione del convegno "Il futuro del Micromarketing" che si tiene ogni anno nel mese di ottobre e richiama a Parma marketing managers da tutta Italia.

Testi

Per gli studenti frequentanti i materiali su cui preparare l'esame sono gli appunti, i casi distribuiti in classe e altre letture segnalate durante il corso dal docente.

Per gli studenti NON frequentanti, l'esame va preparato sui seguenti libri di testo:

C. Ziliani, E-marketing, McGraw-Hill, 2001, Capitoli 1,2,3,5,6 più: C. Ziliani, Loyalty marketing, EGEA, 2008, Capitoli 2 e 3, più: Riva, G. I social network, 2010, Il Mulino (tutto).

Nota Bene: i non frequentanti NON devono utilizzare le slides, che sono riservate ai frequentanti e riguardano contenuti diversi.

Per tutti, letture consigliate:

Botsman, R and Rogers, R. What's mine is yours, the rise of collaborative consumption, 2010, HarperCollins (in inglese)

Riva, G. I social network, 2010, Il Mulino (in italiano)

Pariser, E., The Filter Bubble, what the Internet is hiding from you, 2011, Viking (in inglese)

The Economist, Special Report on The News Industry, July 9th 2011 (in inglese)

DIRITTO COMMERCIALE (CLEM- CLEF)
COMPANY AND BUSINESS LAW

Docente: Prof. Lorenzo BENATTI

SSD IUS/04; CFU: 12

Corsi di studio: L18

Obiettivi

Il corso di diritto commerciale si propone di illustrare agli studenti le nozioni e la disciplina dell'impresa individuale e collettiva. Il corso verrà dedicato prevalentemente all'esame del diritto positivo indicando ed analizzando, oltre al contenuto, anche il fondamento razionale dei diversi istituti. Approfondimenti particolari verranno dedicati alla disciplina delle società quotate in borsa, in stretta connessione e complementarietà con il Corso di Diritto del Mercato Finanziario. Durante le lezioni verranno, infine esposte ed esaminate le novità legislative ed i più recenti orientamenti giurisprudenziali e dottrinali nelle materie oggetto del Corso. Al fine di consentire la comprensione delle tematiche di diritto commerciale nel contesto economico e sociale, verranno esposti e trattati alcuni casi pratici, tratti dai quotidiani economici, oltre che dalle riviste e dai repertori giuridici.

Contenuti

Diritto dell'impresa: l'imprenditore, le categorie di imprenditori, l'acquisto della qualità di imprenditore, lo statuto dell'impresa commerciale, l'azienda, i segni distintivi, opere dell'ingegno ed invenzioni industriali, la disciplina della concorrenza, i consorzi fra imprenditori, il g.e.i.e., le associazioni temporanee di imprese, i contratti d'impresa. Diritto delle società: le società in generale, la società semplice e la società in nome collettivo, la società in accomandita semplice, la società per azioni: le azioni, le partecipazioni rilevanti, i gruppi di società, gli organi sociali, i controlli esterni, i libri sociali ed il bilancio, le modificazioni dell'atto costitutivo, le obbligazioni, la società a responsabilità limitata, la società in accomandita per azioni, le società cooperative e le mutue assicuratrici, le operazioni straordinarie: trasformazione, fusione e scissione, i gruppi di società, lo scioglimento delle società di capitali.

Libri di testo

L'esame dovrà essere preparato facendo ricorso ad un'edizione aggiornata del codice civile e leggi collegate,

e sui seguenti testi:

G.F Campobasso, Diritto commerciale, vol. I e II, Utet, ultima edizione disponibile.

oppure:

AAVV, Elementi di diritto dell'impresa, Giappichelli editore, 2010, fino a p. 288.

e

Associazione Disiano Preite, Il diritto delle società, Il Mulino, ultima edizione disponibile.

DIRITTO COMMERCIALE (CLEA-CLAM)

Docente: Prof. Luigi MANSANI

SSD: IUS/04; CFU: 12

Corsi di studio: L18

Contenuti del corso e obiettivi formativi

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

La disciplina della concorrenza

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

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

Le società cooperative e le mutue assicuratrici

Trasformazione, fusione e scissione

Il corso si propone di illustrare le regole che governano il funzionamento dell'impresa individuale e collettiva, con particolare attenzione alle ragioni che stanno alla base delle scelte operate dal legislatore e verificando in che misura esse diano luogo ad un contemperamento efficiente degli interessi coinvolti. Ove necessario, sarà dato conto degli orientamenti seguiti dalla giurisprudenza nell'interpretazione delle norme più controverse e delle soluzioni accolte in altri ordinamenti. L'obiettivo è di fare acquisire allo studente le nozioni basilari del diritto commerciale e la capacità critica di utilizzarle per risolvere con le metodologie corrette problemi concreti.

Modalità didattiche

Lezioni frontali sui principali argomenti del programma. Verranno utilizzati supporti audiovisivi volti a focalizzare l'attenzione sulle norme e le questioni più rilevanti. Saranno trattati, eventualmente anche in forma seminariale, tutti i più significativi elementi della riforma delle società di capitali e cooperative. Particolare attenzione sarà dedicata ai diritti di proprietà intellettuale.

Propedeuticità

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

Libri di testo

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

e

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

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

Materiali didattici e presentazioni usati a lezione sono scaricabili dalla sezione diritto commerciale (CLAM-CLES) - a.a. 2010-11

DIRITTO COMMERCIALE (CORSO PROGREDITO)
ADVANCED COMPANY AND BUSINESS LAW

Docente: Prof. Lorenzo BENATTI

SSD: IUS 04; CFU: 9

Corsi di studio: L18

Obiettivi

Il corso progredito di diritto commerciale si divide in due moduli: a) profili giuridici della governance e delle operazioni straordinarie, b) diritto delle procedure concorsuali.

Il primo modulo si suddivide a sua volta in due parti: la prima è dedicata all'analisi dei modelli di governance proposti per le società di capitali ed in particolare per la S.p.A., fornendo gli elementi per un confronto e una valutazione; la seconda è finalizzata ad approfondire le principali operazioni straordinarie mettendo in luce le opportunità, i vincoli ed i problemi derivanti dalla disciplina attuale.

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

Programma del primo modulo:

Prima parte: i modelli di governance nelle società di capitali

- il modello cd. tradizionale o latino,
- il modello dualistico,
- il modello monistico,
- governance e gruppo,
- governance e sindacati azionari,
- la governance nella s.r.l. e nelle cooperative.

Seconda parte: le operazioni straordinarie:

- la trasformazione,
- la fusione (disciplina e aspetti problematici, LBO),
- la scissione,
- altre operazioni: cessione d'azienda,
- operazioni straordinarie e conferimento,
- operazioni straordinarie e recesso.

Programma del secondo modulo:

- procedura concorsuale ed esecuzione singolare,
- fallimento: soggetti passivi; requisiti per la dichiarazione del fallimento; giudizio per l'apertura del fallimento; dichiarazione del fallimento ed impugnazioni; organi preposti al fallimento; effetti del fallimento (rispetto al fallito, rispetto ai creditori); rapporti giuridici preesistenti; atti pregiudizievole ai creditori; amministrazione e liquidazione dell'attivo; accertamento del passivo; chiusura e riapertura del fallimento; concordato fallimentare; riabilitazione; fallimento delle società e dei soci,
- concordato preventivo: soggetti passivi; presupposti; procedimento; effetti; risoluzione e annullamento; successivo fallimento,
- forme alternative di gestione della crisi di impresa,

- liquidazione coatta amministrativa,
- amministrazione straordinaria delle grandi imprese insolventi e legge Marzano.

Modalità di svolgimento del corso e dell'esame

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

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

Libri di testo

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

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

DIRITTO DEI MERCATI FINANZIARI

BANK AND FINANCIAL MARKET LAW

Docente: Prof. Luca DI NELLA

SSD: IUS/04; CFU: 6

Corso di studio: Finanza e Risk Management

Obbiettivi del corso

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

Programma

Parte I - Il sistema europeo.

La costituzione economica europea.

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

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

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

L'ordinamento finanziario.

Struttura organizzativa di vertice.

Il sistema di vigilanza

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

Le banche.

Le assicurazioni.

Gli intermediari finanziari.

Le imprese di investimento ed i gestori.

I mercati regolamentati e non regolamentati.

Le società di gestione.

La vigilanza.

Parte III - Il sistema dei mercati finali.

La tutela del consumatore.

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

La disciplina delle clausole vessatorie nei contratti dei consumatori.

La disciplina della trasparenza nei contratti dei consumatori.

I contratti bancari.

I contratti di assicurazione.

I contratti del mercato finanziario.

La commercializzazione a distanza di servizi finanziari.

Programma per gli studenti dei vecchi ordinamenti

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

Competenze acquisibili

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

Testi d'esame

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

Modalità didattiche e d'esame

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

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

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

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

DIRITTO DEL LAVORO (CLEA)

Docente: Prof. Enrico GRAGNOLI

SSD: IUS/07; CFU: 9

Corsi di studio: CLEA

L'insegnamento di Diritto del Lavoro (9 cfu), opzionale per il corso di laurea in Economia aziendale (2 anno) viene mutuato dall'omonimo insegnamento della Facoltà di Giurisprudenza.

Si tiene nel primo semestre con orario e aule definiti dalla Facoltà di Giurisprudenza.

DIRITTO DEL LAVORO (ADA)

Docente: Prof. Enrico GRAGNOLI

SSD: IUS/07; CFU: 8

Corsi di studio: Libero a scelta per tutti i corsi di laurea magistrale

Programma e libri di testo verranno indicati dal Docente.

Le lezioni hanno inizio lunedì 12 settembre 2011 - ore 17 - aula K 6

DIRITTO PER IL MARKETING

Docente: Prof. Alberto Magnani

SSD: IUS/04; CFU: 6

Corsi di studio: Trade Marketing e Strategie Commerciali

Obiettivi

L'insegnamento si pone la finalità di analizzare le premesse teoriche e le tecniche di redazione dei principali contratti utilizzati nel commercio internazionale (contratto di vendita, contratti di distribuzione, contratti per il trasferimento di tecnologie, joint venture e contratti di franchising) ed i costi organizzativi, sul piano giuridico, dell'organizzazione di una rete distributiva all'estero.

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

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

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

Modalità d'esame

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

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

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

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

Libri di testo

- Fabio Bortolotti - Diritto dei contratti internazionali - Volume I - Cedam 2009

Capitolo I – Le fonti del diritto commerciale internazionale (p. 2-121)

Capitolo V – La legge applicabile al contratto internazionale (p. 243-365)

Capitolo VI – I modi di risoluzione delle controversie (p.370-519)

Capitolo X – La disciplina dei singoli contratti internazionali (p.719-809)

- Fabio Bortolotti – I singoli contratti internazionali – Volume II – Cedam 2010

Capitolo I – I contratti internazionale in generale (p. 1-16)

Capitolo II – Vendita internazionale e altri contratti di fornitura di merci o servizi (p. 17-29)

Capitolo III - I contratti internazionali di distribuzione (p. 333-352)

Capitolo IV – Cooperazione industriale e trasferimento di tecnologia (p. 725-738)

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

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

DIRITTO TRIBUTARIO ED ELEMENTI DI FISCALITA' INTERNAZIONALE

Docente: Prof. Adriano BENAZZI

SSD: IUS/12; CFU: 8

Corsi di studio: Amministrazione e Direzione Aziendale

Obiettivi

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

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

Programma

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

Modalità didattiche e di accertamento

Lezione frontale. Durante il corso verranno proposti casi pratici tratti dall'esperienza maturata in giurisprudenza ovvero da situazioni abitualmente o eccezionalmente utilizzate nella prassi.

La preparazione dello studente verrà accertata mediante prova scritta. E' altresì consentito, agli studenti che abbiano superato la prova scritta, richiedere un'integrazione orale.

Lo studio degli argomenti proposti nel corso e la preparazione all'esame dovranno essere effettuati sulle norme oggetto del corso, sui testi indicati, e sul materiale didattico fornito durante le lezioni.

Testi d'esame

- FALSITTA, Manuale di diritto tributario, CEDAM, Padova, ult. ed, parte speciale;

- AA.VV. Corso di diritto tributario internazionale, a cura di Uckmar, CEDAM, Padova, ult. ed., cap. III, V,VI,XV, MAISTO, Modello di convenzione fiscale sui redditi e sul patrimonio, GIUFFRE', Milano, ult. ed.

o, in alternativa,

GARBARINO, Manuale di tassazione internazionale, Milano, IPSOA, 2005.

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

- BEGHIN – SCHIAVOLIN, Codice Tributario, GIUFFRE', Milano, ult. ed;

- TUNDO, Codice Tributario, LA TRIBUNA, Piacenza, ult. ed.

ECONOMIA AGROALIMENTARE
ECONOMICS OF AGRI-FOOD CHAIN

Docente: Prof. Filippo ARFINI

SSD: AGR/01; CFU: 10

Corsi di studio: CLES

Contenuti del corso

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

Libri di testo

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

ECONOMIA AZIENDALE (CORSO PROGREDITO)

BUSINESS ECONOMICS (ADVANCED COURSE)

Docente: Prof. Giuseppe GALASSI

SSD: SECS-P/07; CFU: 10

Corsi di studio: CLEM unico CLEA

Obiettivi

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

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

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

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

Programma

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

Testi d'esame

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

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

Materiale didattico distribuito dal docente.

Lecture consigliate

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

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

DONNA G., La creazione di valore nella gestione dell'impresa, Carocci, Roma, 1999.

FERRERO G., La valutazione economica del capitale d'impresa, Giuffrè, Milano, 1966.

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

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

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

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

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

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

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

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

Modalità di accertamento

Prova scritta.

ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI (CLEM-CLEF)
FINANCIAL MARKETS AND INSTITUTIONS

Docente: Prof. Luciano MUNARI

SSD: SECS-P/11; CFU: 9

Corsi di studio: L18

Contenuti del corso e obiettivi formativi

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

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

Libri di testo

L. Munari, Strumenti finanziari e creditizi: dai bisogni alle soluzioni, McGraw-Hill, 2011.

A. Banfi, M. Biasin, M. Oriani, G. Raggetti, Economia degli intermediari finanziari, Ise di, 2011, esclusi capitoli 3,9 e 11.

ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI (CLEA-CLAM)

Docente: Prof.ssa Beatrice RONCHINI

SSD:SECS-P/11; CFU: 9

Corsi di studio: L18

Contenuti del corso

Il corso si propone di fornire agli studenti gli strumenti conoscitivi e le chiavi di interpretazione del funzionamento del sistema finanziario. Ne verranno pertanto analizzate le principali componenti, con particolare riguardo agli strumenti finanziari e creditizi, ai mercati, agli intermediari finanziari e alla regolamentazione. Verrà infine approfondito lo studio delle funzioni economiche e produttive degli intermediari finanziari, nonché dei loro equilibri economico-finanziari e delle modalità di gestione dei rischi cui sono esposti. Gli argomenti oggetto di studio sono i seguenti:

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

Libri di testo

- Economia degli intermediari finanziari, di A.Banfi, M.Biasin, M.Oriani, G.Raggetti, Isedi, 2011, esclusi capitoli 3, 9 e 11.
- Strumenti finanziari e creditizi: dai bisogni alle soluzioni, di L. Munari, McGraw-Hill, 2011.

ECONOMIA DEI GRUPPI E DELLE CONCENTRAZIONI AZIENDALI
BUSINESS COMBINATIONS

Docente: Prof.ssa Katia FURLOTTI

SSD: SECS-P/07; CFU: 9

Corsi di studio: CLEA

Programma

Il corso si propone di analizzare i fenomeni di concentrazione aziendale indagando le variabili economiche che favoriscono le diverse modalità di aggregazione delle imprese ed esaminandone le implicazioni gestionali, organizzative e comunicative. L'insegnamento tratta gli elementi teorici e applicativi dell'economia dei gruppi: costituzione, corporate governance, strategie di sviluppo e comunicazione. In questo senso il corso esamina le diverse tipologie di aggregazione aziendale, formali e informali e, con particolare riferimento ai gruppi aziendali, ne approfondisce i caratteri distintivi, le possibili classificazioni, le modalità di costituzione e sviluppo, le peculiarità gestionali e le connesse problematiche informative.

Il corso affronta i problemi di carattere gestionale e di comunicazione dei gruppi aziendali con attenzione alla tematica della responsabilità sociale d'impresa che, nei contesti contemporanei, rappresenta una imprescindibile modalità di governance aziendale. In questo ambito il corso delinea i principali elementi in tema di responsabilità sociale e di etica d'impresa, sottolineandone la rilevanza per quanto attiene alle modalità di governo aziendale e affronta gli aspetti connessi all'informativa sia di carattere obbligatorio che volontario.

Modalità di esame

L'esame consiste in una prova scritta.

Libri di testo

K. Furlotti, Strumenti e processi di comunicazione della responsabilità sociale d'impresa, McGraw-Hill, 2009.

F. Giaccari, Le aggregazioni aziendali, Cacucci, 2003.

Per la preparazione dell'esame consultare anche i materiali didattici presenti nell'home page del docente

ECONOMIA DEL MERCATO MOBILIARE
PORTFOLIO MANAGEMENT

Docente: Prof. Gino GANDOLFI

SSD: SECS-P/11; CFU: 10

Corsi di studio: CLEM unico CLEF

Contenuti del corso e obiettivi formativi

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

Programma

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

Modalità d'esame

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

Testi di riferimento

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

ECONOMIA DELLA GLOBALIZZAZIONE
THEORY OF GLOBALIZATION

Docente: Prof. Mario BIAGIOLI

SSD:SECS-P/02; CFU: 10

Corsi di studio: CLEM unico CLEI

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

Libri di testo

- 1) P. L. Krugman e M. Obstfeld: Economia Internazionale - volume 1: Teoria e politica del commercio internazionale

oppure:

Amendola e G. Celi: Commercio internazinale e globalizzazione.

- 2) M. Biagioli: Globalizzazione, deregulation e flessibilità. Problemi e condizionamenti per la gestione delle politiche economiche nazionali.
- 3) Lucidi e altro materiale didattico che sarà distribuito contestualmente alle lezioni.

ECONOMIA DELL'AZIENDA AGRARIA E AGROINDUSTRIALE (CLEA)

FARM PLANNING AND AGRI-FOOD ECONOMICS

Docente: Prof. Filippo ARFINI

SSD: AGR/01; CFU: 9

Corsi di studio: CLEM unico CLES

Programma

dell'economia dell'azienda agraria e agroalimentare. I temi affrontati riguarderanno le specificità del settore agroalimentare, i fattori della produzione, le strategie delle unità imprese famiglia, il piano di produzione agricolo, il bilancio delle aziende agricole, principi di programmazione lineare, il ruolo del progresso tecnico in agricoltura e nel settore agroalimentare, le filiere agro alimentari.

Libri di testo

Dispense a cura del docente

- Flavio Messori, L'azienda agraria. Introduzione all'economia dell'unità di produzione agricola, CLUEB, 2007
- Flavio Messori, Fabrizio Ferretti, Economia del mercato dei prodotti agroalimentari, Edagricole il sole 24 Ore, 2010;
- Michele De Benedictis - Vincenzo Cosentino, Economia dell'azienda agraria. Teoria e metodi, Il Mulino, 1982.

ECONOMIA DELL'AZIENDA AGRARIA E AGROINDUSTRIALE (CLEF)

AGRICULTURAL AND AGRIFOOD FIRMS ECONOMICS

Docente: Prof. Marco ZUPPIROLI

SSD: AGR/01 - CFU: 9

Corsi di studio: CLEF

Obiettivi

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

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

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

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

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

Modalità di esame:

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

Testi d'esame

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

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

ECONOMIA DELLE AZIENDE NON PROFIT

Docente: Prof. Antonello ZANGRANDI

SSD: SECS-P/07; CFU: 8

Corsi di studio: libero a scelta per tutti i corsi di laurea magistrale

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

Le Aziende Non Profit nel panorama italiano;

La governance;

L'organizzazione del lavoro;

La gestione del personale;

Programmazione e controllo nelle anp;

Finanziamento e Fund raising;

Bilanci e sistemi contabili;

Il bilancio sociale.

Libri di testo del corso

Bandini F. 2009, Economia e management delle aziende non profit e delle imprese sociali, Cedam.

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

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

ECONOMIA DELLE AZIENDE PUBBLICHE
PUBLIC MANAGEMENT

Docente: Prof. Antonello ZANGRANDI

SSD: SECS-P/07; CFU: 5

Corsi di studio: CLEM unico CLEA

Contenuti del corso

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

Libri di testo

ZANGRANDI A., 2008, Economia delle aziende pubbliche, Milano, Egea

ECONOMIA DELLE FILIERE AGROALIMENTARI

ECONOMICS OF AGRI FOOD CHAINS

Docente: Prof.ssa Maria Cecilia MANCINI

SSD: AGR/01; CFU: 9

Corsi di studio: CLAM

Contenuti

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

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

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

I contenuti teorici saranno affiancati alla discussione di case history.

Obiettivi formativi

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

Libri di testo

Slide del docente.

ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE CLEM-CLEF – MODULO 1

Docente: Prof.ssa Silvia BELLINI

SSD: SECS-P/08; CFU: 9

Corsi di studio: L18

Obiettivi formativi

In un contesto economico e sociale in continua evoluzione le imprese devono possedere tutti gli strumenti analitici necessari per la comprensione dell'ambiente competitivo in cui operano al fine di operare una corretta gestione dell'attività aziendale.

Il Corso si articola in due parti.

La prima parte si propone di illustrare gli elementi concettuali di base ed i principali modelli di analisi utilizzati dalle imprese di produzione e di servizi per individuare e qualificare le caratteristiche strutturali e competitive degli ambiti concorrenziali in cui operano, al fine di scegliere un'efficace strategia e un coerente posizionamento di mercato.

La seconda parte si concentra sul sistema impresa, volto alla conquista del vantaggio competitivo, nel tentativo di creare un valore per il mercato superiore, sia a quello sviluppato dai concorrenti sia al costo sostenuto. L'implementazione delle strategie passa infine attraverso l'attenta progettazione delle funzioni gestionali ,concludendo il percorso di studio.

L'obiettivo è duplice: da un lato, si vuole fornire una metodologia di analisi settoriale che consente di definire e studiare l'ambito competitivo e di mercato delle imprese, in un contesto reso sempre più complesso dall'innovazione tecnologica e dai cambiamenti nei modelli di consumo e di acquisto. Dall'altro lato, si illustrano le scelte strategiche che le imprese devono effettuare per operare con successo nei nuovi ambiti competitivi.

Programma

I parte – Analisi del contesto competitivo

I. Il concetto di settore

1.1 I tradizionali approcci all'analisi settoriale

1.2 Il concetto di settore nella teoria economia: criteri economici e regole empiriche di definizione dei confini settoriali

1.3 Il concetto di settore nella realtà operativa: sistemi convenzionali di classificazione e unità di indagine

2. Le caratteristiche strutturali del settore: ambiente e domanda

2.1 L'influenza dell'ambiente macroeconomico

2.2 L'analisi operativa della domanda

3. Le caratteristiche strutturali del settore: analisi operativa dell'offerta

3.1 La differenziazione intrasettoriale

3.3 L'integrazione verticale

3.4 La diversificazione

Il parte – Gestione e strategia d'impresa

4. La strategia nel sistema impresa

4.1 L'impresa come sistema

4.2 La sostenibilità

4.3 Risorse e competenze

5. La gestione strategica e il vantaggio competitivo

5.1 Il vantaggio competitivo

5.2 La leadership di costo

5.3 La differenziazione

5.4 La focalizzazione

5.5. La collaborazione

6. Le strategie di crescita

6.1 L'internazionalizzazione

7. L'implementazione delle strategie: le funzioni gestionali

7.1 Progettazione organizzativa e capitale umano

7.2 Marketing

7.3 Finanza

7.4 Produzione e logistica

Libri di testo del corso

Volpato G. (2008), Concorrenza, impresa e strategia, Il Mulino
Capitoli 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 e 12

Fontana F., Caroli M. (2009), Economia e Gestione delle imprese, McGraw-Hill
Capitoli 1, 2, 3, 4 (solo 4.3), 6, 7, 8 e 9.

Per gli studenti frequentanti è possibile sostituire parti del testo con materiale presentato e discusso nelle lezioni del Corso.

ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE CLEM-CLEF – MODULO 2

Docente: Prof.ssa Francesca NEGRI

SSD: SECS-P/08; CFU: 9

Corsi di studio: L18

Obiettivi formativi

In un contesto economico e sociale in continua evoluzione le imprese devono possedere tutti gli strumenti analitici necessari per la comprensione dell'ambiente competitivo in cui operano al fine di operare una corretta gestione dell'attività aziendale.

Il Corso si articola in due parti.

La prima parte si propone di illustrare gli elementi concettuali di base ed i principali modelli di analisi utilizzati dalle imprese di produzione e di servizi per individuare e qualificare le caratteristiche strutturali e competitive degli ambiti concorrenziali in cui operano, al fine di scegliere un'efficace strategia e un coerente posizionamento di mercato.

La seconda parte si concentra sul sistema impresa, volto alla conquista del vantaggio competitivo, nel tentativo di creare un valore per il mercato superiore, sia a quello sviluppato dai concorrenti sia al costo sostenuto. L'implementazione delle strategie passa infine attraverso l'attenta progettazione delle funzioni gestionali, concludendo il percorso di studio.

L'obiettivo è duplice: da un lato, si vuole fornire una metodologia di analisi settoriale che consente di definire e studiare l'ambito competitivo e di mercato delle imprese, in un contesto reso sempre più complesso dall'innovazione tecnologica e dai cambiamenti nei modelli di consumo e di acquisto. Dall'altro lato, si illustrano le scelte strategiche che le imprese devono effettuare per operare con successo nei nuovi ambiti competitivi.

Programma

I parte – Analisi del contesto competitivo

I. Il concetto di settore

1.1 I tradizionali approcci all'analisi settoriale

1.2 Il concetto di settore nella teoria economia: criteri economici e regole empiriche di definizione dei confini settoriali

1.3 Il concetto di settore nella realtà operativa: sistemi convenzionali di classificazione e unità di indagine

2. Le caratteristiche strutturali del settore: ambiente e domanda

2.1 L'influenza dell'ambiente macroeconomico

2.2 L'analisi operativa della domanda

3. Le caratteristiche strutturali del settore: analisi operativa dell'offerta

3.1 La differenziazione intrasettoriale

3.3 L'integrazione verticale

3.4 La diversificazione

Il parte – Gestione e strategia d'impresa

4. La strategia nel sistema impresa

4.1 L'impresa come sistema

4.2 La sostenibilità

4.3 Risorse e competenze

5. La gestione strategica e il vantaggio competitivo

5.1 Il vantaggio competitivo

5.2 La leadership di costo

5.3 La differenziazione

5.4 La focalizzazione

5.5. La collaborazione

6. Le strategie di crescita

6.1 L'internazionalizzazione

7. L'implementazione delle strategie: le funzioni gestionali

7.1 Progettazione organizzativa e capitale umano

7.2 Marketing

7.3 Finanza

7.4 Produzione e logistica

Libri di testo

Volpato G. (2008), Concorrenza, impresa e strategia, Il Mulino
Capitoli 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 e 12

Fontana F., Caroli M. (2009), Economia e Gestione delle imprese, McGraw-Hill
Capitoli 1, 2, 3, 4 (solo 4.3), 6, 7, 8 e 9.

Per gli studenti frequentanti è possibile sostituire parti del testo con materiale presentato e discusso nelle lezioni del Corso.

ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE (CLEA)

Docente: Prof. Davide PELLEGRINI

SSD: SECS-P/08; CFU: 9

Corsi di studio:L18

Contenuti del corso

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

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

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

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

Libri di testo

Economia e Management delle imprese (Hoepli) di Gandolfi et al. + nuovo testo di Pellegrini disponibile a Gennaio

ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE

Docente: Prof. Edoardo SABBADIN

SSD: SECS-P/08; CFU: 9

Corsi di studio: L18

Obiettivi

La parte introduttiva del corso è finalizzata a chiarire l'evoluzione dei meccanismi competitivi tra imprese e analizza le diverse dimensioni della concorrenza. La seconda sezione del corso si concentra sull'evoluzione dei modelli di management; in particolare, affronta il fordismo e la produzione di massa, il Total quality management, il Toyotismo e la lean production. Trova anche spazio il tema del Business process reengineering. L'ultima parte è dedicata alle specificità dei modelli di gestione delle piccole e medie imprese e delle imprese di servizi.

Programma

L'analisi della concorrenza e dell'ambiente competitivo
La concorrenza dinamica e l'innovazione
La concorrenza basata sulle risorse
Il concetto di strategia competitiva
La formulazione della strategia
Gli scenari competitivi
L'evoluzione dei modelli di management
La produzione di massa
Il Total quality management e il modello giapponese.
Il sistema della produzione snella
La resource based-view
L'evoluzione delle strutture organizzative d'impresa
I modelli di gestione delle piccole e medie imprese
La progettazione e la gestione dei principali processi aziendali
La re-ingegnerizzazione dei processi
Le specificità e l'evoluzione dei modelli di management delle imprese di servizi

Testi

Francesca Negri, Edoardo Sabbadin, *Economia e management per il marketing*, Giappichelli Editore, Torino, 2010.

Lecture consigliate

Leander Kahney, *Nella testa di Steve Jobs*, Sperling & Kupfler, Milano, 2012.

Modalità didattiche

Le lezioni saranno intercalate da interventi di docenti d'altre Università e da testimonianze d'esperti e dirigenti d'impresè.

Modalità d'accertamento

L'accertamento della preparazione avverrà tramite prova scritta, cui potrà far seguito un colloquio integrativo.

ECONOMIA E POLITICA DELLO SVILUPPO
DEVELOPMENT ECONOMICS AND POLITICS

Docente: Prof. Vincenzo DALL'AGLIO

SSD: SECS-P/01; CFU:10

Corsi di studio: CLEM unico CLEF

Contenuti del corso e obiettivi formativi

L'insegnamento si propone di introdurre i principali elementi empirici che qualunque teoria economica dello sviluppo non può ignorare. Si propone, inoltre, di illustrare come le idee sono nate, come hanno influito sulla politica economica e come sono cambiate in seguito alla percezione delle esperienze di successo e di fallimento. Inoltre, si porrà particolare attenzione ai modelli di crescita con economie di scala che individuano il ruolo centrale della domanda e della competitività internazionale, formalizzando in modo rigoroso concetti propri del mondo imprenditoriale e finanziario. Il quadro evolutivo teorico sarà così costantemente affiancato all'analisi dei fatti, al fine di fornire strumenti culturali e interpretativi oggi molto apprezzati nel mondo del lavoro. In un tempo di crescente internazionalizzazione le imprese valorizzano il personale che sappia leggere e capire i processi di sviluppo alla scala mondiale e che sappiano pertanto reperire ed utilizzare le banche dati internazionali e la ricerca applicata sui profili di crescita economica dei diversi paesi del mondo.

Programma dettagliato:

CAPITOLO PRIMO. SVILUPPO ECONOMICO, POVERTA' E DISUGUAGLIANZA

1. Benessere materiale e sviluppo umano
2. Sviluppo e povertà
3. Sviluppo economico e distribuzione del reddito
4. Sviluppo e povertà alla scala mondiale
5. Le politiche
6. Conclusioni

Appendice 1. Misure del benessere economico

Appendice 3. Verifiche dell'ipotesi di Kuznets

CAPITOLO SECONDO. I FATTI STILIZZATI DELLA CRESCITA ECONOMICA

1. La nozione dei fatti stilizzati
2. L'andamento del prodotto e della produttività del lavoro
3. L'accumulazione del capitale
4. Il tasso di profitto e la quota salari
5. I cambiamenti settoriali
6. La contabilità della crescita (solo 6.1)

APPENDICE 1. Variazioni e tassi di crescita proporzionali nel tempo continuo e nel tempo discreto.

CAPITOLO TERZO. DECOLLO E CRESCITA SECOLARE: ALCUNE INTERPRETAZIONI TEORICHE

1. Qualche elemento di teoria classica dello sviluppo
2. Il modello Harrod-Domar
3. La teoria neoclassica della crescita
4. La teoria neokeynesiana della crescita

5. Le teorie della crescita e i fatti stilizzati: ulteriori osservazioni

APPENDICE 2. Progresso tecnico incorporato e sostituzione di capitale a lavoro

APPENDICE 3. Osservazioni critiche sulla teoria neoclassica della crescita

CAPITOLO QUARTO. L'INNOVAZIONE TECNOLOGICA

1. Sviluppo economico e progresso tecnico.

2. Il progresso tecnico e la rincorsa dei paesi inseguitori.

CAPITOLO QUINTO. RITARDO, RINCORSA E CONVERGENZA

1. La convergenza nel modello neoclassico

2. L'ipotesi della rincorsa

3. Gli studi empirici su rincorsa e convergenza

4. La convergenza condizionata

5. Le equazioni "alla Barro"

6. I risultati empirici

7. Un'interpretazione critica

Appendice 5. La convergenza condizionata: un esempio

CAPITOLO SESTO. RENDIMENTI CRESCENTI E CRESCITA CUMULATIVA

6.1.1 Le economie di scala statiche.

6.1.2 Le economie di scala dinamiche.

6.1.3 L'equazione di Kaldor-Verdoorn.

6.1.4 Rendimenti crescenti e funzionamento dei mercati.

6.2.2 La competitività internazionale e la crescita. Il modello di Beckerman.

CAPITOLO SETTIMO. LA TEORIA DELLA CRESCITA ENDOGENA

1. I caratteri generali

2. La crescita endogena a tasso costante. Alcuni modelli

3. La massimizzazione intertemporale delle scelte dei consumatori

4. Conclusioni

CAPITOLO OTTAVO. I RAPPORTI INTERNAZIONALI

1. Centro e periferia nell'economia mondiale

2. Crescita e ragione di scambio dei paesi arretrati

3. L'argomento della "industria nascente"

4. La crisi delle politiche ISI ed il paradigma dei NIC asiatici

5. Sviluppo, debito estero e vincolo della bilancia dei pagamenti

CAPITOLO NONO. ISTITUZIONI INTERNAZIONALI

9.1.1 Il mercato.

9.1.2 Le istituzioni pubbliche.

9.2.1 I primi decenni dopo la seconda guerra mondiale.

9.2.2 La svolta liberista e il Washington Consensus.

Libri di testo

Titolo: Lo Sviluppo Economico: fatti, teorie, politiche

Autori: L. Boggio, G. Seravalli

Casa Editrice: Il Mulino, Bologna

Data Pubblicazione: 2003

ECONOMIA E POLITICA FISCALE E MONETARIA - MODULO 1
ADVANCED MACROECONOMICS (PART 1)

Docente: Prof. Mario MENEGATTI

SSD:SECS-P/01; CFU:5

Corsi di studio: CLEM unico CLEF

Contenuti del corso

Il corso si propone di esaminare alcuni temi di economia politica e politica economica. Si approfondiranno in particolare:

- 1) I modelli che studiano e spiegano il commercio internazionale e lo scambio di merci fra economie (in particolare i modelli di Ricardo, di Heckscher e Ohlin e della New Economic Geography)
- 2) I costi di breve e di lungo periodo del deficit pubblico e la stabilità di lungo periodo del debito pubblico
- 3) Le scelte di consumo in ambito pluriperiodale e il CCAPM

Libri di testo

Da definire. Le indicazioni verranno fornite all'inizio del corso.

ECONOMIA E POLITICA FISCALE E MONETARIA - MODULO 2
ADVANCED MACROECONOMICS (PART 2)

Docente: Prof. Giovanni VERGA

SSD:SECS-P/01; CFU:5

Corsi di studio: CLEM unico CLEF

Contenuti del corso e obiettivi formativi

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

In particolare, saranno affrontati i seguenti argomenti:

- La struttura per scadenza dei tassi d'interesse;
- il ruolo delle aspettative e l'influenza della Banca Centrale;
- la domanda di moneta, il credito e il razionamento;
- L'incoerenza temporale e la trasparenza;
- Il cambio e la bilancia dei pagamenti;
- la politica della BCE e della Fed.
- La gestione dell'ultima crisi da parte delle banche centrali

Lo studente sarà messo in grado di comprendere i principali fenomeni finanziari, le cause sottostanti e l'andamento dei rendimenti delle diverse attività. Saprà quindi giudicare l'efficacia dei vari interventi della BCE e della Fed attuati per superare la crisi finanziaria e stabilizzare l'economia reale.

Modalità di accertamento

Prova scritta con domande aperte.

Libri di testo

Il libro di testo sarà comunicato in seguito.

A questo si aggiungono le dispense che saranno rese disponibili sul sito internet e presso l'ufficio fotocopie

ECONOMIA INDUSTRIALE CLEA - MOD. 1
INDUSTRIAL ECONOMICS – PART 1

Docente: Prof. Augusto NINNI

SSD: SECS-P/06; CFU5

Corsi di studio: CLEA

Obiettivi del Corso

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

Programma del corso

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

Libri di testo

Carlton-Perloff, Organizzazione Industriale

ECONOMIA INDUSTRIALE CLEA – MODULO 2
INDUSTRIAL ECONOMICS – PART 2

Docente: Prof. Alessandro ARRIGHETTI

SSD: SECS-P/06; CFU: 5

Corsi di studio: CLEA

Obiettivi del Corso

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

Libri di testo del corso

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

ECONOMIA INDUSTRIALE INTERNAZIONALE
INDUSTRIAL ORGANIZATION AN INTERNATIONAL PERSPECTIVE

Docente: Prof. Franco MOSCONI

SSD: SECS-P/06; CFU: 10

Corsi di studio: CLEM unico CLEI

Contenuti del corso e obiettivi formativi

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

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

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

Modalità di verifica

Esame scritto

Libri di testo

[1] J. Lipczynski, J.O.S. Wilson, J. Goddard, «Economia Industriale. Concorrenza, strategie e politiche pubbliche», Pearson Italia, 2010

[2] F. Mosconi, Letture di «Politica Industriale» (la dispensa sarà disponibile all'inizio delle lezioni presso il Servizio fotoriproduzione della Facoltà).

ECONOMIA ITALIANA

ITALIAN ECONOMY

Docente: Prof. Fabio SFORZI

SSD: SECS-P/01; CFU: 10

Corsi di studio: CLEM unico CLEI

Obiettivi del corso

Il Corso intende fornire agli studenti gli strumenti concettuali per comprendere la peculiarità dell'economia italiana. La loro conoscenza operativa consentirà agli studenti di sviluppare un'adeguata consapevolezza dell'importanza che gli ambienti (nazionale e locali) nei quali operano le imprese rivestono per la competitività internazionale. È in questa cornice che si inserisce il dibattito sullo sviluppo dell'economia italiana e i suoi principali cambiamenti: dal declino della "grande industria" alla scoperta della diffusa presenza nel tessuto industriale del paese di popolazioni di piccole imprese capaci di reggere la concorrenza nei mercati mondiali per via della loro organizzazione in distretti industriali, al ritorno della media impresa: il c.d. "quarto capitalismo". Infine, il problema dell'attuale crisi dell'economia italiana sarà affrontato dal lato delle politiche. Questo permetterà agli studenti di valutare ciò che le istituzioni possono fare per sostenere e difendere il vantaggio competitivo delle imprese e dell'economia nazionale.

Contenuti del corso

I concetti fondamentali per comprendere la peculiarità dell'economia italiana; (2) Il vantaggio competitivo nazionale; (3) I modelli e le interpretazioni dello sviluppo economico italiano; (4) I distretti industriali; (5) Il quarto capitalismo; (6) L'apertura internazionale dell'economia italiana; (7) Crisi e ristrutturazione nell'economia italiana.

Metodo d'insegnamento

Lezioni, workshop e seminari.

Testo d'esame

- Il calabrone Italia. Ricerche e ragionamenti sulla peculiarità economica italiana, G. Becattini. Bologna: il Mulino, 2007.
- La scomparsa dell'Italia industriale, L. Gallino. Torino: Einaudi, 2003.

Letture complementari

- Il vantaggio competitivo delle nazioni, M.E. Porter. Milano: Mondadori, 1991.
- Reti di imprese e territorio. Tra vincoli e nuove opportunità dopo la crisi, a cura di A. Zazzaro. Bologna: il Mulino, 2011.

Durante il Corso potranno essere aggiunti altri testi (in particolare, articoli) all'elenco delle letture complementari.

Modalità di accertamento

Orale.

Libri di testo

- Il calabrone Italia. Ricerche e ragionamenti sulla peculiarità economica italiana, G. Becattini. Bologna: il Mulino, 2007.
- La scomparsa dell'Italia industriale, L. Gallino. Torino: Einaudi, 2003.

ECONOMIC STATISTICS

Teacher: Giorgio GOZZI

SSD: SECS-S/03; CFU: 9

Courses of study: International Business and Development

Objective of the course

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

Prerequisites: basic knowledge of general statistics and statistical inference

Course contents:

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

Teaching methods Lectures and tutorials using Gretl

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

Recommended readings: selected chapters from:

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

E. GIOVANNINI, Understanding Economic Statistics. An OECD perspective, OCSE, 2008, Paris (<http://www.oecd.org/dataoecd/33/39/41746710.pdf>) Chapter 2: pp. 42-57, Chapter 3: pp.66-76, Chapter 4 pp. 161-165 and pp.170-172

Further readings will be furnished during the course

Teaching methods Lectures and tutorials using Gretl

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

ENVIRONMENTAL ECONOMICS

Teacher: Paolo Fabbri

SSD SECS/P02, CFU: 6

Courses of study: International Business and Development

Objectives

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

Program

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

Recommended readings

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

EUROPEAN UNION POLICIES AND PROJECTS

Name of lecturer: Guglielmo WOLLEB

SSD: SECS-P/01; CFU: 9

Courses of study: International Business and Development

Objectives of the course

Cohesion policies have been implemented in the European Union since 1988 to reduce the huge economic and social disparities at regional level. These policies have acquired importance over time to become the most important item in the European Union budget. The aim of the course is twofold. The first aim is to illustrate the way in which these policies have been implemented, the projects realized, the results achieved, the problems left unsolved. This will be done through the analysis of the official EU, national and regional planning documents, the main assessments of the evaluation units and some "best practice" projects.

The second aim of the course is to train students in the design of development projects at local level. Each student, under the supervision of the teacher, will be required to carry out an economic and social analysis of an identified area, to outline a local strategy of development for that area and to suggest few key projects to implement the strategy.

Prerequisites

Basic knowledge of economics

Course contents

- Institutions and policies of the European Union
- Economic and social disequilibria in the European Union
- Cohesion policy of the European Union
- Local economic development policies
- Cycle of a local development policy
- Design of a local development project

Recommended readings

To be decided

Teaching methods

Lectures, tutorials, case studies, study groups.

Assessment methods

The final assessment will be based on a) a final written exam on the theoretical and institutional part of the course and on b) an outline of a local development project designed during the course and delivered and discussed in class. According to the number of students in the class, this work can be either individual or group work.

EUROPEAN ECONOMY

INTERNATIONAL BUSINESS AND DEVELOPMENT

Name of lecturer: Giovanni GRAZIANI

SSD:SECS-P/02; CFU: 4

Courses of study: International Business and Development

Aim of the course

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

Syllabus

Europe in the world economy. Comparative statistical analysis of data relating to GDP, employment, trade flows, FDI, multinationals

2. The theory of economic integration and the main stages of EU integration

3. The EU Customs Union

4. The external tariff and the EU trade policy

5. The EU multilateral trade policy and the Doha Round

6. The EU bilateral trade policy

7. The EU enlargement policies

8. The Single Market

9. The EU budget

10. The history of the Economic and Monetary Union

11. The theory of Optimum Currency Areas

12. The costs and benefits of a common currency

13. The introduction of the euro and its impact

14. The European Central bank

15. The ECB monetary policy

16. The Maastricht convergence criteria

17. Fiscal policies and the Stability and Growth Pact

18. Exit strategies from the crisis and the debt problem in Europe

Prerequisite

Prior basic courses in economics.

Teaching method

Slides will be provided on the website before each class. Students will be encouraged to participate actively in the discussions accompanying each lesson and to make short presentations on agreed subjects.

Examination

Written final exam: 100%. The exam will be based on the lectures given during the course.

Reading list

Baldwin, R., Wyplosz, C., The Economics of European Integration, McGraw-Hill, 3rd edition, 2009

De Grauwe, P., Economics of Monetary Union, Oxford University Press, 8th edition, 2009

Senior Nello, S., The European Union, McGraw-Hill, second edition, 2009

Materials provided by the lecturer.

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

News from: The Economist, Financial Times

EVOLUZIONE DEI SISTEMI DISTRIBUTIVI

CHANGING PATTERNS IN RETAILING

Docente: Prof. Alberto GUENZI

SSD: SECS-P/12; CFU: 9

Corsi di studio: Trade Marketing e strategie commerciali

Contenuti del corso e obiettivi formativi

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

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

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

Programma dettagliato

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

Testi d'esame

- Cliquet G., Perrigot R., French Hypermarket History and Future with Issues for American Supercenters, in Proceedings of the 12th Conference on Historical Analysis & Research in Marketing, 2005, pp. 78-91.
 - Ellickson P., The evolution of the Supermarket Industry: From A&P to Wal-Mart, 2007, pp. 1-17 (paper presentato alla Grocery Store Anti-Trust Conference organizzata dalla Federal Trade Commission).
 - Nystrom P., The economics of retailing, New York, Ronald Press, 1915, pp. 195-254.
 - Scarpellini E., La spesa e uguale per tutti: l'avventura dei supermercati in Italia, Venezia, Marsilio, 2007, pp. 29-37, 41-56, 63-76.
 - Shaw G., The evolution and impact of large-scale retailing in Britain, in Benson J., Shaw G. (eds.), The evolution of retail systems, c. 1800-1914, Leicester, Leicester University Press, 1992, pp. 136-165.
 - Zimmerman M., The Super Market. A Revolution in Distribution, New York, McGraw-Hill, 1955, pp. 16-68 e 289-327.
- nb: data la non facile reperibilità dei materiali didattici è disponibile presso il Centro fotocopie della Facoltà di Economia una dispensa che li raccoglie.

FINANZA INTERNAZIONALE

Docente: Prof.ssa Paola Gina Maria SCHWIZER

SSD: SECS-P/11; CFU: 5

Corsi di studio: CLEM unico CLEI

1. Obiettivi

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

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

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

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

2. Contenuti delle lezioni

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

Libri di testo

Slide a cura del docente, disponibili sul sito internet.

Testo di riferimento (facoltativo):

David K. Eiteman, Arthur I. Stonehill, and Michael H. Moffett "Multinational Business Finance", 12/e, Prentice Hall, 2009

FINANZA MATEMATICA - MODULO 1
MATHEMATICAL FINANCE – MODULE 1

Docente: Prof.ssa Paola MODESTI

SSD:SECS-S/06; CFU:6

Corsi di studio: Finanza e Risk Management

Obiettivi

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

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

Contenuti

Calcolo differenziale in più variabili: la formula di Taylor; ottimizzazione libera e vincolata. Cenni al modello della selezione del portafoglio di Markowitz.

I diversi approcci alla Teoria delle Probabilità. La matematica delle probabilità. Variabili aleatorie e distribuzioni di probabilità. Cenni alla Teoria delle Decisioni. Cenni al criterio del Value-at-Risk.

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

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

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

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

Le greche.

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

Modalità d'accertamento

Prova scritta.

Libri di testo

- Erio Castagnoli, Margherita Cigola, Lorenzo Peccati, Probability, Egea, Milano, 2009.

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

- John C. Hull, Opzioni, futures e altri derivati, Pearson - Prentice Hall, 2009.

FINANZA MATEMATICA - MODULO 2
MATHEMATICAL FINANCE – MODULE 2

Docente: Prof.ssa Simona SANFELICI

SSD SECS-S/06 - CFU 6

Corsi di studio: Finanza e Risk Management

Obiettivi formativi

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

Contenuti

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

Il corso si pone come principale obiettivo lo studio dei principali metodi numerici per l'approssimazione delle equazioni differenziali alle derivate parziali e delle equazioni differenziali stocastiche. In particolare, saranno analizzati i principali modelli differenziali per la valutazione di titoli finanziari derivati. Il Corso prevede alcune ore di laboratorio informatico, durante le quali lo studente potrà sperimentare i principali concetti teorici presentati, radicandone la comprensione e l'uso attraverso l'elaborazione di programmi applicativi che utilizzano il software Matlab.

Gli argomenti trattati sono:

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

Per ogni argomento sono previste le relative applicazioni.

Modalità d'esame

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

Informazioni utili sul corso sono disponibili nella sezione Materiali didattici.

Libri di testo

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

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

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

FINANZA QUANTITATIVA
QUANTITATIVE FINANCE

Docente: Prof.ssa Simona SANFELICI

SSD SECS-S/06; CFU: 3

Corsi di laurea: Finanza e Risk Management

Obiettivi formativi

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

Programma

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

Il corso si pone come principale obiettivo lo studio dei principali metodi numerici per l'approssimazione delle equazioni differenziali alle derivate parziali e delle equazioni differenziali stocastiche. In particolare, saranno analizzati i principali modelli differenziali per la valutazione di titoli finanziari derivati. Il Corso prevede alcune ore di laboratorio informatico, durante le quali lo studente potrà sperimentare i principali concetti teorici presentati, radicandone la comprensione e l'uso attraverso l'elaborazione di programmi applicativi che utilizzano il software Matlab.

Gli argomenti trattati sono:

- Strategie di hedging.
- Modelli jump-diffusion e a volatilità stocastica.
- Teoria della struttura a termine dei tassi di interesse in ambito stocastico: i modelli di Vasicek, di Cox, Ingersoll e Ross e di Ho e Lee. Valutazione di titoli derivati sul tasso di interesse. Modelli con struttura affine.

Modalità d'esame

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

Libri di testo

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

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

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

GESTIONE DELLA PRODUZIONE INDUSTRIALE
INDUSTRIAL PRODUCTION MANAGEMENT

Docente: Prof. Claudio CONSIGLIERI

SSD: SECS-/P-13; 9: CFU

Corsi di studio: CLEA

Premessa

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

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

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

Programma

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

Analisi di alcuni cicli produttivi con eventuali visite aziendali.

Prova di esame: ORALE

Libri di testo

Consigliere C, Lineamenti di gestione della produzione industriale, Parma, 2011 MUP Ed. isbn 978-88-7847-379-9.

Iannaccone W, Il Management di produzione, Milano, 2003, Hoepli Ed. isbn 978-88-203-3038-5.

GESTIONE FINANZIARIA DELLE IMPRESE

Docente: Prof. Massimo REGALLI

SSD: SECS-P/11; CFU: 9

Corsi di studio: Amministrazione e Direzione Aziendale

Programma del corso

Il corso si occupa della gestione finanziaria delle imprese.

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

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

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

Libri di testo

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

Con esclusione degli eventuali capitoli successivamente comunicati

GOVERNANCE E GESTIONE DEL RISCHIO - MODULO 1
GOVERNANCE AND FINANCIAL RISK MANAGEMENT - MODULO 1

Docente: Prof. Gino GANDOLFI

SSD: SECS-P/11; CFU: 6

Corsi di studio: Finanza Risk Management

Contenuti del corso e obiettivi formativi

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

Programma

Introduzione al Corporate Financial Risk Management

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

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

I Forward Rate Agreement.

I contratti Futures

Gli Interest Rate Swaps

Le opzioni sui tassi di interesse

Esercitazioni e simulazioni su ciascuno degli strumenti studiati

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

Il profilo economico-competitivo del rischio di cambio

Il rischio di cambio da transazioni: monitoraggio dell'esposizione e nozione di "rischio"

Strumenti tradizionali e strumenti derivati per la gestione del rischio di cambio

Coperture nel mercato a pronti e a termine

Esercitazioni e simulazioni su ciascuno degli strumenti studiati

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

Modalità d'esame

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

Testi di riferimento

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

E' disponibile una dispensa presso l'ufficio fotocopie

GOVERNANCE E GESTIONE DEL RISCHIO - MODULO 2

GOVERNANCE AND FINANCIAL RISK MANAGEMENT - MODULO 2

Docente: Prof. Massimo REGALLI

SSD:SECS-P/11; CFU: 6

Corsi di studio: Finanza Risk Management

Contenuti del corso

Mercati finanziari e intermediari contribuiscono a determinare le soluzioni di governo delle imprese. I soggetti che hanno diritti iscritti nel passivo delle imprese hanno modalità incisive per influenzare le decisioni di rilievo nella definizione della strategia aziendale, nella scelta del management e in altri casi di rilievo. Il mercato finanziario è anche il luogo dove si contende la proprietà delle imprese, ossia dove si definiscono le modificazioni dell'assetto di controllo e, quindi, di governo delle imprese. Il primo obiettivo del corso è esaminare con quali modalità si contende la proprietà delle imprese nella prassi dei mercati finanziari dei paesi sviluppati e, in particolare, nel contesto italiano. Obiettivo di secondo livello è esaminare con quali regole si esercitano i diritti di proprietà da parte degli azionisti e con quali altre regole si esercitano i condizionamenti sul governo dell'impresa da parte dei finanziatori a titolo di debito.

Libri di testo

Comunicati all'inizio del corso

GROWTH AND HISTORY OF THE GLOBAL ECONOMY – PART 1 ECONOMIC GROWTH

Teacher: Francesco DAVERI

SSD: SECS P/02 - Credits: 5

Course content

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

Teaching goals

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

Readings

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

GROWTH AND HISTORY OF THE GLOBAL ECONOMY - PART 2- HISTORY OF GLOBALIZATION

Teacher: Giovanni Marcello CECCARELLI

SSD: SECS-P/12- Credits: 4

Courses of study: International Business and Development

Course content

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

Teaching goals

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

Detailed contents

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

Readings

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

- F. Marks, *The Origins of the Modern World Economy. A Global and Ecological Narrative from the Fifteenth to the Twenty-first Century*, (2nd edition) Oxford: Rowman & Littlefield Publishers, 2007, pp. 1-121;
- R. Findlay, K.H. O'Rourke, *Commodity Market Integration, 1500–2000*, in *Globalization in Historical Perspective*, ed. by M.D. Bordo, A.M. Taylor, and J.G. Williamson, Chicago: University of Chicago Press, 2003, pp. 35-57 [only § 1.5 e 1.6];

- S. Dowrick, J.B. de Long, Globalization and Convergence, in *Globalization in Historical Perspective*, ed. by M.D. Bordo, A.M. Taylor, and J.G. Williamson, Chicago: University of Chicago Press, 2003, pp. 191-218.

Plus another reading, among the following three:

- N. Crafts, A.J. Venable, Globalization in History: A Geographical Perspective, in *Globalization in Historical Perspective*, ed. by M.D. Bordo, A.M. Taylor, and J.G. Williamson, Chicago: University of Chicago Press, 2003, pp. 323-358;

- L. Neal, M. Weidenmier, Crises in the Global Economy from Tulips to Today: Contagion and Consequences, in *Globalization in Historical Perspective*, ed. by M.D. Bordo, A.M. Taylor, and J.G. Williamson, Chicago: University of Chicago Press, 2003, pp. 473-507;

- B. Eichengreen, H. James, Monetary and Financial Reform in Two Eras of Globalization, in *Globalization in Historical Perspective*, ed. by M.D. Bordo, A.M. Taylor, and J.G. Williamson, Chicago: University of Chicago Press, 2003, pp. 515-542.

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

- F. Marks, *The Origins of the Modern World Economy. A Global and Ecological Narrative from the Fifteenth to the Twenty-first Century*, (2nd edition) Oxford, Rowman & Littlefield Publishers, 2007, pp. 1-197;

- R. Findlay, K.H. O'Rourke, Commodity Market Integration, 1500–2000, in *Globalization in Historical Perspective*, ed. by M.D. Bordo, A.M. Taylor, and J.G. Williamson, Chicago: University of Chicago Press, 2003, pp. 35-57 [solo § 1.5 e 1.6];

- S. Dowrick, J.B. de Long, Globalization and Convergence, in *Globalization in Historical Perspective*, ed. by M.D. Bordo, A.M. Taylor, and J.G. Williamson, Chicago: University of Chicago Press, 2003, pp. 191-218;

- L. Neal, M. Weidenmier, Crises in the Global Economy from Tulips to Today: Contagion and Consequences, in *Globalization in Historical Perspective*, ed. by M.D. Bordo, A.M. Taylor, and J.G. Williamson, Chicago: University of Chicago Press, 2003, pp. 473-507;

- B. Eichengreen, H. James, Monetary and Financial Reform in Two Eras of Globalization, in *Globalization in Historical Perspective*, ed. by M.D. Bordo, A.M. Taylor, and J.G. Williamson, Chicago: University of Chicago Press, 2003, pp. 515-542.

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

INTERNATIONAL ACCOUNTING AND GOVERNANCE

Teacher: Pier Luigi MARCHINI

SSD: SECS-P/07; CFU: 9

Courses of study: International Business and Development

Objectives of the course

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

Course contents

The course analyses:

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

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

Teaching methods: lectures, tutorials and seminars.

Assessment methods: written/oral final exam.

Compulsory textbooks and readings:

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

INTERNATIONAL BRANDING & RETAILING

Teacher: Cristina ZILIANI

SSD: SECS-P/08; CFU: 9

Courses of study: International Business and Development

Objectives of the course

Today's marketing, in an international perspective, is all about creating customer value and building profitable customer relationships. It begins by understanding consumer needs and wants, deciding which target markets the organisation can serve best ("strategic" marketing), and developing a compelling value proposition ("4Ps" marketing) by which the organisation can win, keep and grow targeted customers.

The underpinning values are: sustainability of marketing and business practices, in that marketing has a role and responsibility in society; creating value for customers in order to be rewarded with value from customers in return, in a relationship framework; managing "return on marketing investments", an area that has escaped close investigation so far; harnessing new technologies; marketing in a socially responsible way around the world. Building on these premises, the "International Branding and Retailing" course focusses on the following content:

concept of Marketing: history and main paradigms

Strategic Marketing

The marketing environment

Consumer Markets

Business-to-business marketing

Marketing research

Segmentation and positioning

Competitive strategy

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

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

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

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

Teaching methods

Lectures, case study discussion, visiting professors' lectures.

For the first part of the course

To be defined.

For the second part of the course

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

ISBN10: 0273720643. Chapters: 8-11-12-14-15-16-17-18-19-20

Suggested (optional) readings:

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

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

INTERNATIONAL FINANCIAL INSTITUTIONS AND MARKETS

Teacher: Lucia POLETTI

SSD:SECS-P/11, ECTS:9

Courses of study: International Business and Development

Objectives of the course

The aim of the course is to introduce the functions of a financial system in channeling funds from surplus to deficit units. The first part of the course aims to answer the following questions: what is a financial system, who uses it, what does it do? The course then focuses on the international regulators and regulations on the financial system and the activities of financial intermediaries. Financial institutions come in many different forms and offer a variety of services: the course emphasizes the distinctive characteristics of financial intermediaries of different European countries (banks and non-banking financial institutions).

The second part of the course focuses on the role of microfinance in economic and social development. The course focuses on the role of microfinance in economic and social development. In developing countries the poor often do not access the mainstream financial system. Lack of funds due to financial exclusion prevents them from taking up opportunities offered by economic activities. Microfinance institutions provide financial services that allow people to save and invest in small businesses. Problems of sustainability and impact of microfinance institutions will be discussed, together with the opportunities and threats coming from the growth of the institutions and the internationalization process.

Contents

Role of the financial system. The intermediation process of financial institutions. Banks: characteristics and functions. Non-banking financial intermediaries. Financial systems: differences among European countries. International regulation of financial markets. Financial exclusion. Role of microfinance in providing access to finance. Microfinance institutions: organization, lending policies, financial performance, and sustainability. Growth and vulnerabilities in microfinance. Role of international capital markets in microfinance. Impact of microfinance on social and economic development.

Readings

Financial Markets and Institutions, Frederic S. Mishkin and Stanley Eakins, 7/E, Prentice Hall, 2012. (ISBN-10: 013213683X, ISBN-13: 9780132136839)

The Economics of Microfinance, Beatriz Armendáriz de Aghion and Jonathan Morduch, The MIT Press, 2010. (ISBN-10: 0-262-51398-6, ISBN-13: 978-0-262-51398-2)

Additional compulsory readings will be indicated during the classes and on the Internet ("Materiali didattici da scaricare").

INTERNATIONAL MARKETS AND ORGANIZATION LAWS

Module 1 – Teacher: Gabriele CATALINI – SSD: IUS/06; CFU 4

Module 2 – Teacher: Marco SCARPATI – SSD: IUS/06; CFU 4

Courses of study: International Business and Development

Objectives of the course

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

Course contents

Part 1

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

Part 2

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

Teaching methods

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

Assessment methods

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

Readings

Module 1 – Teacher Gabriele Catalini:

KENNETH A. ADAMS, A Manual of Style for Contract Drafting, American Bar Association, 2008.

Module 2 – Teacher Marco Scarpati:

UVIM PETER, Human Rights and development, Kumarian Press Inc.

INVESTMENT BANKING AND REAL ESTATE FINANCE

Docente: Prof. Claudio CACCIAMANI

SSD: SECS-P/11; CFU: 9

Corsi di studio: Finanza Risk Management

Contenuti del corso e obiettivi formativi

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

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

Testi di riferimento

"Real Estate. Manuale di economia e finanza immobiliare. III edizione.", Egea, 2012, a cura di C. Cacciamani (capitoli indicati dal docente)

Materiali didattici messi a disposizione dal docente

Esame

In forma orale.

ISTITUZIONI DI DIRITTO PRIVATO (A-D)
PRIVATE LAW

Docente: Prof. Antonio GIOVATI

SSD: IUS/01; CFU: 6

Corsi di studio: L18

Obiettivi del corso.

L'insegnamento ha la finalità di illustrare agli studenti i fondamentali principi e le più importanti norme che governano il diritto privato, con particolare attenzione ai rapporti patrimoniali.

Il corso si articola idealmente in sei parti: l'ordinamento giuridico, quale contesto "ambientale" nel quale sorgono e si svolgono tutte le relazioni giuridiche; i soggetti, quali titolari degli interessi, di natura anche non patrimoniale, che possono essere soddisfatti per il tramite delle relazioni patrimoniali e quali titolari delle correlative facoltà di azione; i beni, quali oggetti di situazioni giuridiche soggettive; le tipologie di rapporti a contenuto patrimoniale (rapporti reali, obbligazioni e contratti), quali strumenti giuridici idonei a soddisfare interessi anche di natura non patrimoniale. Nell'ambito di questa parte troveranno trattazione sintetica i più importanti diritti reali; le principali fonti di obbligazione; alcuni fondamentali contratti tipici; la responsabilità, quale strumento destinato a tutelare ed a soddisfare interessi in caso di violazione di obblighi di prestazione o di obblighi di protezione; il risarcimento del danno, nelle sue varie forme e funzioni; lineamenti del diritto di famiglia e di diritto delle successioni. Al termine del corso gli studenti potranno acquisire, oltre ad una conoscenza generale della materia, la disponibilità di strumenti primari, utili per operare nel settore dei rapporti patrimoniali e personali.

Programma del corso.

Nel dettaglio il programma si articola come segue.

1. L'ordinamento giuridico

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

2. I soggetti

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

3. I beni

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

4. I rapporti giuridici a contenuto patrimoniale

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

5. La responsabilità civile

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

6. Diritto di famiglia e delle successioni

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

Competenze acquisibili.

Al termine del corso gli studenti potranno acquisire, oltre ad una conoscenza generale della materia, la disponibilità di strumenti primari, utili per operare nel settore dei rapporti patrimoniali e personali.

Metodo didattico

Lezioni orali di carattere teorico-pratico, con approfondimenti ed esercitazioni, ad opera di docenti ed esperti anche internazionali.

Modalità di verifica dell'apprendimento.

La valutazione conclusiva si svolge mediante un'unica prova di esame in forma scritta che consiste nel rispondere in un'ora a cinque domande aperte prestampate su un foglio formato A4 fronte-retro. Durante la prova scritta è proibito l'uso di qualsiasi tipo di codici, testi normativi, appunti, telefonini, supporti informatici e similari.

Unico testo adottato

- Di Nella Luca, Lezioni di Diritto Privato, Parma, ultima edizione. Il programma da studiare ai fini dell'esame coincide con l'intero testo.

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

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

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

- altra edizione del Codice Civile aggiornata.

ISTITUZIONI DI DIRITTO PRIVATO (E-N)
PRIVATE LAW

Docente: Prof.ssa Laura CAVANDOLI

SSD: IUS/01; CFU: 6

Corsi di studio: L18

Lingua di insegnamento

Italiano.

Alcune esercitazioni possono essere tenute in lingua inglese.

Contenuti

Il programma del corso si articola come segue.

1. L'ordinamento giuridico

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

2. I soggetti

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

3. I beni

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

4. I rapporti giuridici a contenuto patrimoniale

- 4.1. I rapporti giuridici reali. I diritti reali e loro caratteristiche.
- 4.2. La proprietà nel diritto comunitario, nella Costituzione e nel codice civile.
- 4.3. I modi di acquisto della proprietà.
- 4.4. I diritti reali minori.
- 4.5. Il possesso. Le azioni possessorie e petitorie.
- 4.6. Il rapporto obbligatorio. L'obbligazione e le sue caratteristiche. Gli obblighi di prestazione e gli obblighi di protezione. Le obbligazioni senza obbligo di prestazione.
- 4.7. Le vicende costitutive del rapporto obbligatorio. Le fonti dell'obbligazione.
- 4.8. Le vicende modificative soggettive ed oggettive del rapporto medesimo.
- 4.9. Le vicende estintive del rapporto obbligatorio. L'adempimento e gli altri modi di estinzione dell'obbligazione.

- 4.10. L'inadempimento dell'obbligazione.
- 4.11. Il contratto in generale. L'autonomia contrattuale, il negozio giuridico e il contratto.
- 4.12. Il profilo strutturale del contratto. Definizione e classificazioni. L'accordo e i procedimenti di formazione dell'accordo, le parti, il contenuto, la forma.
- 4.13. Le patologie della struttura. L'invalidità, la nullità, l'annullabilità, la simulazione e la rescissione.
- 4.14. Il profilo funzionale del contratto. Il regolamento di interessi, l'interpretazione, l'efficacia del contratto, la condizione e il termine. Lo scioglimento del rapporto contrattuale.
- 4.15. I contratti dei consumatori. Le clausole vessatorie.
- 4.16. I contratti commerciali: la subfornitura, il ritardo dei pagamenti nelle transazioni commerciali.
- 4.17. I singoli contratti: compravendita, mandato, commissione, liberalità, donazione, locazione, affitto, appalto, agenzia, leasing, fideiussione, contratto autonomo di garanzia, lettere di patronage, contratti rivolti a comporre e prevenire le liti.

5. La responsabilità civile

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

6. Diritto di famiglia e delle successioni

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

Programma per studenti delle Lauree Quadriennali

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

Testi di riferimento

Unico testo adottato

- DI NELLA LUCA, Lezioni di Diritto privato, 3 ed., Parma, 2012. Il programma da studiare ai fini dell'esame coincide con l'intero testo.

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

- De Nova (a cura di), Codice civile e leggi complementari, Bologna, Zanichelli, 2012
- Di Majo (a cura di), Codice civile con la Costituzione, i Trattati U.E. e le principali norme complementari, Milano, Giuffrè, 2012
- altra edizione del Codice Civile aggiornata al 2012.

Si ricorda che non è ammesso l'ausilio del Codice Civile o di altri testi normativi durante la verifica scritta d'esame.

Obiettivi formativi

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

Al termine del corso gli studenti acquisiscono, oltre alle conoscenze generali, gli strumenti di base per operare, dal punto di vista giuridico, nel settore dei rapporti patrimoniali e non patrimoniali privatistici ed alcune basi in materia di diritto di famiglia e successorio.

Metodi didattici

Lezioni frontali con approfondimenti ed esercitazioni con docenti ed esperti anche internazionali.

Modalità di verifica dell'apprendimento

La valutazione conclusiva si svolge mediante un'unica prova di esame in forma scritta che consiste nel rispondere in un'ora a cinque domande aperte prestampate su un foglio formato A4 fronte-retro.

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

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

Si ricorda che non è più possibile verbalizzare gli esami sostenuti fino alla sessione di febbraio 2011.

Per comunicare con il docente (laura.cavandoli@unipr.it) si invitano gli studenti ad utilizzare l'indirizzo di posta elettronica fornito dall'ateneo.

ISTITUZIONI DI DIRITTO PRIVATO (O-Z)
PRIVATE LAW

Docente: Prof. Luca DI NELLA

SSD IUS/01; CFU: 6;

Corsi di studio: L18

Obiettivi del corso

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

Programma del corso

Nel dettaglio il programma si articola come segue:

1. L'ordinamento giuridico

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

2. I soggetti

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

3. I beni

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

4. I rapporti giuridici a contenuto patrimoniale

- 4.1. I rapporti giuridici reali. I diritti reali e loro caratteristiche.
- 4.2. La proprietà nel diritto comunitario, nella Costituzione e nel codice civile.
- 4.3. I modi di acquisto della proprietà.

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

5. La responsabilità civile

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

6. Diritto di famiglia e delle successioni

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

Programma per studenti dei vecchi ordinamenti

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

Competenze acquisibili

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

Unico testo adottato

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

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

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

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

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

- altra edizione del Codice Civile.

Modalità didattiche e d'esame

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

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

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

ISTITUZIONI DI ECONOMIA AZIENDALE (A-D)
BUSINESS ECONOMICS

Docente: Prof. Paolo ANDREI

SSD: SECS-P/07; CFU: 9

Corsi di studio: L18

Contenuti del corso

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

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

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

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

Modalità di esame

L'esame consiste in una prova scritta composta da:

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

Libri di testo

- AA.VV., Elementi di economia aziendale, Giappichelli, Torino, 2002.
- Andrei P. – Fellegara A.M. (a cura di), Contabilità generale e bilancio d'impresa, Giappichelli, Torino, 2010.

ISTITUZIONI DI ECONOMIA AZIENDALE (E-N)
BUSINESS ECONOMICS

Docente: Prof.ssa Federica BALLUCHI

SSD: SECS-P/07; CFU: 9

Corsi di studio: L18

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso è strutturato in due parti.

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

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

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

Modalità di esame

L'esame consiste in una prova scritta composta da:

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

Libri di testo

- AA.VV., Elementi di economia aziendale, Giappichelli, Torino, 2002.
- Andrei P. – Fellegara A.M. (a cura di), Contabilità generale e bilancio d'impresa, Giappichelli, Torino, 2010.

ISTITUZIONI DI ECONOMIA AZIENDALE (O-Z)
BUSINESS ECONOMICS

Docente: Prof.ssa Veronica TIBILETTI

SSD:SECS-P/07; CFU: 9

Corsi di studio: L18

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso è strutturato in due moduli didattici.

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

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

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

Modalità di esame

L'esame consiste in una prova scritta composta da:

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

Libri di testo

- AA.VV., Elementi di economia aziendale, Giappichelli, Torino, 2002.
- Andrei P. – Fellegara A.M. (a cura di), Contabilità generale e bilancio d'impresa, Giappichelli, Torino, 2010.

ISTITUZIONI DI ECONOMIA POLITICA I (A-D)
PRINCIPLES OF MICROECONOMICS

Docente: Prof. Andrea LASAGNI

SSD: SECS-P/01; CFU: 9

Corsi di studio: L18

Obiettivi

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

Contenuti

- I sette principi della microeconomia
- Come funzionano i mercati: domanda e offerta
- Applicazioni pratiche: il mercato dell'istruzione primaria in Kenya
- Mercati e benessere
- Applicazioni pratiche: il costo delle imposte, il commercio internazionale
- L'economia del settore pubblico
- Il comportamento di imprese e organizzazioni industriali
- Applicazioni pratiche: antitrust, OPEC, pubblicità
- La crisi
- Perché la crisi: l'economia dell'informazione
- La teoria delle scelte del consumatore
- Applicazioni pratiche: salario e offerta di lavoro
- Mercato del lavoro
- Applicazioni pratiche: disuguaglianza, povertà, discriminazione

Testi

- Mankiw, N.Gregory, Principi di Economia - Microeconomia, Zanichelli editore, 2007 (4^a edizione), capp.1-2, 4-18, 21.

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

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

Competenze da acquisire

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

Testi per l'anno accademico 2011-2012

Mankiw, N.Gregory, Principi di Microeconomia, Zanichelli editore, quarta edizione, 2007 (per i capitoli si veda il Programma del Corso).

ISTITUZIONI DI ECONOMIA POLITICA I (E-N)
PRINCIPLES OF MICROECONOMICS

Docente: Prof. Paolo FABBRI

SSD: SECS-P/01; CFU: 9

Corsi di studio: L18

Obiettivi

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

Contenuti

- I sette principi della microeconomia
- Come funzionano i mercati: domanda e offerta
- Applicazioni pratiche: il mercato dell'istruzione primaria in Kenya
- Mercati e benessere
- Applicazioni pratiche: il costo delle imposte, il commercio internazionale
- L'economia del settore pubblico
- Il comportamento di imprese e organizzazioni industriali
- Applicazioni pratiche: antitrust, OPEC, pubblicità
- La teoria delle scelte del consumatore
- Applicazioni pratiche: salario e offerta di lavoro
- Mercato del lavoro
- Applicazioni pratiche: disuguaglianza, povertà, discriminazione

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

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

Competenze da acquisire

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

Testi per l'anno accademico 2011-2012

Mankiw, N.Gregory, Principi di Microeconomia, Zanichelli editore, Bologna, V EDIZIONE (per i capitoli si veda il Programma del Corso).

ISTITUZIONI DI ECONOMIA POLITICA I (O-Z)
PRINCIPLES OF MICROECONOMICS

Docente: Prof. Marco ZILIOTTI

SSD: SECS-P/01; CFU: 9

Corsi di studio: L18

Obiettivi

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

Contenuti

- I sette principi della microeconomia
- Come funzionano i mercati: domanda e offerta
- Applicazioni pratiche: il mercato dell'istruzione primaria in Kenya
- Mercati e benessere
- Applicazioni pratiche: il costo delle imposte, il commercio internazionale
- L'economia del settore pubblico
- Il comportamento di imprese e organizzazioni industriali
- Applicazioni pratiche: antitrust, OPEC, pubblicità
- La crisi
- Perché la crisi: l'economia dell'informazione
- La teoria delle scelte del consumatore
- Applicazioni pratiche: salario e offerta di lavoro
- Mercato del lavoro
- Applicazioni pratiche: disuguaglianza, povertà, discriminazione

Testi

- Mankiw, N.Gregory, Principi di Economia - Microeconomia, Zanichelli editore, 2007 (4^a edizione), capp.1-2, 4-18, 21.

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

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

Competenze da acquisire

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

Testi per l'anno accademico 2011-2012

Mankiw, N.Gregory, Principi di Microeconomia, Zanichelli editore, quarta edizione, 2007 (per i capitoli si veda il Programma del Corso).

ISTITUZIONI DI ECONOMIA POLITICA II CLEA-CLAM

Docente: Prof. Marco MAGNANI

SSD: SECS-P/02; CFU: 9

Corsi di studio: L18

Obiettivi e Programma

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

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

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

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

Libri di testo

Il riferimento per il corso è costituito dai testi indicati ai punti 1,2,3 seguenti che NON sono in alternativa. Al punto 1 si forniscono le indicazioni alternative per le ultime due edizioni del medesimo volume.

1) O. Blanchard, Scoprire la Macroeconomia, volume 1, Quello che non si può non sapere, Il Mulino, 2005, capitoli da 2 a 8, 10, 11, 14, 15. [In particolare: cap. 2 par. 1,2,3,4, cap. 3 par. 1,2,3,4, cap. 4 par 1,2,3,4.1 + focus a pag. 104, cap. 5 par. 1,2,3 (fino a pag. 124), cap. 6 par. 3.3, 4,5,6, cap 7 par.1,2,3,4 (escluso 4.2), 5,6,7, cap.8 par. 1,2, cap. 10 par.1,2,3, cap 11 par 1,2 (escluso 2.4), cap. 14 par. 1,2, cap 15, par 1,2,3 (escluso 3.3),4 (fino a 4.1.)]

OPPURE

O. Blanchard, Scoprire la Macroeconomia, volume 1, Quello che non si può non sapere, Il Mulino, 2009, capitoli da 2 a 8, 10, 11, 13, 14. [In particolare: cap. 2 par. 1,2,3,4, cap. 3 par. 1,2,3,4, cap. 4 par 1,2,3,4.1, 4.2, cap. 5 par. 1,2,3 (fino a pag. 116), cap. 6 par. 2.3, 4,5 cap 7 par.1,2,3,4 (escluso 4.2), 5,6,7, cap.8 par. 1,2, cap. 10 par.1,2,3,4, cap 11 par 1,2 (escluso 2.4), cap. 13 par. 1,2, cap 14, par 1,2,3 (escluso 3.3),4 (fino a 4.1.)]

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

3) M. Menegatti, La politica economica nel breve periodo, Giappichelli, 2007.

ISTITUZIONI DI ECONOMIA POLITICA II CLEM-CLEF
MACROECONOMICS

Docente: Prof. Mario MENEGATTI

SSD:SECS-P/02; CFU: 9

Corsi di studio: L18

Contenuti del corso e obiettivi formativi

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

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

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

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

Libri di testo

Il riferimento per il corso è costituito dai testi indicati ai punti 1,2,3 seguenti che NON sono in alternativa. Per il libro al punto 1 si specificano i capitoli alternativamente per l'edizione 2009 e 2011.

1) O. Blanchard, Scoprire la Macroeconomia, volume 1, Quello che non si può non sapere, Il Mulino, edizione 2009 o edizione 2011.

[In particolare:

Per l'edizione 2009 cap. 2 par. 1,2,3,4, cap. 3 par. 1,2,3,4, cap. 4 par 1,2,3,4.1, 4.2, cap. 5 par. 1,2,3, cap. 6 par. 2.3, 4,5 cap. 7 par.1,2,3,4 (escluso 4.2), 5,6,7, cap. 8 par. 1,2, cap. 10 par.1,2,3,4, cap 11 par 1,2 (escluso 2.4), cap. 13 par. 1,2, cap 14, par 1,2,3 (escluso 3.3),4 (fino a 4.1.).

Per l'edizione 2011 cap. 2 par. 1,2,3,4, cap. 3 par. 1,2,3,4 (fino a pag. 72), cap. 4 par 1,2.1,2.2,3,4.2, 4.3, cap. 5 par. 1,2,3, cap. 6 par. 1,2,3, cap. 7 par. 2.3,3,4,5 cap. 8 par.1,2,3,4 (escluso 4.2), 5,6,7, cap. 9 par. 1,2, cap. 11 par.1,2,3,4, cap. 12 par 1,2.1,2.2,2.3)]

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

3) M. Menegatti, La politica economica nel breve periodo, Giappichelli, 2007.

MANAGERIAL ECONOMICS

Docente: Prof. Augusto SCHIANCHI

SSD: SECS-P/06; CFU: 8

Courses of study: International Business and Development

Objectives of the course

- o Course code: (note: to be defined by the Dean Office)
- o Type of course: C-SUPPLEMENTARY COMPULSORY SUBJECTS
- o Year of study: 2nd
- o Semester: 2nd
- o Number of credits:
- o Level of course: advanced
- o Name of lecturer: SCHIANCHI AUGUSTO
- o Objectives of course (preferably expressed in terms of learning outcomes and competencies):
(Knowledge and understanding) After completing this course students should be able to discuss several issues in real-world business and economic applications (such as information, strategies, competition, markets, bargaining and contracts), from the point of view of Game Theory
- o (Cognitive skills - thinking and analysis) This course should develop the student's ability to analyze, elaborate and solve basic economic and business trade-offs, by exploiting the powerful tools of Games Theory
- o As far as the communication skills (personal and academic) the student should be able, at the completion of the course, to evaluate usefulness (and limitations) of Game Theory language in explaining basic business and economic problems, as mentioned before.
- o Practical and subject specific skills (Transferable Skills). After completing this course students should be able to apply Game Theory to basic strategic issues within the firm, concerning choices with imperfect information, market behavior of the firm, bargaining situations, contracts.
- o Therefore students successfully completing the course should achieve the following learning objectives:
 - o Place the firm in a Game context and evaluate the different perspectives
 - o Solve the strategic decision choice of the firm in a incomplete information situation
 - o Solve the same problem in different condition of markets, such as perfect competition and monopoly
 - o Solve the same problem in dynamic conditions
 - o Solve choice problems in bargaining and contracts.
- o Prerequisites: a good refreshment of basic Microeconomics.
- o Course contents:
 - o Introduction to Game Theory
 - o Non-cooperative Games with Complete Information
 - o Focal Point and Evolutionary Equilibria
 - o Infinitely/Finately Repeated Static Games with Incomplete Information
 - o Mixing Pure Strategies
 - o Static Games with Continuous Strategies
 - o Imperfect Competition/ Perfect Competition and Monopoly
 - o Strategic trade Policy
 - o Dynamic games
 - o Bargaining
 - o Pure Strategies with Uncertain Payoffs

o Contracts

o Recommended readings (Textbook and materials):

o Thomas J. Webster Introduction to Game Theory in Business and Economics, 1st Edition, M.E. Sharpe, Armonk, New York; London, England, 2009, ISBN: 978-0-7656-2237-2.

o PowerPoint Slides (available on the text book web site).

o Teaching methods: Lectures, tutorials for problem solving, discussion.

o Assessment methods: Final examination (mark, 100%)

o Language of instruction: English

- LAMIB - Managerial Economics A.Y. 2010-2011 prof. A. Schianchi

Students are advised as follows:

1. A 7-page Revisions of the textbook by T.J. Webster is available at the Photocopy Office of the Faculty.

2. The exam is written and it includes the same type of questions and exercises of the textbook. During the exam the textbook is allowed to be taken with.

3. Just to remind the Students, that photocopying of an entire book is illegal, and photocopy diffusion is not allowed. The textbook can also be found easily through internet. Its price is around 35 euros for a new copy. Used copies are available.

MARKETING AND MANAGEMENT OF MULTINATIONAL CORPORATIONS
MANAGEMENT OF INTERNATIONAL GROUPS

Docente: Prof. Andrea CILLONI

SSD: SECS-P/07 - CFU: 5

Courses of study: International Business and Development

Content of the course

The course addresses the Managerial Accounting issues of Multinational Enterprises, MNEs. Managerial Accounting facilitates planning and control decisions. Planning decisions relate to choices about acquiring and using resources to deliver products and services to people. Control decisions concern how much to delegate, as well as how to motivate, measure, evaluate, and reward performance. Throughout the course we emphasize how to use accounting information for decision making, the relevance of "human factors" and ICT, e.g. Enterprise Resources Planning.

Contents

- 1) Information for decision making, ch. 1, MA
- 2) Identifying and Estimating Costs and Benefits, ch. 2, MA
- 3) Cost Flows, ch. 3, MA
- 4) Techniques for Estimating costs, ch. 4, §§ 1-4, MA
- 5) Cost-Volume-Profit Analysis, ch. 5, §§ 1-4, MA
- 6) Decision Making in the Short Term, ch. 6, §§ 1-3, MA

Recommended readings

Ramji Balakrishnan, K. Sivaramakrishnan, Geoffrey B. Sprinkle, *Managerial Accounting*, John Wiley & Sons, Inc., USA, 2009.

MARKETING AND MANAGEMENT OF MULTINATIONAL CORPORATIONS – INTERNATIONAL MARKETING

Teacher: Edoardo FORNARI

SSD: SECS-P/08; CFU: 5

Courses of study: International Business and Development

Contents and objectives of the course

The aim of the course is to provide students with the conceptual and operative instruments to further explore the developmental processes of companies in foreign markets. In particular, the course focuses attention on the case of modern trade firms, analyzing retailing mix strategies and tactics. To that end, the course explores the assortment, branding, pricing, layout/display and promotion/ advertising policies planned by retailers in order to gain competitive advantages and entry new markets. In general the course proposes to underline the international best practises in retail management and the different business approaches to internationalization in retailing. Learning methods applied during the course are both theoretical and practical, with the discussion of several case studies and examples.

Recommended readings

Levy M., Weitz B.A. (2011), "Retailing Management" (8th ed.), McGraw Hill International ed., Boston

MARKETING DEI SERVIZI
SERVICE MARKETING

Docente: Prof.ssa Sabrina LATUSI

SSD: SECS-P/08; CFU: 9

Corsi di studio: Finanza e Risk Management

Contenuti del corso e obiettivi formativi

I servizi richiedono regole e modalità gestionali tipiche soprattutto per quanto riguarda il marketing e, in generale, per la gestione delle relazioni con la clientela. In tale prospettiva, il corso si propone di approfondire i seguenti contenuti principali:

- gestione dell'esperienza del servizio;
- manovra degli elementi del mix di marketing (processi, prezzi, promozione, ambiente fisico e persone);
- misurazione e gestione della customer satisfaction e della qualità del servizio;
- politiche di fidelizzazione del cliente.

Il corso intende fornire le competenze necessarie a maturare una visione integrata del processo di marketing management dei servizi per la creazione di valore per il cliente.

Modalità di verifica

Esame scritto

Libri di testo

Zeithaml V.A., Bitner M.J., Gremler D.D., Marketing dei servizi, McGraw-Hill, 2008.

Donetti A., L'eccellenza nei servizi, Guerini e Associati, 2008

Selezione di letture indicata dal docente all'inizio del corso e resa disponibile su Internet.

MARKETING DISTRIBUTIVO
RETAIL MARKETING

Docente: Prof. Gianpiero LUGLI

SSD : SECS-P/08; CFU: 10

Corsi di studio: CLEM unico CLAM

Obiettivi

Il corso si propone di illustrare il ruolo economico della distribuzione nei diversi contesti settoriali. In particolare, si intende approfondire il marketing di vendita e di acquisto delle imprese commerciali nel comparto dei beni di largo e generale consumo dove è maggiore l'autonomia imprenditoriale della distribuzione. L'insegnamento è finalizzato alla traduzione dei principi economici in regole empiriche di decisione e alla comprensione del comportamento competitivo delle imprese commerciali. Un rilevante spazio è riservato alla illustrazione delle strategie di collaborazione orizzontale e verticale, che sono il presupposto per affrontare con successo le nuove dimensioni della concorrenza. Inoltre, il corso si propone di illustrare l'impatto delle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione sul marketing delle imprese commerciali e industriali.

Modalità didattiche

Il corso consiste in lezioni frontali di due ore su tre giorni la settimana nel secondo semestre. Al termine di ciascuna lezione, il docente proporrà una serie di quesiti per la verifica dell'apprendimento. I suddetti quesiti, unitamente ad un glossario delle parole chiave e alla bibliografia di approfondimento, possono essere reperiti anche alla fine di ciascun paragrafo del libro di testo. Le slide proiettate in aula possono essere scaricate dal sito della facoltà o reperite su formato cartaceo presso il servizio fotocopie della facoltà. Sono inoltre previste 4 testimonianze di dirigenti della Grande Distribuzione Organizzata.

Libro di testo

G. Lugli, Marketing Distributivo, UTET 2009

Accertamento della preparazione degli studenti

Non sono previste prove intermedie e preappelli. L'esame è in forma orale.

MARKETING INTEGRATO – MODULO MODELLI NEGOZIALI
INTEGRATED MARKETING – MODULE NEGOTIATION MODELS

Docente: Prof. Daniele FORNARI

SSD: SECS-P/08; CFU: 5

Corsi di studio: Trade Marketing e Strategie Commerciali

Contenuti del corso

Il corso si prefigge di mettere a fuoco le dimensioni teoriche ed applicative che qualificano le relazioni negoziali tra Industria e Distribuzione nei processi di marketing di filiera, fornendo le metodologie di analisi per valutare i fattori critici di successo dei diversi modelli di business utilizzati dai differenti gruppi strategici industriali e commerciali. In particolare si focalizzerà l'attenzione sui temi riguardanti le leve negoziali, i piani di marketing integrati e la configurazione delle strutture organizzative. Nell'ambito del corso sono altresì previste alcune testimonianze manageriali finalizzate ad approfondire i rapporti esistenti tra teoria e prassi aziendale.

Libri di testo

FORNARI D., Trade Marketing. Relazioni di filiera e strategie commerciali, Milano, EGEA, 2009. (solo capitoli 5, 6, 8).

Per gli studenti frequentanti esiste la possibilità, da concordare con il Docente in Aula, di sostituire alcune parti del testo indicato con il materiale discusso e presentato durante il corso.

MARKETING INTEGRATO – MODULO INNOVAZIONE NEL RETAIL

Docente: Prof. Sebastiano GRANDI

SECS P/08; CFU: 4

Corsi di studio: Trade Marketing e Strategie Commerciali

Contenuti del corso e obiettivi formativi

L'obiettivo del corso è quello di fornire agli studenti gli strumenti di analisi per valutare i fattori di sviluppo e le modalità di innovazione dei prodotti delle imprese commerciali. In un contesto in cui le strategie di sviluppo delle imprese possono essere sempre di più interpretate alla luce dei fenomeni di natura concorrenziale, l'innovazione di prodotto rappresenta una leva importante di competizione e di differenziazione. In particolare, le imprese commerciali si trovano ad operare in un contesto ambientale sempre più dinamico, complesso ed articolato caratterizzato da cambiamenti di natura demografica, legislativa, sociale, culturale, economica e tecnologica. Il corso si propone dunque di analizzare i vincoli allo sviluppo dei prodotti commerciali, i contenuti dei processi innovativi e di valorizzare il ruolo della evoluzione delle forme distributive nella creazione di valore per le imprese commerciali sia nei confronti del consumatore finale che del mercato intermedio. Il corso si propone, inoltre, di verificare i legami tra la prassi aziendale ed i contenuti di natura teorica e concettuale attraverso lo studio di diverse case histories di innovazione di prodotto sia nazionali che internazionali.

Programma

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

Libri di testo

GRANDI S., Retailing competition, EGEA, Milano, 2008

MARKETING INTERNAZIONALE
INTERNATIONAL MARKETING

Docente: Prof. Daniele FORNARI

SSD: SECS-P/08; CFU: 10

Corsi di studio: CLEM unico CLAM

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso si prefigge di fornire agli studenti gli strumenti concettuali ed operativi per implementare le attività di pianificazione e gestione delle politiche di marketing nei mercati internazionali. I temi che saranno oggetto di approfondimento sono quelli della evoluzione del commercio internazionale, del posizionamento dei diversi paesi (industrializzati, emergenti, in via di sviluppo), dei nuovi modelli globali di consumo, degli stili di negoziazione internazionali, dei fattori di globalizzazione dei settori, dei criteri di selezione dei mercati esteri, del livello di standardizzazione/adattamento delle politiche di marketing delle imprese nei mercati internazionali, delle dimensioni dei piani di marketing internazionale. In generale il corso fornirà agli studenti la capacità di mettere a confronto i modelli teorici con la prassi aziendale e di individuare i fattori critici di successo delle imprese internazionali.

Libri di testo

PELLICELLI G., Il Marketing Internazionale. Mercati globali e nuove strategie competitive, Milano, ETAS, 4° edizione, 2007 (esclusi capitoli 1, 2, 6, 18, 19).

Per gli studenti frequentanti esiste la possibilità, da concordare con il Docente in Aula, di sostituire alcune parti del testo indicato con il materiale discusso e presentato durante il corso.

MARKETING MANAGEMENT DELLE IMPRESE DI SERVIZI

Docente: Prof. Guido CRISTINI

SSD: SECS-P/08; CFU:10

Corsi di studio: CLEM unico CLES

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso intende illustrare il ruolo economico delle imprese dei servizi nel contesto economico alla luce delle politiche di marketing adottate. In particolare, la frequentazione del corso consente allo studente di approfondire le politiche di marketing perseguite dalle imprese di servizi alla luce dei mutamenti in atto a livello di comportamento del consumo e di acquisto del consumatore finale. Nella parte di approfondimento incentrata sul settore della distribuzione di beni di largo consumo l'analisi verte sulle politiche poste in essere dalle insegne al fine di accrescere il valore economico mediante la costante soddisfazione della domanda finale.

Il superamento dell'esame certifica la capacità dello studente di applicare le tecniche insegnate di spiegare i principali modelli concettuali utilizzati in modo specifico nel marketing delle imprese di servizi, di saper apprendere in maniera autonoma eventuali nuovi contenuti richiesti dalla professione responsabile di marketing.

Testi per l'esame

Hoffman K.D, Bateson J.E.G. Iasevoli G. (2007), Marketing dei servizi, Apogeo, Milano

G. Lugli, L. Pellegrini (2005), Marketing distributivo, Utet, Torino

Copia dei lucidi presentati a lezione saranno di volta in volta scaricabili dal sito della Facoltà

MARKETING MANAGEMENT DELLE IMPRESE INDUSTRIALI

Docente: Prof.ssa Beatrice LUCERI

SSD: SECS-P/08; CFU:10

Corsi di studio: CLEM unico CLES

Obiettivi

Il corso intende trasferire i principi del marketing e gli strumenti diagnostici - oltre che operativi - per la gestione del processo di interazione con il mercato. L'analisi viene proposta attraverso costanti riferimenti alla realtà aziendale, la discussione di casi e la proposta di testimonianze.

La prima parte del corso è dedicata all'approfondimento della dimensione strategica, con particolare attenzione alla segmentazione e al posizionamento dell'offerta dell'impresa.

La seconda parte sviluppa le politiche di marketing mix funzionali al perseguimento degli obiettivi individuati.

Contenuti

Ruolo del marketing nell'impresa e nella società

Pianificazione delle strategie di marketing

L'ambiente, la responsabilità sociale e l'etica nel marketing

E-marketing e customer relationship management

Ricerca di marketing e marketing information system

Mercati target: segmentazione e valutazione

Comportamento di acquisto del consumatore

Concetti di prodotto, branding e packaging

Sviluppo e gestione di beni e servizi

Fondamenti del pricing

Gestione del pricing

Comunicazione integrata di marketing

Pubblicità e public relations

Canali di distribuzione

Vendita personale e promozione delle vendite

Modalità didattiche

Il corso si sviluppa con lezioni frontali progettate integrando aspetti di natura teorica e pratica aziendale.

In particolare, è prevista la discussione di casi aziendali con la presenza di managers aziendali di comprovata esperienza.

Modalità di esame

L'esame è in forma scritta. Le domande hanno per oggetto i contenuti del corso.

Materiale da leggere prima della visita aziendale prevista per il 26 ottobre 2011

http://foodqualityschemes.jrc.ec.europa.eu/en/documents/Casestudies_8-ParmigianoReggiano.pdf

Libri di testo

Pride W.M., Ferrell O.C. (2005), Marketing, Egea, Milano

Cap. 1-2-3-4-5-6-7-8-10-11-12-13-14-16-17-18

MARKETING OPERATIVO

Docente: Prof.ssa Cristina ZILIANI

SSD: SECS/08; CF: 10

Corsi di studio: CLEM unico CLAM

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il Corso introduce gli allievi innanzitutto alla considerazione del marketing, come prassi aziendale e come disciplina di studio, in prospettiva storica. Se ne affronteranno i principali paradigmi - marketing management e marketing relazionale - che costituiscono le basi per comprendere il modo in cui il marketing viene oggi declinato dalle imprese.

Il secondo pilastro della preparazione riguarda il fabbisogno di informazioni per le decisioni di marketing, affrontato discutendo il tema del "Sistema Informativo di Marketing".

Successivamente, il corso di Marketing Operativo si propone di sviluppare negli studente la capacità di tradurre la strategia di marketing in decisioni nei seguenti ambiti:

- definizione e modifica dei prezzi,
- selezione e gestione dei canali di vendita,
- selezione e utilizzo dei mezzi di comunicazione, in particolare con riferimento alla leva delle pubbliche relazioni,
- realizzazione di attività promozionali di prodotti e servizi, con particolare attenzione alla promozione "non price", programmi fedeltà e strumenti relazionali,
- decisioni relative al packaging,

Durante il corso gli studenti frequentanti potranno partecipare ad attività di esercitazione pratica, quali: simulazione del calcolo del life time value di cliente, rilevazioni di merchandising, partecipazione a convegni, business game per la costruzione di una campagna promozionale ed altro.

Saranno organizzate anche testimonianze di managers ed esperti.

Testo d'esame:

Kotler, P. e Armstrong, G., Principi di Marketing,

13ma edizione, a cura di W. G. Scott, 2009, Pearson Education, Milano. Pagine: 1-594; 658-694.

Non sono idonee alla preparazione dell'esame le edizioni precedenti del testo.

MARKETING STRATEGICO

Docente: Maria Grazia CARDINALI

SSD: SECS-P/08 - CFU: 10

Corsi di studio: CLEM unico CLAM

Contenuti del corso e obiettivi formativi

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

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

Il Corso prevede l'intervento di testimonianze qualificate e l'incontro con manager delle più importanti realtà aziendali al fine di verificare la rispondenza tra i modelli teorici sviluppati e la prassi aziendale.

Libri di testo

J. J. Lambin, Marketing Strategico e Operativo. Market-driven management, Mc Graw-Hill, Milano, quinta edizione – 2008

MATEMATICA FINANZIARIA (CLEA-CLAM)

FINANCIAL MATHEMATICS

Docente: Prof. Gino FAVERO

SSD: SECS-S/06; CFU: 6

Corso di studio: L18

Contenuti del corso e obiettivi formativi

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

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

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

Contenuti del corso

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

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

Informazioni utili sul corso sono disponibili nella sezione Materiali didattici.

Libri di testo

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

Oppure

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

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

MATEMATICA FINANZIARIA (CLEF-CLEM)
FINANCIAL MATHEMATICS

Docente: Prof.ssa Annamaria OLIVIERI

SSD SECS-S/06; CFU 6

Corsi di studio: L18

Obiettivi formativi

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

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

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

Contenuti

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

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

Informazioni utili sul corso sono disponibili nella sezione Materiali didattici.

Libri di testo

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

Oppure

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

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

La traccia dei lucidi per l'a.a. 2011/2012 è disponibile nella sezione Materiali didattici e presso l'Ufficio Fotocopie della Facoltà (altri copisterie non sono autorizzate alla distribuzione).

MATEMATICA GENERALE (A-D)
CALCULUS

Docente: Prof.ssa Simona SANFELICI

SSD: SECS-S/06; CFU: 9

Corsi di studio: L18

Obiettivi

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

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

Contenuti

- Funzioni e modelli lineari.
 - Sistemi di equazioni lineari e matrici. Algebra matriciale e applicazioni.
 - Modelli non lineari.
 - La derivata. Tecniche di differenziazione. Applicazioni della derivata.
 - L'integrale. Tecniche di calcolo e applicazioni.
 - Funzioni in più variabili.
- Il programma dettagliato del corso sarà disponibile nel materiale didattico on line.

Modalità d'esame:

Prova scritta.

Testi di riferimento

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

MATEMATICA GENERALE (E-N)
CALCULUS

Docente: Prof.ssa Rosaria EVANGELISTA

SSD:SECS-S/06; CFU: 9

Corsi di studio: L18

Modalità d'esame

L'esame è costituito da una prova scritta.

Non è prevista alcuna forma di esame orale e NON ci saranno eccezioni.

Il tempo a disposizione è di 90 minuti.

Gli studenti che intendono sostenere l'esame devono iscriversi all'esame utilizzando la procedura di iscrizione on line.

Gli studenti non iscritti NON saranno ammessi all'esame.

Si prega di NON rivolgersi alla docente per eventuali problemi tecnici inerenti all'iscrizione.

Per sostenere l'esame è necessario:

*presentarsi con un documento d'identità (preferibilmente il libretto universitario).

* Durante l'esame non si può consultare alcun tipo di materiale; è consentito utilizzare una calcolatrice scientifica (tascabile).

* L'esame si articola in due parti:

la prima parte contiene tre quesiti elementari riguardanti esclusivamente il calcolo di base, gli argomenti indicati nei prerequisiti (si veda il I capitolo del libro di testo;

la seconda parte contiene un esercizio e tre domande di teoria.

Importante

Per accedere alla seconda parte dell'esame è necessario rispondere correttamente e per intero ad almeno due dei tre quesiti della prima parte.

In caso contrario la seconda parte non sarà considerata e la prova risulterà gravemente insufficiente.

- Ogni quesito della prima parte vale 1 punto; nel caso di superamento della prima parte ogni domanda della seconda vale 4 punti, l'esercizio vale 15 punti.

- E' possibile "ritirarsi" dall'esame, consegnando il compito contrassegnato dalla lettera "R". In tal caso il compito non sarà corretto.

Prerequisiti

Proprietà delle potenze.

Equazioni e disequazioni di I e II grado, equazioni e disequazioni razionali fratte.

Programma dettagliato

1. Funzioni e modelli lineari

Il concetto di funzione di variabile reale a valori reali.

Il concetto di grafico di una funzione.

Funzioni lineari.

Applicazioni economiche: modelli lineari.

Riferimenti bibliografici:

Waner, Costenoble (2006) – cap. 1 – con esclusione del par. 1.5 e degli esercizi denotati con T.

2. Sistemi lineari. Introduzione all'algebra lineare.

Sistemi di equazioni lineari.

L'algoritmo di riduzione di Gauss-Jordan.

Applicazioni economiche.

Nozioni di matrice e di vettore. Operazioni tra matrici.

Riferimenti bibliografici:

Waner, Costenoble - capitoli 2 e 3, con esclusione del metodo di Gauss-Jordan tradizionale, degli esercizi sui flussi di traffico, sulla corrente elettrica e degli esercizi denotati con T,.

3. Matrici

Forma matriciale di un sistema lineare.

Definizione e calcolo della matrice inversa.

Uso della matrice inversa: risoluzione di un sistema lineare.

Riferimenti bibliografici:

Waner, Costenoble (2006) – capitolo 3, con esclusione del paragrafo 3.4 e degli esercizi denotati con T.

Il IV capitolo non è in programma.

4. Modelli non lineari

Funzioni quadratiche.

Funzioni esponenziali.

Funzioni logaritmiche.

Modelli e applicazioni.

Riferimenti bibliografici:

Waner, Costenoble (2006) – capitolo 5, con esclusione del par. 5.4 e degli esercizi denotati con T.

5. Funzioni

Definizione di limite di funzione.

Limiti e continuità. Confronto fra infiniti.

Sulla derivata

Tasso di variazione medio (rapporto incrementale) e istantaneo (derivata).

La derivata come pendenza. Alcune regole di derivazione.

Analisi marginale.

Regole di derivazione del prodotto e del rapporto.

Regola di derivazione delle funzioni composte.

Derivate di funzioni logaritmiche ed esponenziali.

Differenziazione implicita.

Massimi e minimi.

Applicazioni economiche.

Derivata seconda di una funzione e studio del grafico.
Elasticità della domanda.

Riferimenti bibliografici:

Waner, Costenoble (2006) – capitoli 6, 7 e 8 con esclusione delle dimostrazioni, del concetto di funzione in forma chiusa, del calcolo simulato, dei paragrafi 7.4 e 8.4, degli esercizi di carattere geometrico e degli esercizi denotati con T.

6. Teoria dell'integrazione

L'integrale indefinito.

Integrazione per sostituzione.

Integrale definito.

Teorema fondamentale del calcolo integrale.

Integrazione per parti.

Integrali impropri o generalizzati.

Riferimenti bibliografici:

Waner, Costenoble (2006) cap. 9 e 10 – Non sono richiesti i par. 9.4, 10.2, 10.3, 10.4 e 10.6; nel par. 9.5 è esclusa la dimostrazione del teorema e sono esclusi tutti gli esercizi denotati con T.

7. Funzioni in più variabili

Introduzione alle funzioni in più variabili.

Derivate parziali di I e II ordine.

Massimi e minimi liberi per funzioni di due variabili.

Massimi e minimi vincolati (con particolare riferimento ai metodi presentati negli Esempi 1 e 2 e al Metodo dei moltiplicatori di Lagrange).

Riferimenti bibliografici:

Waner, Costenoble (2006):

– cap. 11, escluse la nozione di distanza e funzioni correlate, le formule per la retta di regressione ed esclusi gli esercizi sulla dimensione di pacchi e bagagli. Si può omettere l'esempio 3, l'interpretazione geometrica dell'esempio 2 e le "Applicazioni" del par. 11.5. Il par. 11.6 non è in programma.

Sono esclusi gli esercizi denotati con T.

Libri di testo

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

MATEMATICA GENERALE (O-Z)
CALCULUS

Docente: Prof.ssa Paola MODESTI

SSD: SECS-S/06; CFU 9

Corsi di studio: L18

Obiettivi

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

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

Contenuti

- Funzioni e modelli lineari.
 - Sistemi di equazioni lineari e matrici. Algebra matriciale e applicazioni.
 - Modelli non lineari.
 - La derivata. Tecniche di differenziazione. Applicazioni della derivata.
 - L'integrale. Tecniche di calcolo e applicazioni.
 - Funzioni in più variabili.
- Il programma dettagliato del corso è disponibile nel materiale didattico online.

Modalità d'esame

Prova scritta.

Libri di testo

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

METODI E MODELLI PER I MERCATI FINANZIARI
METHODS AND MODELS FOR FINANCIAL MARKETS

Docente: Prof. Gino FAVERO

SSD: SECS-S/06; CFU: 5

Corsi di studio: CLEM unico CLEF

Contenuti del corso e obiettivi formativi

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

- lo *state preference model*, un elementare modello di mercato finanziario, che sarà usato per introdurre i concetti di titoli derivati e di valutazione per arbitraggio;
- un'introduzione alla Teoria dell'utilità attesa;
- il principio di selezione di portafogli di H. Markowitz;
- alcuni cenni ai modelli basati su variabili esplicative (in particolare il CAPM).

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

Nella sezione Materiali didattici è disponibile il programma dettagliato provvisorio. Il programma sarà aggiornato durante le lezioni, al termine delle quali sarà pubblicata la versione definitiva.

Informazioni utili sul corso sono disponibili nella sezione Materiali didattici.

Libri di testo

E. Castagnoli, *Brevissimo Abbecedario di Matematica Finanziaria*, scaricabile dalla sezione "materiali didattici" o disponibile presso il Centro fotocopie della Facoltà.

E. Castagnoli, M. Cigola, L. Peccati, *Probability. A Brief Introduction*, 2° edizione, Egea, 2009

G. Favero, *Contare oltre le dita. Elementi di calcolo combinatorio*, scaricabile dalla sezione "materiali didattici" o disponibile presso il Centro fotocopie della Facoltà.

METODI QUANTITATIVI DI MARKETING – MODULO ANALISI STATISTICHE PER IL MARKETING

Docente: Prof. Fabrizio LAURINI

SSD:SECS-S/03; CFU: 5

Corsi di studio: Trade Marketing e Strategie Commerciali

Contenuti del corso

La disponibilità di banche dati, derivanti sia da indagini di mercato che da database aziendali, è di grande aiuto per sviluppare decisioni razionali in svariate applicazioni di marketing. L'obiettivo di questo corso è quello di introdurre le tecniche multivariate più diffuse per l'analisi di fenomeni sia qualitativi che quantitativi. Particolare attenzione verrà data ai modelli di regressione per lo studio di relazioni causa-effetto e alle tecniche statistiche di segmentazione di mercato.

Libri di testo

Modelli statistici per l'economia con applicazioni aziendali (Seconda edizione)

Marco Riani e Fabrizio Laurini (2008) - Pitagora Editrice

METODI QUANTITATIVI PER IL TRADE MARKETING – MODULO VALUTAZIONE DEI RISCHI PER IL MARKETING
QUANTITATIVE METHODS FOR TRADE MARKETING – MODULE 1: RISK ASSESSMENT

Docente: Prof.ssa Annamaria OLIVIERI

SSD SECS-S/06 - CFU 4

Corsi di studio: Trade Marketing e Strategie Commerciali

Contenuti del corso

Il ruolo principale del marketing può essere individuato nell'attribuzione di valore alle attività produttive e commerciali. Tale funzione, al pari di ogni attività economica, è affetta da numerosi rischi che necessitano di un'adeguata valutazione. Alcune scelte, in particolare, devono essere adottate nel contesto di scenari incerti, e questo rende necessario applicare modelli stocastici di valutazione e decisione. Il modulo "Valutazione dei rischi per il marketing", che fornisce gli strumenti base del calcolo delle probabilità, intende mostrare come rappresentare e valutare i rischi, nonché come impiegare alcuni elementari modelli decisionali in condizioni di incertezza.

Benché le lezioni dell'insegnamento di "Metodi quantitativi per il trade marketing" siano organizzate in due moduli ("Valutazione dei rischi per il marketing" e "Analisi statistiche per il marketing"), l'accertamento della preparazione è effettuato con un'unica prova di esame per i due moduli.

Libri di testo

Materiale curato dalla docente, reperibile sul sito del corso.

METODOLOGIE E DETERMINAZIONI QUANTITATIVE DI AZIENDA

Docente: Prof. Fabio SANDRINI

SSD: SECS-P/07; CFU: 10

Corsi di studio: CLEM unico CLEA

Obiettivi

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

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

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

Contemporaneamente nell'ambito del calcolo economico sotteso alle decisioni di aderire a processi di riassetto strutturale (economico, giuridico e organizzativo), sono posti in evidenza gli aspetti interdisciplinari di tali operazioni. Si completa il corso con lo studio delle relazioni esistenti fra i diversi caratteri strutturali delle gestioni straordinarie e le condizioni di sviluppo ovvero di crisi delle imprese.

Programma

- Profili generali delle business combinations
- Altre operazioni straordinarie
- Gli aspetti valutativi, contabili e fiscali
- Crescita d'impresa e operazioni straordinarie
- Crisi d'impresa e operazioni straordinarie

Modalità d'esame

Prova scritta. Maggiori informazioni saranno fornite durante il corso.

Testi d'esame

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

Lecture consigliate

- ZANETTI E., Manuale delle operazioni straordinarie – Conferimenti d'azienda – fusioni – scissioni, Eutekne, 2009.
- CONFALONIERI M., Trasformazione, fusione, conferimento, scissione e liquidazione delle società, IlSole24Ore, Milano, 2011.

MICROECONOMICS (ISTITUZIONI DI ECONOMIA POLITICA I IN LINGUA INGLESE)

Docente: Prof. Augusto SCHIANCHI

SSD: SECS-P/01; CFU: 9

Corsi di studio: L18

Contenuti del corso e obiettivi formativi

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

Thinking Like an Economist

Microeconomics entails the study of choice under scarcity. Scarcity is ever present, even when material resources are abundant. There are always important limitations on time, energy, and the other things we need to pursue our goals. Much of the economist's task is to try to answer questions of the form "Should I do activity x?" The approach to answering them is disarmingly simple. It is to do x if and only if its costs are smaller than its benefits. Not incurring a cost is the same as getting a benefit.

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

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

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

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

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

NEUROSHOPPING & MARKETING CHANNEL

Docente: Prof. Gianpiero LUGLI

SSD: SECS P/08; CFU: 6

Corso di laurea: Trade Marketing e Strategie Commerciali

Contenuti del corso e obiettivi formativi

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

Testi di riferimento

- G. Lugli, Neuroshopping, Apogeo 2011
- G. Lugli, Marketing Channel, UTET 2011

Modalità di verifica della preparazione degli studenti :

L'accertamento della preparazione sarà fatto in forma orale

Libri di testo

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

ORGANIZZAZIONE AZIENDALE

Docente: Prof. Antonello ZANGRANDI

SSD: SECS-P/07; CFU: 5

Corsi di studio: CLEM unico CLEA

Obiettivi

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

Il corso ha quindi lo scopo di:

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

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

Programma sintetico del corso

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

Libri di testo

Jones G.R., 2007, Teoria, progettazione e cambiamento, Milano, Egea (Capp. dal 1 al 10)

ORGANIZZAZIONE INDUSTRIALE
INDUSTRIAL ORGANIZATION

Docente: Prof. Augusto NINNI

SSD: SECS-P/06; CFU:8

Corsi di studio: Amministrazione e Direzione Aziendale

Obiettivi del Corso

L'insegnamento si propone di offrire agli studenti una visione completa della moderna organizzazione industriale basata sull'analisi dei comportamenti delle imprese e dei consumatori. Verranno forniti anche gli strumenti per l'analisi delle politiche industriali e i principi per l'analisi dell'attività di tutela della concorrenza.

Contenuto del Corso:

- Richiami di microeconomia
- Potere di mercato e sua misurazione
- Teorie dell'impresa e funzioni di costo
- La discriminazione di prezzo
- La differenziazione del prodotto
- Modelli di oligopolio: Cournot, Bertrand, von Stackelberg
- Modelli del prezzo limite e deterrenza all'entrata
- Prezzi predatori
- Cartelli e collusione
- Fusioni
- Vertical restraints
- Concorrenza non di prezzo: pubblicità
- Concorrenza non di prezzo: innovazione
- Approfondimenti: teoria e politica della concorrenza

Libri di testo

Pepall, Richards e Norman, Organizzazione Industriale, 2009 McGraw-Hill Editore, con esclusione del cap. 19.
Per la parte di approfondimento di teoria e politica della concorrenza, si utilizzerà un altro testo

PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO (CLEA - CLES)
MANAGEMENT ACCOUNTING

Docente: Prof. Andrea CILLONI

SSD: SECS-P/07; CFU:10

Corsi di studio: CLEM unico CLEA

Programma del corso e obiettivi formativi

La programmazione e il controllo nelle aziende assume la duplice funzione di sviluppare un sistema decisionale in contesti caratterizzati da rischio, incertezza, caos deterministico e di coordinare il complesso sistema delle operazioni aziendali.

Nel corso si espongono i caratteri istituzionali della contabilità dei costi del budgeting e del reporting, nonché si presentano soluzioni nuove applicabili alla prassi aziendale. I modelli decisionali e di costing & budgeting sono sperimentati tramite softwares applicativi di simulazione dei risultati di gestione dell'azienda di produzione e sistemi di Enterprise Resource Planning.

Prioritaria la trattazione del contributo offerto al processo decisionale dalla contabilità dei costi e dalla contabilità analitica affrontando i principi che guidano le determinazioni quantitative nelle aziende.

La misurazione delle performance atte a monitorare lo scostamento dai piani e dai programmi elaborati e l'analisi dei sistemi di contabilità analitica, completano il corso.

Programma

Evoluzione dei sistemi informativi aziendali e recenti sviluppi della contabilità analitica, analytical accounting.

Progettazione dei sistemi di calcolo dei costi.

Costo di prodotto e contabilità per centri di costo.

Elementi istituzionali di costi per le decisioni: direct e full costing.

Bilanci di previsione e teoria delle decisioni.

Budgets, master budget e organizzazione.

Bilanci di previsione e softwares applicativi.

Budget flessibili e la programmazione.

Analisi stocastica e prospetti di sintesi.

Budgets in condizioni di asimmetria informativa.

1) Ray H. Garrison, Eric W. Noreen, Peter C. Brewer. Curatori edizione italiana: Marco Agliati e Lino Cinquini, Programmazione e controllo. Managerial accounting per le decisioni aziendali, McGraw-Hill, Milano.

2) Dispense del docente (v. letture obbligatorie sul sito).

Testi di approfondimento facoltativi:

S. BARALDI, C. DE VECCHI (a cura di), I sistemi di pianificazione, programmazione e controllo, vol. II, Giappichelli, Torino, 1995.

L. CINQUINI, Strumenti per l'analisi dei costi, Fondamenti di Cost Accounting, Vol. I, seconda edizione, Giappichelli, Torino, 2008.

R. FERRARIS FRANCESCHI, a cura di, Pianificazione e controllo, vol. I e II, Giappichelli, Torino, 2010

- M. PIGHIN, A. MARZONA, I sistemi informativi aziendali. Struttura e applicazioni, Pearson Prentice Hall, Milano, 2005.
- L. SELLERI, Contabilità dei costi e contabilità analitica. Determinazioni quantitative e controllo di gestione, ETAS, Milano, 1999.
- L. SELLERI, Il budget d'esercizio. Strumento di programmazione, controllo e motivazione, ETAS, Milano, 1997.
- S. TERZANI, Lineamenti di pianificazione e controllo, CEDAM, Padova, 1999.

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

Docente: Prof. Marco FERRETTI

SSD: SECS-P/07 - CFU: 9

Corsi di studio: Amministrazione e Direzione Aziendale

Programma del corso e obiettivi formativi

Programmare e controllare la gestione è un elemento caratterizzante di tutti gli enti pubblici che a fronte di una evidente ristrettezza delle risorse economiche sono chiamati non solo ad essere maggiormente efficienti, ma anche a selezionare gli interventi secondo il criterio dell'efficacia.

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

Libri di testo

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

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

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

Altre letture consigliate dal docente.

RAGIONERIA INTERNAZIONALE

Docente: Prof. Stefano AZZALI

SSD: SECS-P/07; CFU: 9

Corsi di studio: Amministrazione e Direzione Aziendale

Contenuti del corso

Il corso illustra i principi e le metodologie di redazione dei bilanci secondo gli International Accounting Standards (IAS) e gli International Financial Reporting Standards (IFRS). I contenuti sono suddivisi in due moduli, con la didattica effettuata rispettivamente nel primo e secondo periodo del secondo semestre. Il primo modulo (primo periodo, secondo semestre) illustra la metodologia di costruzione dei bilanci consolidati; il secondo modulo (secondo periodo, secondo semestre) sviluppa le innovazioni di bilancio introdotte nei Paesi dell'Unione Europea per i bilanci delle società quotate dai principi contabili internazionali statuiti dall'International Accounting Standard Board (IASB).

Libri di testo

L. Fornaciari, Gruppi aziendali e bilancio consolidato in Italia, Giappichelli, Torino, 2011.

S. Azzali - M. Allegrini - A. Gaetano - M. Pizzo - A. Quagli, Principi contabili internazionali, Giappichelli, 2006.

RETAIL ADVERTISING AND BRANDING - MODULO 1

Docente: Prof. Davide PELLEGRINI

SECS-P/08; CFU 5

Corsi di studio: Trade Marketing e strategie Commerciali

Contenuti del corso

Il corso i passaggi algebrici necessari ad arrivare a una formulazione e alla comprensione delle politiche di prezzo e delle simulazioni che aiutano a controllare i risultati delle azioni di marketing nelle filiere del largo consumo. In molti casi la simulazione mette in luce la natura difensiva delle leve di marketing e il gioco a somma nulla che deriva da un incremento contemporaneo degli investimenti da parte di uno o più concorrenti. In questo senso, dietro le scelte di marketing si celano sempre riflessioni strategiche sugli assetti competitivi del settore di riferimento che non sempre appaiono di semplice interpretazione.

Il percorso si articola in una premessa metodologica legata alla lettura dei conti economici della filiera e in 6 moduli didattici dedicati ad altrettante variabili di marketing. Le simulazioni finali guardano la filiera dall'alto, quale insieme di equilibri industriali e distributivi. Nonostante la premessa si concentri sulle filiera dei settori alimentari, gli strumenti proposti risultano applicabili a tutti i settori del largo consumo

Libri di testo

Nuovo testo disponibile a Novembre

RETAIL ADVERTISING AND BRANDING - MODULO 2 VERTICAL BRANDING

Docente: Prof. Edoardo FORNARI

SSD: SECS-P/08 - CFU: 4

Corsi di studio: Trade Marketing e Strategie Commerciali

Contenuti del corso

L'obiettivo del corso è quello di fornire agli studenti gli strumenti concettuali ed operativi per comprendere ed analizzare i processi di sviluppo del valore della marca nell'ambito dei sistemi verticali di marketing. In particolare, il corso si prefigge di focalizzare l'attenzione sul fenomeno del branding distributivo, ovvero sulle politiche di brand management delle imprese commerciali. In tale prospettiva, il corso si propone, anche attraverso l'ausilio di alcune testimonianze aziendali, di approfondire le nuove tendenze in atto nella gestione delle linee di private label a livello internazionale. I temi specifici affrontati durante il corso saranno: le determinanti del "valore" della marca, le forme di integrazione verticale delle funzioni di branding, gli obiettivi delle politiche di marca dei distributori, l'impatto del branding distributivo sulle relazioni verticali di filiera e sui processi di differenziazione tra le insegne.

Libri di testo

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

Per gli studenti frequentanti esiste la possibilità, da concordare con il Docente in Aula, di sostituire alcune parti del testo indicato con il materiale discusso e presentato durante il corso.

RETAIL BRANDING AND IMAGE

Docente: Prof. Edoardo FORNARI

SSD: SECS-P/08 - CFU: 8

Corsi di studio: Trade Marketing e strategie Commerciali

Contenuti del corso

L'obiettivo del corso è quello di fornire agli studenti gli strumenti concettuali ed operativi per comprendere ed analizzare i processi di sviluppo e gestione di un brand nell'ambito delle insegne della distribuzione moderna. In tale prospettiva, il corso si propone, anche attraverso l'ausilio di testimonianze aziendali relative a diversi settori di attività, di approfondire le problematiche di gestione delle linee di private label e delle politiche di comunicazione nel retail. I temi specifici affrontati durante il corso saranno: le determinanti del "valore" della marca, le forme di integrazione verticale delle funzioni di branding da parte dei retailers, gli obiettivi delle politiche di marca dei distributori, l'impatto del branding distributivo sulle relazioni verticali di filiera e sui processi di differenziazione tra le insegne, le forme di retail advertising.

Libri di testo

FORNARI E. (2007), "Economia della marca commerciale. Le dimensioni del branding distributivo", Milano, Egea.
KELLER K.L., BUSACCA B., OSTILLIO M.C. (2005), "La gestione del Brand", Milano, Egea (SOLO CAPITOLI 1, 2, 3)

RISK MANAGEMENT E CREAZIONE DEL VALORE NELLE BANCHE
RISK MANAGEMENT AND VALUE CREATION IN BANKS

Docente: Prof.ssa Paola Gina Maria SCHWIZER

SSD: SECS-P/11; CFU: 9

Corsi di studio: Finanza e Risk Management

1. Obiettivi

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

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

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

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

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

Il corso comprende lezioni ed approfondimenti operativi svolti anche con il supporto di testimoni aziendali. Gli studenti dovranno affrontare un project work su temi attinenti la creazione di valore nelle banche.

2. Contenuti delle lezioni

- Il primo e il secondo pilastro di Basilea 2
- Le definizioni di capitale: la prospettiva del management e il punto di vista della vigilanza
- Il rischio di credito: definizione; perdita attesa e inattesa; componenti della perdita attesa
- Il rischio di credito secondo la normativa prudenziale. La determinazione del requisito patrimoniale ai sensi del primo pilastro. Il metodo standardizzato e i metodi IRB (internal rating based)
- Il rating interno: la determinazione delle classi di rating; le informazioni rilevanti; i modelli di stima
- L'analisi di bilancio per la determinazione del rating: esercitazione
- Il rating interno: la quantificazione della PD (probabilità di default)
- Il rating interno: il concetto di LGD (loss given default – perdita in caso di default) e i relativi modelli di stima
- Il rating interno: il concetto di EAD (exposure at default – esposizione in caso di default)
- L'utilizzo del VAR per la stima della perdita inattesa
- Rischio di credito e pricing dei prestiti bancari: la determinazione del tasso di interesse per il cliente in funzione del rating
- Le proposte di riforma della normativa: verso Basilea 3
- Il rischio operativo: definizione e profili normativi e misurazione

- Il rischio di concentrazione
- Il rischio di liquidità
- La struttura dell'ICAAP – Internal Capital Adequacy Assessment Process
- Il rischio di reputazione
- Le misure di redditività corrette per il rischio: verso l'allocazione del capitale
- L'allocazione del capitale: i principi guida
- Corporate governance e sistemi di controllo interno: i requisiti organizzativi per l'ottimizzazione del capitale

Libri di testo

A. Resti – A. Sironi, Rischio e Valore nelle Banche, Seconda edizione, EGEA, Milano, 2008.

Capitoli: 1, 2, 3, 4, 5, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 18, 19, 21, 22, 23, 24

SCENARI ECONOMICI PER IL MANAGEMENT
ECONOMICS SCENARIOS FOR MANAGERS

Docente: Prof. Francesco DAVERI

SSD: SECS P/02; CFU: 9

Corsi di studio: Trade Marketing e Strategie Commerciali

Programma

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

Programma nel dettaglio

Il corso è diviso in cinque parti.

Prima parte – Il mondo com'era

- 1.1 I grandi trend dell'economia mondiale prima della crisi
- 1.2 Perché alcuni paesi oggi sono poveri e altri sono diventati ricchi
- 1.3 Lo sviluppo economico italiano nel secondo dopoguerra

Seconda parte – La crisi 2007-09

2.1 La crisi finanziaria

- Mutui sub-prime e mercato immobiliare in America
- Cartolarizzazione
- Leveraging e deleveraging

2.2 La Grande Recessione

- Ripasso di Economia: Domanda e offerta aggregata, Mercato del lavoro
- Recessione globale
- Come si misura una recessione
- Indicatori della congiuntura economica
- Esiste ancora la legge di Okun?

Terza Parte - Il "dopo" crisi 2010-12

3.1 Il confronto con gli anni '30

3.2 La politica fiscale

- la politica fiscale convenzionale (aritmetica di deficit e debiti pubblici, il moltiplicatore e la domanda aggregata)
- la politica fiscale non convenzionale del dopo crisi

3.3 La politica monetaria

- Politiche monetarie convenzionali (obiettivi e strumenti, la Taylor rule)
- Politiche monetarie non convenzionali: quantitative easing
- Risposte differenti alla crisi: Fed e Bce

Quarta parte - Il mondo globale

4.1 La globalizzazione dei mercati: cosa non si può non sapere

4.2 Ripasso di Economia: Chi ci guadagna e chi ci perde dalla globalizzazione

4.3 I cambi

- Guerre valutarie
- Il futuro dell'euro

Quinta parte - Il "vostro" mondo di domani: l'economia mondiale al 2030

5.1 L'eredità della crisi

- Eredità fiscale: la Grecia e la crisi dell'euro
- Eredità monetaria: inflazione o deflazione?

5.2 L'ascesa degli altri

- Il G-8 e il G-20
- I Bric (Brasile, Russia, India, Cina) e i Next 11
- Esportare la Dolce Vita ai nuovi ricchi emergenti

Modalità didattiche

Il corso si avvale di una pluralità di metodologie didattiche. Oltre alle lezioni tradizionali, il corso prevede l'intervento di ospiti esterni e lunch talk non obbligatori, nei quali i metodi e gli strumenti della macroeconomia saranno messi in pratica attraverso la lettura e l'analisi collettiva - "live" e partecipata - delle notizie del giorno tratte da vari quotidiani, periodici e blog di carattere economico.

Testi d'esame e modalità di accertamento

I principali testi di riferimento per l'esame scritto sono:

Carlo De Benedetti, Federico Rampini e Francesco Daveri, Centomila punture di spillo, Mondadori, 2008

- Francesco Daveri, "L'economia della Grande recessione", cap.33 in Cowen and Tabarrok, Principi di Economia, 2010, pdf scaricabile nella sezione "Materiali didattici" del sito web del corso

Lecture aggiuntive scaricabili dal sito web del corso saranno fornite dal docente durante il corso.

Testi d'esame e modalità di accertamento

I principali testi di riferimento per l'esame scritto sono:

Carlo De Benedetti, Federico Rampini e Francesco Daveri, Centomila punture di spillo, Mondadori, 2008

- Francesco Daveri, "L'economia della Grande recessione", cap.33 in Cowen and Tabarrok, Principi di Economia, 2010, pdf scaricabile nella sezione "Materiali didattici" del sito web del corso

Lecture aggiuntive scaricabili dal sito web del corso saranno fornite dal docente durante il corso.

SCIENZA DELLE FINANZE
PUBLIC ECONOMICS AND POLICY

Docente: Prof. Salvatore CURATOLO

SSD: SECS-P/03; CFU: 10

Corsi di studio CLEM unico CLEA

Obiettivi

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

Successivamente si rivedranno i modelli macroeconomici di base e, dopo la presentazione del quadro della Finanza pubblica in Italia (Istituzioni, Entrate e Spese), verranno presentati i principali modelli macroeconomici e di simulazione per l'analisi della politica fiscale in Italia e nel contesto dell'UEM. Particolare attenzione verrà rivolta al problema, oggi di grande attualità, della sostenibilità del debito pubblico.

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

L'esame finale, in Forma scritta, si comporrà di due domande aperte di teoria da dieci punti ciascuna e dell'esame-commento di una tabella o di un grafico inerente uno degli argomenti del corso (anch'esso da dieci punti); la lode viene attribuita a tutti e soli gli studenti che mostrano di aver compreso in modo preciso e dettagliato tutti gli argomenti del corso e inoltre di aver elaborato un'autonoma capacità di sintesi critica della materia presentata.

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

Programma

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

Bibliografia

Manuale:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Eurostat: Documentazione statistica dell'Eurostat;

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

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

Manuale:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Eurostat: Documentazione statistica dell'Eurostat;

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

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

SHOPPER MARKETING

Modulo 1: Docente: Prof.ssa Maria Grazia CARDINALI - SSD: SECS-P/08; CFU: 4

Modulo 2: Docente : Prof. Guido CRISTINI - SSD: SECS-P/08; CFU: 5

Corsi di studio: Trade Marketing e Strategie Commerciali

Contenuti del corso

Il Corso si propone di illustrare il ruolo strategico rivestito dall'innovazione nell'ambito delle strategie competitive e di marketing delle imprese commerciali moderne. In particolare, si analizzeranno i nuovi significati, i nuovi valori, i nuovi ruoli che Innovazione e Comunicazione rivestono nella creazione delle relazioni di fiducia con la clientela finale e nel mantenimento di un vantaggio competitivo stabile e duraturo.

Il Corso è idealmente strutturato in tre parti. Nella prima parte si analizzano le forze ambientali e le determinanti in grado di spiegare i nuovi significati che assume l'innovazione di prodotto nel retailing. Nella seconda parte si illustrano le leve dell'In store marketing manovrate dai retailers moderni per conferire una precisa identità alle proprie insegne, dallo store design e visual merchandising ai nuovi servizi che esulano dai confini settoriali e stimolano nuove forme di intertype competition. Infine, nella terza parte si analizza il processo decisionale e i modelli organizzativi alla base dello sviluppo dell'innovazione commerciale.

Il Corso prevede l'intervento di testimonianze qualificate e l'incontro con manager delle più importanti realtà aziendali al fine di verificare la rispondenza tra i modelli teorici sviluppati e la prassi aziendale.

Studenti frequentanti

Testo d'esame

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

Studenti non frequentanti

Testo d'esame

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

Articoli di riviste:

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

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

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

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

Gli articoli sono disponibili presso l'ufficio fotocopie.

SISTEMI DI GOVERNANCE E REVISIONE AZIENDALE – MODULO 1
CORPORATE GOVERNANCE AND AUDITING

Docente: Prof. Paolo ANREI

SSD: SECS-P/07; CFU: 6

Corsi di studio: Amministrazione e Direzione Aziendale

Avvertenza

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

Programma

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

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

Modalità di esame

L'esame, che verte sugli argomenti trattati nei due moduli di cui si compone il corso, è costituito da una prova scritta (tre domande aperte) e da una prova orale.

L'accesso alla prova orale è consentito solo agli studenti che abbiano conseguito almeno la sufficienza nella prova scritta.

Per il programma completo d'esame, cfr. anche il contenuto del Modulo 2 (prof. Paolo Zalera).

FELLEGARA A.M. (a cura di), Governo, controllo e informazione societaria nei gruppi aziendali, McGraw-Hill, Milano, 2008.

SISTEMI DI GOVERNANCE E REVISIONE AZIENDALE – MODULO 2
CORPORATE GOVERNANCE AND AUDITING

Docente: Prof. Paolo ZALERA

SSD: SECS-P/07; CFU 6

Corsi di studio: Amministrazione e Direzione Aziendale

AVVERTENZA

Le lezioni di questo insegnamento sono organizzate in due moduli; tuttavia, l'accertamento della preparazione è effettuato con un'unica prova di esame. In questa pagina è riportato solo il contenuto del Modulo 2.

Programma

Il corso affronta le tematiche proprie della revisione contabile nella logica economico-aziendale. In particolare, vengono approfondite le questioni attinenti all'organizzazione e all'implementazione di un sistema di controllo interno, i caratteri costitutivi dei rischi del processo di revisione, nonché il processo di revisione del bilancio d'esercizio. Inoltre, vengono trattati il controllo contabile sulle operazioni straordinarie e in peculiari fasi della gestione e le modalità di garanzia e apprezzamento dell'affidabilità delle informazioni economico-finanziarie. Con l'approfondimento dei contenuti formativi del corso gli studenti acquisiranno competenze specifiche in tema di revisione del bilancio d'esercizio e di rilascio di ulteriori pareri a sostegno di operazioni straordinarie e di particolari fasi della vita dell'impresa (quotazioni, privatizzazioni, crisi).

Modalità di esame

L'esame, che verte sugli argomenti trattati nei due moduli di cui si compone il corso, è costituito da una prova scritta (tre domande aperte) e da una prova orale.

L'accesso alla prova orale è consentito solo agli studenti che abbiano conseguito almeno la sufficienza nella prova scritta.

Per il programma completo d'esame, cfr. anche il contenuto del Modulo 1 (prof. Paolo Andrei).

Libri di testo

MARCHI L., Principi di revisione contabile. Un approccio per cicli operativi, Giuffrè, Milano, 2005

Consiglio Nazionale dei Dottori Commercialisti e dei Ragionieri, Principi di Revisione, Giuffrè, Milano, 2002

SISTEMI DI PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO DI GESTIONE
ADVANCED MANAGEMENT ACCOUNTING

Docente: Prof.ssa Federica BALLUCHI

SSD: SECS-P/07 - CFU: 6

Corsi di studio: Amministrazione e Direzione Aziendale

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso intende fornire gli strumenti utili a supportare processi decisionali operativi, con particolare riferimento al passaggio dal Cost accounting al Cost management. In tal senso, lo studente acquisirà conoscenze in merito a:

- gli aspetti critici nella determinazione e allocazione dei costi;
- le problematiche connesse alla determinazione dei costi mediante le tecniche tradizionali e basate su una logica di Activity Based Costing (ABC);
- lo sviluppo dei sistemi contabili «ibridi»;
- la relazione tra i cambiamenti organizzativi e gli strumenti di Cost Management;
- l'implementazione di cruscotti di controllo;
- il calcolo di Key Performance Indicators (KPI)

Programma

Sistema di programmazione e controllo di gestione: contabilità generale e contabilità analitica: relazioni, caratteristiche e finalità.

Concetti base di Cost Accounting: concetto di costo e sue possibili applicazioni; classificazione, variabilità e imputazione dei costi; costo di prodotto; configurazioni di costo e contabilità per centri di costo; Direct Costing e Full Costing; Activity Based Costing.

Approfondimenti di Cost Accounting: aspetti critici nella determinazione e allocazione degli elementi di costo; problematiche della contabilità per centri di costo; elementi per un uso progredito dell'ABC; i sistemi contabili «ibridi».

Percorsi di Cost Management: contesti aziendali innovativi e strumenti di Cost Management; Activity Based Management; Target Costing e altri strumenti.

Cruscotti di controllo: Balanced Scorecard; indicatori di performance.

Ai fini di un miglior apprendimento, durante il corso saranno proposti casi e testimonianze aziendali.

Modalità di accertamento

Prova scritta (con domande teoriche ed esercizi).

Durante lo svolgimento del corso saranno fornite ulteriori indicazioni.

Testi consigliati per l'esame

MIOLO VITALI P. (a cura di), Strumenti per l'analisi dei costi – Approfondimenti di Cost Accounting, Vol. II, Torino, Giappichelli, 2009.

MIOLO VITALI P. (a cura di), Strumenti per l'analisi dei costi – Percorsi di Cost Management, Vol. III, Torino, Giappichelli, 2009.

Materiale didattico a cura del docente.

Testi consigliati per la consultazione

CINQUINI L., Strumenti per l'analisi dei costi – Fondamenti di Cost Accounting, Vol. I, Torino, Giappichelli, 2008.

GARRISON R., NOREEN E., Programmazione e controllo (managerial accounting per le decisioni aziendali), Milano, Mc Graw-Hill, 2008.

HORNGREN C. T., FOSTER G., DATAR S.M., Contabilità per la direzione, Torino, Iseidi, 1998.

SOCIOLOGIA DEI CONSUMI

Docente: Prof.ssa Maura FRANCHI

SSD: SECS-P/07; CFU: 8

Corsi di studio: libero a scelta per tutti i corsi di laurea magistrale

Il corso ruota attorno all'analisi della costruzione delle preferenze e dei processi di scelta di consumo, mettendone in evidenza in particolare la dimensione relazionale e sociale.

Come si formano le preferenze? Le preferenze non possono essere considerate solo espressione di gusti personali, ma l'esito di una costruzione sociale che si intreccia con la costruzione dell'identità.

L'eccesso di scelta è disfunzionale. L'onerosità del processo decisionale enfatizza il peso della dimensione emotiva: scorciatoie, di fronte all'eccesso è difficile processare adeguatamente le informazioni. Nel contempo le reti sociali pongono la costruzione delle preferenze su un piano diverso che enfatizza l'influenza delle relazioni.

La prospettiva adottata per interpretare le scelte di consumo intreccia l'approccio sociologico con studi di psicologia e di neuroscienze. L'intento è quello di indagare le influenze sociali e relazionali, cognitive ed emozionali che sorreggono le scelte, con l'obiettivo di vederne le implicazioni sul piano del marketing.

Di seguito vengono esplicitate i principali blocchi di tematiche trattate con l'obiettivo di tracciare un percorso di lettura.

o Le scelte: dal paradigma razionale al paradosso della scelta.

o La questione delle informazioni, le distorsioni cognitive e le euristiche. L'importanza del frame nella scelta. Il filtro delle rappresentazioni mentali e l'esigenza di semplificazioni. La funzione di riconoscimento della marca

o I comportamenti di consumo: motivazioni, stimoli, percezioni, identità. Questioni, approcci e limiti del filone "consumer behavior".

o Il contributo del neuromarketing alla comprensione delle scelte. Emozioni e razionalità nelle decisioni. Il ruolo di imitazione, memoria e apprendimento nella formazione delle abitudini. La marca come anticipazione di ricompensa.

o La Teoria Culturale del Consumo: un ampliamento dei paradigmi per interpretare le scelte di consumo

o La dimensione simbolica del consumo e le implicazioni per l'analisi del ruolo della marca

La marca: una questione di messaggi

o La dimensione relazionale della scelta: dal passaparola al like button di Facebook. L'intreccio tra preferenze e identità. Verso una co-produzione del valore dei beni.

o La marca: una questione di identità.

o Perché e come i social network influenzano le nostre scelte. Come possono essere utilizzati dal marketing e come il marketing può essere ripensato alla luce dei social network?

o I virtual goods: un'alternativa al consumo materiale?

o Dai “valori del brand” a “brand di valori”: scelte etiche e scelte di consumo. Esempi di nuove tendenze sociali: consumo critico, scelte alimentari, sensibilità ambientale ed estetica, semplicità. La marca: una questione di valori.

Durante il corso verranno analizzati numerosi casi (profili di brand su Facebook, messaggi, filmati, ecc.) con l'intento di mettere in evidenza le tendenze evolutive e le trasformazioni in atto nel tempo della rete. A questo scopo verranno proposti articoli e testi da commentare in aula.

Inoltre sarà proposto un nutrito numero di testimonianze su temi d'interesse.

Per la didattica e lo scambio di informazioni verrà utilizzata una pagina su Facebook “Corso di Sociologia dei Consumi – Parma”, che avrà l'obiettivo di trasmettere informazioni e di condividere materiali e proposte.

Testi per l'esame

- Franchi M., Schianchi A. (2011), Scegliere nel tempo di Facebook. Perché i social network influenzano le nostre scelte, Carocci.
- Franchi M., Schianchi A. (2010), Scelte economiche e neuroscienze. Razionalità, emozioni, relazioni, Carocci, Roma.

SOCIOLOGIA ECONOMICA

Docente: Prof.ssa Mirella BAGLIONI

SSD: SPS/09; CFU: 9

Corsi di studio: CLEF

Contenuti del corso

Il corso di sociologia economica si propone di analizzare i fattori sociali dello sviluppo del capitalismo nella globalizzazione.

A tal fine il corso si articola nei seguenti contenuti:

Prima parte

- A) Introduzione: il contributo delle teorie sociologiche all'interpretazione dello sviluppo economico.
- B) La globalizzazione: dibattito socio economico.

Seconda parte:

- A) La globalizzazione e le economie europee: modelli di regolazione
- B) Il mercato del lavoro e l'occupazione in Europa

Terza parte

Immigrazione e politiche.

Testi per la preparazione dell'esame

Trigilia, Carlo (2009), Sociologia economica, Mulino
Ambrosini Maurizio (2010) Richiesti e respinti, Saggiatore

STATISTICA (A-D)

Docente: Prof. Marco RIANI

SSD: SECS-S/01; CFU: 9

Corsi di studio: L18

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso si divide in due parti. Nella prima ci si propone di presentare gli strumenti di base per l'analisi dei dati statistici relativi ad uno e due fenomeni, e di fornire un'introduzione allo studio delle serie storiche economiche. Lo scopo fondamentale è quello di consentire allo studente di acquisire dimestichezza con l'analisi quantitativa dei dati aziendali ed economici, mettendolo in grado di svolgere elaborazioni autonome e di interpretare correttamente i risultati di tali elaborazioni. Nella seconda parte ci si propone di presentare gli strumenti di base per la comprensione delle procedure di campionamento e di inferenza.

Durante il corso l'attenzione sarà focalizzata su un insieme ridotto di tecniche, ma di largo impiego nella pratica. Di ciascuna tecnica saranno illustrati i fondamenti logici e le finalità conoscitive, mentre saranno posti in secondo piano i dettagli tecnici e le derivazioni matematiche.

Contenuti

I parte

Elementi introduttivi

- la rilevazione dei dati e le fonti statistiche
- la matrice dei dati; le rappresentazioni grafiche

Sintesi di un fenomeno

- Le distribuzioni di frequenze e le tabelle a doppia entrata
- Le medie (medie analitiche e di posizione)
- Gli indici di variabilità assoluti e relativi, la concentrazione
- La forma di distribuzione

Serie storiche

- I numeri indici semplici a base mobile ed a base fissa
- Il concatenamento di serie con base differente; il tasso medio annuo di variazione
- I numeri indici composti dei prezzi ed il deflazionamento dei valori a prezzi correnti

Relazioni tra due caratteri

- La covarianza ed il coefficiente di correlazione lineare
- La matrice di covarianza e la matrice di correlazione
- La retta di regressione: il metodo dei minimi quadrati; l'interpretazione dei parametri, la valutazione della bontà d'adattamento;

- L'interpretazione dei parametri; la valutazione della bontà di adattamento;
- L'interpolazione lineare di una serie storica

Il Parte

Introduzione al calcolo delle probabilità ed al campionamento

- Le concezioni della probabilità
- Variabili aleatorie: aspetti generali ed applicazioni
- Teoremi di calcolo delle probabilità
- Distribuzioni campionarie degli indici statistici

Problemi di stima

- Stima puntuale della media e della frequenza relativa
- Stima per intervallo della media nel caso di grandi e di piccoli campioni
- Stima per intervallo della frequenza relativa nel caso di grandi campioni

Problemi di verifica d'ipotesi

- Introduzione ai test statistici; livello di significatività osservato (P-value)
- Verifica d'ipotesi sulla media nel caso di grandi e di piccoli campioni
- Verifica d'ipotesi sulla frequenza relativa nel caso di grandi campioni
- Verifica d'ipotesi su due universi nel caso di grandi campioni

Il modello di regressione lineare semplice

- Significato del modello e relazioni con la retta di regressione
- Problemi di stima e di verifica di ipotesi sui parametri del modello
- Verifica della bontà di adattamento del modello; la tabella di analisi della varianza

Testi d'esame

M.A Milioli, M. Riani, S. Zani, Introduzione all'analisi dei dati statistici (seconda edizione ampliata) Pitagora, Bologna, 2011. Pagina di errata corrige e materiali aggiuntivi da scaricare.

Esercizi di statistica Parte I (seconda edizione)

Cerioli, M.A. Milioli, Introduzione all'inferenza statistica senza (troppo) sforzo, seconda edizione, Uni.nova, Parma 2004. Pagina di errata corrige.

Esercizi di statistica Parte II

A. Cerioli, M.A. Milioli, M. Riani, "Esercizi di statistica", uni.nova, Parma, 2012. Pagina di errata corrige e materiali aggiuntivi da scaricare

STATISTICA (E-N)

Docente: Prof. Tiziano BELLINI

SSD: SECS-S/01; CFU: 9

Corsi di studio: L18

Obiettivi

Il corso costituisce il secondo modulo di Statistica e si propone di presentare gli strumenti di base per la comprensione delle procedure di campionamento e di inferenza, partendo dalle conoscenze acquisite tramite il modulo di Analisi dei dati. In molte applicazioni aziendali ed economiche, infatti, le informazioni disponibili fanno riferimento ad un campione (di consumatori, di aziende, etc.), per cui l'informazione descrittiva deve essere estesa dal campione rilevato ad una popolazione più ampia. Tale estensione rappresenta il processo di inferenza statistica.

Durante il corso l'attenzione sarà focalizzata su un insieme ridotto di tecniche, ma di largo impiego nella pratica. In particolare, dopo un'introduzione ai concetti di base del calcolo delle probabilità e del campionamento, saranno prese in esame le metodologie di stima e di verifica di ipotesi. Di ciascuna tecnica saranno illustrati i fondamenti logici e le finalità conoscitive, mentre saranno posti in secondo piano i dettagli tecnici e le derivazioni matematiche. Ciascuna tecnica sarà introdotta facendo riferimento ai problemi aziendali ed economici che essa può contribuire a risolvere: tra questi il controllo statistico della qualità, lo studio delle quote di mercato e l'analisi delle relazioni tra variabili economiche. Un aspetto rilevante riguarda l'uso del computer per l'effettuazione delle analisi statistiche. In particolare, si mostreranno le potenzialità di un foglio elettronico di larghissima diffusione aziendale, quale Microsoft Excel, ai fini della reale applicazione delle metodologie illustrate a lezione.

Contenuti

Introduzione al calcolo delle probabilità ed al campionamento

Le concezioni della probabilità

Variabili aleatorie: aspetti generali ed applicazioni

Distribuzioni campionarie degli indici statistici

Problemi di stima

Stima puntuale della media e della frequenza relativa

Stima per intervallo della media nel caso di grandi e di piccoli campioni

Stima per intervallo della frequenza relativa nel caso di grandi campioni

Problemi di verifica d'ipotesi

Introduzione ai test statistici; livello di significatività osservato (P-value)

Verifica d'ipotesi sulla media nel caso di grandi e di piccoli campioni

Verifica d'ipotesi sulla frequenza relativa nel caso di grandi campioni

Verifica d'ipotesi su due universi nel caso di grandi campioni

Il modello di regressione lineare semplice

Significato del modello e relazioni con la retta di regressione

Problemi di stima e di verifica di ipotesi sui parametri del modello

Verifica della bontà di adattamento del modello; la tabella di analisi della varianza.

Competenze acquisibili

Al termine del corso gli studenti dovrebbero avere acquisito le competenze necessarie per comprendere le tecniche di campionamento e di inferenza utili nell'analisi quantitativa dei fenomeni aziendali e delle variabili economiche, al fine di poter effettuare elaborazioni in proprio od interpretare i risultati di elaborazioni ottenute da altri. In particolare, gli studenti dovrebbero essere in grado di individuare la metodologia migliore per soddisfare un determinato obiettivo conoscitivo, effettuare i calcoli necessari ed interpretare criticamente i risultati ottenuti.

Libri di testo per l'esame

Teoria

M.A. MILIOLI, M. RIANI, S. ZANI, Introduzione all'analisi dei dati statistici, II edizione ampliata, Pitagora, Bologna, 2011.

Cerioli, M. A. Milioli, Introduzione all'inferenza statistica senza (troppo) sforzo, II edizione, Uni.nova, Parma, 2007.

ESERCIZI

A. Cerioli, M. A. Milioli, M. Riani, Esercizi di statistica, Uninova, Parma, 2012.

STATISTICA (O-Z)

Docente: Prof.ssa Maria Adele MILIOLI

SSD: SECS-S/01; CFU: 9

Corsi di studio: L18

Obiettivi formativi

Il corso si divide in due parti. Nella prima ci si propone di presentare gli strumenti di base per l'analisi dei dati statistici relativi ad uno e due fenomeni, e di fornire un'introduzione allo studio delle serie storiche economiche. Lo scopo fondamentale è quello di consentire allo studente di acquisire dimestichezza con l'analisi quantitativa dei dati aziendali ed economici, mettendolo in grado di svolgere elaborazioni autonome e di interpretare correttamente i risultati di tali elaborazioni. Nella seconda parte ci si propone di presentare gli strumenti di base per la comprensione delle procedure di campionamento e di inferenza.

Durante il corso l'attenzione sarà focalizzata su un insieme ridotto di tecniche, ma di largo impiego nella pratica. Di ciascuna tecnica saranno illustrati i fondamenti logici e le finalità conoscitive, mentre saranno posti in secondo piano i dettagli tecnici e le derivazioni matematiche.

Contenuti

I parte

Elementi introduttivi

- la rilevazione dei dati e le fonti statistiche
- la matrice dei dati; le rappresentazioni grafiche.

Sintesi di un fenomeno

- le distribuzioni di frequenze e le tabelle a doppia entrata
- le medie (medie analitiche e di posizione)
- gli indici di variabilità assoluti e relativi, la concentrazione
- la forma di distribuzione

Serie storiche

- i numeri indici semplici a base mobile ed a base fissa
- il concatenamento di serie con base differente; il tasso medio annuo di variazione
- i numeri indici composti dei prezzi ed il deflazionamento dei valori a prezzi correnti

Relazioni tra due caratteri

- la covarianza ed il coefficiente di correlazione lineare
- la matrice di covarianza e la matrice di correlazione
- la retta di regressione: il metodo dei minimi quadrati; l'interpretazione dei parametri; la valutazione della bontà di adattamento;
- l'interpolazione lineare di una serie storica

Il parte

Introduzione al calcolo delle probabilità ed al campionamento

- Le concezioni della probabilità
- Variabili aleatorie: aspetti generali ed applicazioni
- Distribuzioni campionarie degli indici statistici

Problemi di stima

- Stima puntuale della media e della frequenza relativa
- Stima per intervallo della media nel caso di grandi e di piccoli campioni
- Stima per intervallo della frequenza relativa nel caso di grandi campioni

Problemi di verifica d'ipotesi

- Introduzione ai test statistici; livello di significatività osservato (P-value)
- Verifica d'ipotesi sulla media nel caso di grandi e di piccoli campioni
- Verifica d'ipotesi sulla frequenza relativa nel caso di grandi campioni
- Verifica d'ipotesi su due universi nel caso di grandi campioni

Il modello di regressione lineare semplice

- Significato del modello e relazioni con la retta di regressione
- Problemi di stima e di verifica di ipotesi sui parametri del modello
- Verifica della bontà di adattamento del modello; la tabella di analisi della varianza.

Libri di testo per l'esame

Teoria

M.A. MILIOLI, M. RIANI, S. ZANI, Introduzione all'analisi dei dati statistici, II edizione ampliata, Pitagora, Bologna, 2011.

A. Cerioli, M. A. Milioli, Introduzione all'inferenza statistica senza (troppo) sforzo, II edizione, Uni.nova, Parma, 2007. ESERCIZI

A. Cerioli, M. A. Milioli, M. Riani, Esercizi di statistica, Uninova, Parma, 2012.

STATISTICA AZIENDALE E ANALISI DEI DATI

Docente: Prof.ssa Maria Adele MILIOLI

SSD: SECS/S-01; CFU: 6

Corsi di studio: Amministrazione e Direzione Aziendale

Obiettivi

Il corso si propone di fornire agli studenti gli strumenti più idonei per l'analisi di alcuni problemi di natura decisionale e gestionale che in azienda sono inevitabilmente trattati in condizioni di incertezza e di rischio e che trovano quindi nei metodi statistici un supporto indispensabile e scientificamente rigoroso per la loro soluzione. Una particolare attenzione viene rivolta alle tecniche di campionamento per il controllo statistico dei valori di bilancio e alle procedure di stima delle valutazioni contabili nelle attività di revisione e di certificazione di bilancio. Altri argomenti trattati riguardano il modello di regressione lineare multipla per le previsioni statistiche e il controllo statistico di qualità e di produttività.

Nella trattazione degli argomenti saranno privilegiati gli aspetti pratici e quelli di maggiore interesse per le applicazioni in ambito aziendale e verranno affrontati alcuni casi di studio.

Programma

- 1) Elementi introduttivi - L'informazione statistica per le imprese
- 2) La formazione di un campione: campioni probabilistici e campioni ragionati
- 3) Procedure di stima delle valutazioni contabili e il trattamento del rischio di errore
- 4) Il modello di regressione lineare multipla per le previsioni statistiche
- 5) Applicazioni statistiche al controllo della qualità e della produttività

B. Bracalente, M. Cossignani, A. Mulas, Statistica Aziendale, McGraw-Hill, 2009. Capitoli 1, 2 (esclusi par. 2.4 e 2.5) e 4 (escluso par. 4.3) per i punti 1), 2) e 4) del programma

S. Biffignandi, D. Toninelli, Strumenti per la qualità e il controllo statistico in azienda, Franco Angeli, II edizione riveduta ed ampliata 2011 (capitoli 6, 7, 9 e 10) del programma

Per il punto 3) verranno fornite le slides presentate a lezione.

STATISTICA DEI MERCATI MONETARI E FINANZIARI (SERIE STORICHE)

Docente: Prof. Fabrizio LAURINI

SSD:SECS-S/03; CFU: 5

Corsi di studio: CLEM unico CLEF

Obiettivi

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

Programma

/ Teoria elementare di processi stocastici per serie stazionarie

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

/ Evidenze empiriche delle serie storiche osservate

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

/ Selezione del portafoglio

1. Richiamo al problema di allocazione ottima e frontiera efficiente. Il caso dei 2 titoli
2. Rischio per portafogli generici di K titoli
3. Modelli di mercato e test statistici per stima e significatività dei modelli CAPM

/ Cenni alle analisi dei trend dei prezzi di borsa

1. Medie mobili e filtri Holt-Winters
2. Modelli di regressione multipla per serie di prezzi
3. Modelli di regressione con stime "time-varying" dei parametri.

Modalità di accertamento

Prova scritta ed eventuale colloquio orale.

STORIA DEI MERCATI FINANZIARI

Docente: Prof. Gian Luca PODESTA'

SSD: SECS-P/12; CFU: 6

Corsi di studio: FRIM

Contenuti del corso e obiettivi formativi.

Contenuti: l'evoluzione del sistema finanziario internazionale a partire dalle sue origini fino ai giorni nostri, comparata allo sviluppo del sistema capitalistico e al progresso dei sistemi politici. Le crisi finanziarie, l'economia di mercato, l'economia corporativa e l'economia comunista. L'economia-mondo; il mito della globalizzazione; l'area euro-atlantica e l'area estremo oriente-pacifico. Globalizzazione e declino degli stati nazionali; imperi ed equilibrio internazionale.

Obiettivi: la capacità di valutare come il progresso dei mercati finanziari rappresenti la forma più elevata del sistema capitalistico; saper interpretare l'evoluzione degli strumenti finanziari alla luce dei cambiamenti culturali, politici e sociali; percepire come le crisi finanziarie rappresentino una costante del sistema capitalistico e saper interpretarne i meccanismi. Interpretare le crisi strutturali e le crisi congiunturali. Storicizzare i rapporti tra politica ed economia.

Testi di riferimento

Larry Allen, Il sistema finanziario globale. Dal 1750 a oggi, Bruno Mondadori, Milano, 2002 (ed.or., The Global Financial System. 1750-2000, Reaktion Books, London, 2001).

Gli studenti frequentanti potranno scegliere un argomento specifico di approfondimento concordato con il docente.

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/podesta>

STORIA DEL PENSIERO ECONOMICO
HISTORY OF ECONOMIC THOUGHT

Docente: Prof. Marco Bianchini

SSD: SECS-P04; CFU: 9

Corsi di studio: libero a scelta per tutti i corsi di laurea triennale

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso si occupa in termini comparativi del pensiero economico e, più in generale, di mentalità economica, come espressioni della tradizione culturale di una popolazione. Sua finalità è di fornire allo studente strumenti per interpretare i fenomeni economici nel loro contesto storico e istituzionale. Si articola in tre parti: 1) elementi di antropologia (in particolare i temi dello scambio e della cultura); 2) Occidente e Oriente (con accenni alla storia della religione, della filosofia e del diritto dell'Europa, dell'Islam, dell'India e della Cina); 3) tratti evolutivi della scienza economica occidentale, articolata lungo tre filoni, ossia, l'individualismo, l'olismo e l'istituzionalismo.

L'esame per i non frequentanti è orale.

Testi di riferimento

Tutti i materiali del corso sono reperibili presso il servizio di fotocopie e stampa della Facoltà di Economia

STORIA DELLE IMPRESE

Docente: Prof. Alberto Grandi

SSD: SECS-P/12; CFU: 9

Corsi di studio: Amministrazione e Direzione Aziendale

Obiettivi

Il corso intende ricostruire le linee evolutive dell'impresa nel mondo occidentale dalla rivoluzione industriale ai giorni nostri. Particolare attenzione verrà dedicata al caso italiano dall'unificazione agli anni del "miracolo economico", delineandone i mutamenti strutturali e organizzativi e valutandone il contributo apportato dal settore industriale allo sviluppo economico del Paese. Le linee interpretative proposte suggeriranno altresì come nel caso italiano le piccole imprese abbiano svolto un ruolo centrale in questo processo.

Sono previsti interventi e testimonianze da parte di imprenditori e amministratori di aziende.

Programma

- I caratteri e le fasi del processo di industrializzazione
- I modi di produzione prima dell'industrializzazione: i caratteri strutturali di un'economia pre-industriale e la conformazione del settore secondario. Il ruolo del mercante-imprenditore.
- La grande trasformazione: la rivoluzione industriale inglese, l'avvento del sistema di fabbrica e il sopravvento della tecnologia.
- La figura dell'imprenditore nella teoria economica e la sua evoluzione storica.
- L'evoluzione economica italiana dall'Unità alla prima guerra mondiale
- L'impresa pubblica e il caso italiano
- I nuovi paradigmi teorici nel secondo dopoguerra

Testi d'esame

- P.A. Toninelli, "Storia d'impresa", Il Mulino, 2006;
- R. Petri, "Storia economica d'Italia", Il Mulino, 2002;
- L. Gallino, "La scomparsa dell'Italia industriale", Einaudi, 2003;
- Dispense fornite dal docente durante il corso.

STORIA ECONOMICA (A-D)
ECONOMIC HISTORY

Docente: Prof. Gian Luca PODESTA'

SSD: SECS-P/12; CFU: 9

Corsi di studio: L18

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso è strutturato in due moduli:

1. Il primo intende porre in risalto e analizzare, in una prospettiva diacronica, alcune grandi tematiche di fondo concernenti l'evoluzione dei sistemi e delle istituzioni economiche, per offrire un'efficace introduzione ai temi e ai problemi affrontati dalle altre discipline studiate.
2. Il secondo delinea l'evoluzione economica dalla rivoluzione industriale inglese ai giorni nostri, enfatizzando le trasformazioni economiche, sociali e culturali indotte dall'industrializzazione e dallo sviluppo economico. La seconda parte del corso sarà dedicata alla crescente integrazione dell'economia internazionale, alle innovazioni tecnologiche e alle modificazioni dei settori economici contemporanei.

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/podesta>

Testi di riferimento

1. Antonio Di Vittorio (a cura di), Dall'espansione allo sviluppo. Una storia economica d'Europa, Torino, Giappichelli, 2011 (3ª edizione)
2. Per lo studio si consiglia di utilizzare come traccia le slide disponibili sul sito docente.

STORIA ECONOMICA (E-N)
ECONOMIC HISTORY

Docente: Prof. Claudio BARGELLI

SSD: SECS-P/12; CFU: 9

Corsi di studio: L18

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso è strutturato in due moduli:

1. Il primo intende porre in risalto e analizzare, in una prospettiva diacronica, alcune grandi tematiche di fondo concernenti l'evoluzione dei sistemi e delle istituzioni economiche, per offrire un'efficace introduzione ai temi e ai problemi affrontati dalle altre discipline studiate.
2. Il secondo delinea l'evoluzione economica dalla rivoluzione industriale inglese ai giorni nostri, enfatizzando le trasformazioni economiche, sociali e culturali indotte dall'industrializzazione e dallo sviluppo economico. La seconda parte del corso sarà dedicata alla crescente integrazione dell'economia internazionale, alle innovazioni tecnologiche e alle modificazioni dei settori economici contemporanei.

Per informazioni dettagliate sull'insegnamento (programma dettagliato, metodi didattici, modalità d'esame, eventuali letture aggiuntive, eventuali prerequisiti), consultare la pagina attivata all'indirizzo: <http://economia.unipr.it/docenti/bargelli>

Testi di riferimento

1. Antonio Di Vittorio (a cura di), Dall'espansione allo sviluppo. Una storia economica d'Europa, Torino, Giappichelli, 2011 (3ª edizione)
2. Per lo studio si consiglia di utilizzare come traccia le slide disponibili sul sito docente.

STORIA ECONOMICA (O-Z)

Docente: Prof. Stefano MAGAGNOLI

SSD:SECS-P/12; CFU:9

Corsi di studio: L18

Obiettivi

Il corso è strutturato in due moduli:

1. Il primo intende porre in risalto e analizzare, in una prospettiva diacronica, alcune grandi tematiche di fondo concernenti l'evoluzione dei sistemi e delle istituzioni economiche, in modo da consentire un'efficace introduzione ai temi e ai problemi affrontati dalle altre discipline della facoltà
2. Il secondo intende delineare l'evoluzione economica dalla rivoluzione industriale inglese ai giorni nostri, enfatizzando le straordinarie trasformazioni economiche, sociali e culturali indotte dall'industrializzazione e dallo sviluppo economico. La seconda parte del corso sarà dedicata alla crescente integrazione dell'economia internazionale, alle innovazioni tecnologiche e alle modificazioni dei settori economici contemporanei, mentre l'ultima consisterà in un approfondimento sull'economia italiana, in questo anno accademico incentrato sul trentennio postunitario.

Testi

1. Temi e problemi di storia economica, a cura dei docenti del corso (disponibile presso il centro fotocopie della Facoltà).
2. L'economia italiana: il fascismo, a cura di Gian Luca Podestà (disponibile presso il centro fotocopie della Facoltà).
- 3a. (per gli studenti italiani) Antonio Di Vittorio (a cura di), Dall'espansione allo sviluppo. Una storia economica d'Europa, Torino, Giappichelli, 2002 (o edizioni successive).
- 3b. (per gli studenti anglofoni) Antonio Di Vittorio (Ed.), An economic history of Europe. From expansion to development, London and New York, Routledge, 2006.
- 3c. (per gli studenti iberici) Antonio Di Vittorio (coord.), Historia económica de Europa. Siglos XV-XX, Barcelona, Critica, 2007.

Suggerimenti

Sono a disposizione degli studenti, su Internet e presso il centro fotocopie della Facoltà, i lucidi delle lezioni.

Modalità di accertamento

L'esame avverrà in forma scritta e verterà sull'intero programma.

TECNICA E FINANZA DELLE ASSICURAZIONI
INSURANCE TECHNIQUE AND FINANCE

Docente: Prof.ssa Annamaria OLIVIERI

SSD SECS-S/06 - CFU 6

Corsi di studio: Finanza e Risk Management

Il corso si propone di:

- presentare i principi tecnici di base delle gestioni assicurative e pensionistiche;
- esaminare i prodotti che offrono una copertura assicurativa per rischi vita e rischi non vita, le forme assicurative di risparmio previdenziale e le rendite pensionistiche.

L'obiettivo è fornire le nozioni attuariali di base per comprendere il calcolo dei premi, la formazione delle riserve, la valutazione dell'utile e l'analisi delle tradizionali azioni di risk management assicurativo.

Le conoscenze acquisite dallo studente interessano vari ruoli nell'ambito del settore assicurativo e previdenziale. All'esterno di tale settore, le conoscenze consentono una migliore comprensione dei servizi assicurativi di risk management (per aziende) o di gestione del risparmio (prodotti pensionistici individuali).

Al termine delle lezioni, nella sezione Materiali didattici sarà inserito il programma dettagliato del corso.

Informazioni varie sul corso (programma dettagliato, modalità d'esame, ecc.) sono pubblicate nella sezione Materiali didattici.

Libri di testo

Olivieri A., Pitacco E. *Introduction to insurance mathematics. Technical and financial features of risk transfers*. Springer, 2011 integrato con materiale disponibile sul sito del corso e in Ufficio Fotocopie (l'Ufficio Fotocopie della Facoltà è l'unico centro autorizzato alla distribuzione del materiale integrativo).

TEMI SPECIALI DI BILANCIO – MODULO 1

Docente: Prof.ssa Anna PETRUZZIELLO

SSD: SECS-P/07; CFU: 5

Corsi di studio: Amministrazione e Direzione Aziendale

Contenuti del corso e obiettivi formativi

Il corso si propone di approfondire l'analisi di bilancio individuandone le finalità e le metodologie di studio. Dopo aver analizzato le caratteristiche e contributo informativo fornito dal bilancio destinato a pubblicazione vengono introdotti i principali modelli di riclassificazione del bilancio e il sistema di indicatori.

La seconda parte del corso completa il processo di analisi attraverso lo studio dei flussi finanziari e monetari la cui formazione e variazione trova espressione nella costruzione del rendiconto finanziario.

Libro di testo:

Teodori C. - L'analisi di bilancio – G. Giappichelli Editore, 2008

Lecture consigliate:

Teodori C. - La costruzione e l'interpretazione del rendiconto finanziario – G. Giappichelli Editore

Teodori C. - La costruzione e l'analisi dei flussi finanziari e monetari. Il rendiconto finanziario. G. Giappichelli Editore

Materiali didattici a cura del docente

TEMI SPECIALI DI BILANCIO – MODULO 2

Docente: Prof. Marco ROSSI

SSD: SECS-P/07; CFU: 4

Corsi di studio: Amministrazione e Direzione Aziendale

Contenuti del corso

1. I principi contabili internazionali:
 - Quadro normativo, principali differenze con i principi contabili nazionali ed inizio della transizione;
 - IAS 1: Presentazione del bilancio; IFRS 1: Prima adozione degli IFRS; IAS 38: Attività immateriali; IAS 16: Immobili, impianti e macchinari; IAS 17: Leasing
 - IAS 2: Rimanenze.
2. IAS 18: Ricavi
3. IAS 37: Accantonamenti, passività e attività potenziali (Fondi)
4. IAS 12: Imposte sul reddito
5. IAS 36: Riduzione di valore delle attività (Impairment)
6. IAS 19: Benefici per i dipendenti
7. IAS 8 e 10: Cambiamenti nelle stime ed errori – Eventi successivi
8. IFRS 5: Attività non correnti possedute per la vendita e attività operative cessate
9. IAS 32, 39 e IFRS 7: Strumenti finanziari (Derivati) – Testimonianza (slide disponibili successivamente)
10. IFRS 3: Aggregazioni aziendali – Testimonianza (slide disponibili successivamente)
11. IFRS 8: Settori operativi
12. IAS 21: Effetti delle variazioni dei cambi delle valute estere
13. IAS 24: Informativa di bilancio sulle operazioni con parti correlate
14. Informativa ed Introduzione al nuovo set di principi contabili internazionali (slide disponibili successivamente)
 - IAS 27: Bilancio separato
 - IAS 28: Partecipazioni in collegate e joint venture
 - IFRS 10: Bilancio Consolidato
 - IFRS 11: Joint arrangements
 - IFRS 12: Informativa sugli investimenti detenuti in imprese (controllate/collegate)
 - IFRS 13: Fair Value Measurement
15. Documenti finali di transizione e IAS 7 – Rendiconto finanziario (slide disponibili successivamente)

Libri di testo

1) Libro di testo: Principi contabili internazionali 2012 – Il Sole 24 Ore (Testo completo e integrato dei Principi Contabili IAS/IFRS e Interpretazioni SIC/IFRIC secondo i Regolamenti (CE))
(Oggetto di esame saranno i principi affrontati a lezione e dettagliati nel programma)

2) Sul sito saranno disponibili:

- Materiali didattici a cura del docente
- REGOLAMENTO (CE) N. 1126/2008 DELLA COMMISSIONE del 3 novembre 2008 che adotta taluni principi contabili internazionali conformemente al regolamento (CE) n. 1606/2002 del Parlamento europeo e del Consiglio
- IFRIC 13 (Programmi di fidelizzazione della clientela)

(Oggetto di esame saranno i principi affrontati a lezione e dettagliati nel programma)

3) Letture consigliate (presenti sul sito):

- Guida OIC operativa
- Guida OIC operativa 2

URBAN AND LOCAL POLICIES

Teacher: Franca MIANI

SSD:M-GGR/02; CFU: 9

Courses of study: International Business and Development

Objectives of the course

Today is extremely complicated to predict and plan the future of collective interests and urban life. Deep transformation is underway both in developing countries where rapid urban growth is expected and in areas like Europe where urbanisation is consolidated. Everywhere new theory and technological innovation is attempting to identify successful strategies. The problem is not to determine whether urban growth will occur or not, but to identify the desired type of growth.

The most recent urban developments have complicated the problems involved in governing cities. Public authorities are faced with new requirements for interventions, regarding highly complex themes such as supporting local developments, social developments and integrations, the refurbishment of deteriorated urban districts, and housing policies.

The aim of the course is firstly to provide students with the skills that will enable them to understand and manage the complexity of the social and economic development of the urban and local area. Secondly will provide a theoretical approach, with examples, to models of public intervention aimed at developing urban contemporary cities.

During the course will be discussed case of studies with the involving of students.

Prerequisites

None

Course contents

From the crisis of cities to their relaunch. Culture and events in the process of urban transformation.

New policy and strategy for urban development.

Sustainable development.

Practical examples and case histories, both national and international.

Teaching methods

Lectures and case studies

Assessment methods

Written final exam

Recommended readings

To be decided