



SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

Management delle imprese - Business Management (2024)

Il corso

Codice corso: 31834

Classe di laurea: LM-77

Durata: 2 anni

Lingua: ITA, ENG

Modalità di erogazione:

Dipartimento: MANAGEMENT

Presentazione

Il Corso di Studi (CdS) in Management delle Imprese (classe LM-77) fornisce conoscenze avanzate e competenze specialistiche nell'ambito del management delle imprese, utili alla gestione ed al controllo delle problematiche connesse al governo delle imprese, pubbliche e private. Il Corso adotta un approccio multidisciplinare e poliedrico allo studio del management; in particolare le competenze e conoscenze sul management delle imprese vengono armonizzate e completate con conoscenze sull'economia, sulla statistica e gestione del rischio, nonché sulle tecniche informatiche di supporto alle decisioni. Molti insegnamenti prevedono un percorso didattico tradizionale integrato con attività di laboratorio, esercitazioni, business game e verifiche applicative. Sono, inoltre, previsti laboratori specifici ad alta specializzazione in linea con le emergenti esigenze formative (tra cui il laboratorio di soft skills, di Excel e di analisi dei dati per le decisioni d'impresa). L'approccio adottato è orientato verso una didattica innovativa e interattiva che pone al centro del processo lo studente rivisto quale elemento di congiunzione tra il corpo docente ed il sistema degli stakeholder composto da imprese, opinion leader, esperti di settore ed il sistema della consulenza e delle professioni d'impresa. Il Corso eroga un percorso formativo in lingua italiana e un percorso formativo in lingua inglese (Management). Il percorso formativo in lingua italiana è articolato in due anni. Il primo anno - comune a tutti i curricula - in linea con le normative vigenti (LM-77), comprende insegnamenti di carattere aziendale, economico, giuridico e matematico-statistico. L'obiettivo è quello di approfondire le principali strategie adottate dalle organizzazioni imprenditoriali per la creazione del valore socio-economico. Lo studente ha, in ogni caso, la possibilità di personalizzare il proprio percorso formativo, optando, tra gli insegnamenti proposti, quelli più vicini ai propri interessi. Il secondo anno si differenzia in base allo specifico curriculum scelto dallo studente. Quest'ultimo infatti, potrà scegliere tra: • Curriculum in Direzione e Gestione d'Impresa. In questo curriculum il know-how in materia di management e di strategia si mescola con la conoscenza specifica delle problematiche gestionali e delle situazioni di avvio e crisi di imprese. Si tratta di un curriculum specifico per formare le future generazioni di dirigenti di impresa, di consulenti e di esperti nel management delle imprese pubbliche e private; • Curriculum in Marketing. Il curriculum è finalizzato alla formazione di competenze e conoscenze specialistiche nel marketing strategico delle imprese con particolare riferimento alla conoscenza più avanzate in tema di comunicazione, digital marketing e ricerche di mercato; • Curriculum in Management e Sostenibilità. Il curriculum propone un percorso integrato in cui il tema del management viene rivisto alla luce delle più recenti tendenze sulla sostenibilità intesa in senso ampio. La prospettiva adottata è quella di proporre una conoscenza del management sostenibile inteso in senso sociale, economico ed ambientale. Il percorso formativo in lingua inglese - Management - offre insegnamenti di carattere aziendale, economico, giuridico e matematico-statistico, utili per un adeguato ed efficace svolgimento delle funzioni direzionali, anche in chiave internazionale. Inoltre permette di conseguire, per un numero limitato di studenti, un doppio titolo di laurea con alcune importanti e qualificate Università straniere.

Percorso formativo

[Management \(Percorso valido anche ai fini del conseguimento del doppio titolo italo-tedesco o del doppio titolo italo-statunitense\)](#)

1° anno

Insegnamento	Semestre	CFU	Lingua
MANAGEMENT 1			
BM 2			
BM 3			
BM 4			

2° anno

Insegnamento	Semestre	CFU	Lingua
10596369 COMPETITION LAW	1°	9	ENG

Obiettivi formativi

Obiettivi generali

Il corso di Competition law fornisce agli studenti le conoscenze necessarie per comprendere le regole e i principi che l'ordinamento nazionale ed europeo prevede per assicurare una sana concorrenza tra imprese. In particolare, le nozioni fornite consentono di individuare e analizzare le condotte che possono avere effetti anticoncorrenziali e i rischi conseguenti alla violazione delle regole della concorrenza. Il corso offre inoltre una conoscenza di base sul ruolo e sulle funzioni delle autorità nazionali ed europee della concorrenza. Anche attraverso lo studio di casi, esercitazioni in aula e lavori di gruppo, gli studenti acquisiranno la capacità di comprendere, analizzare e discutere testi normativi, materiali e casi giurisprudenziali e di applicare le nozioni giuridiche acquisite durante il corso alle conoscenze già maturate nelle materie economiche.

Prima parte:

Nozioni generali sul diritto della concorrenza: storia, finalità. Fondamenti economici del diritto della concorrenza; definizione del mercato e potere di mercato. Contesto istituzionale: autorità nazionali ed europee della concorrenza. Fonti del diritto europeo e nazionale della concorrenza.

Seconda parte:

- A) intese restrittive della concorrenza
- B) abuso di posizione dominante
- C) L'enforcement antitrust: principi, istituzioni competenti, poteri, procedimenti e misure

Obiettivi specifici

Il corso di Competition law fornisce agli studenti le conoscenze di base sul diritto europeo e nazionale della concorrenza. In particolare, esso consente allo studente di conoscere e analizzare le fonti normative rilevanti, comprendere e applicare concetti giuridici complessi e affrontare la lettura di casi giurisprudenziali. Inoltre, grazie al ricorso di testimonianze in aula gli studenti potranno approfondire fattispecie concrete e comprendere meglio le funzioni svolte dalle autorità della concorrenza. Attraverso lo svolgimento di esercitazioni in aula, lo studio di casi e lavori di gruppo, il corso di Competition law supporta gli studenti nell'applicazione pratica delle nozioni teoriche acquisite. Al termine del corso, gli studenti saranno in grado di conoscere non solo le basi teoriche del diritto della concorrenza e i suoi principali istituti, ma di applicarle a casi pratici e in particolare di valutare i possibili rischi che determinate condotte economiche possono comportare in una prospettiva di diritto della concorrenza.

I contenuti e le modalità di svolgimento del corso consentono di acquisire la capacità di comprendere i risvolti giuridici delle dinamiche concorrenziali. In particolare, il corso mira a sviluppare la capacità di confrontarsi con le problematiche applicative degli istituti studiati.

Il corso di Competition law mira a rafforzare le capacità di esposizione orale, con particolare riferimento alla preparazione di presentazioni e discussione in aula di casi pratici e all'uso corretto della terminologia giuridica.

Il corso garantisce l'acquisizione di un elevato livello di autonomia nella gestione dello studio e del proprio apprendimento. Questo è reso possibile attraverso la possibilità di avere accesso a materiali (linee guida, comunicazioni della Commissione, articoli scientifici, casi giurisprudenziali) e scegliere in autonomia singoli temi da approfondire.

Insegnamento	Semestre	CFU	Lingua
10600198 CORPORATE GOVERNANCE	1°	9	ENG

Obiettivi formativi

OBIETTIVI GENERALI

Il corso di Corporate Governance fornisce agli studenti conoscenze di base su concetti, strumenti e sistemi per il governo dell'impresa, con particolare riguardo al ruolo della proprietà e del management ed ai rapporti che ne discendono (Modulo Fondamenti). Attraverso lo studio di casi, esercitazioni in aula e lavori di gruppo (Modulo Casi e Applicazioni), gli studenti potranno acquisire conoscenze teoriche tanto nell'applicazione dei sistemi e metodi di governo dell'impresa, quanto nella comprensione dei meccanismi relazionali tra gli attori dell'impresa.

OBIETTIVI SPECIFICI

Conoscenze e capacità di comprensione: Il corso di Corporate Governance fornisce agli studenti le conoscenze di base sui concetti e gli strumenti moderni della corporate governance. In particolare, esso consente allo studente di:

- Nel modulo Fondamenti: i) comprendere le teorie manageriali alla base della corporate governance, nonché gli strumenti e le tecniche volte al riallineamento dei comportamenti manageriali (ad esempio politiche di remunerazione); ii) applicare le conoscenze acquisite nell'ambito della struttura degli organi di governo e di controllo con riferimento ai differenti provvedimenti normativi nazionali (Common Law/Civil Law);
- Nel modulo Casi e Applicazioni: i) comunicare e mettere in atto le competenze acquisite in primarie società di consulenza aziendale al fine di analizzare le relazioni di coerenza tra le scelte strategiche, di assetto proprietario e di governance, individuandone i relativi punti di forza e le criticità; ii) proseguire e valorizzare, in maniera autonoma, nel corso della propria vita professionale, gli strumenti e le tecniche di governo dell'impresa, con particolare riferimento ai meccanismi relativi alla corporate governance (remuneration policy; meccanismi di audit, etc.)

Capacità applicative: Durante il corso saranno svolte esercitazioni in aula, business game e lavori di gruppo, simulando il funzionamento di Consigli di Amministrazione, di delibere assembleari e di meccanismi di remunerazione e premialità dei dirigenti. In particolare il corso di Corporate Governance supporta gli studenti nell'applicazione pratica della conoscenza relative al funzionamento degli organi di governo (CdA e Assemblee), nonché dei meccanismi di controllo tra proprietà e management. Al termine del corso, lo studente sarà in grado di conoscere ed interpretare in maniera critica i complessi fenomeni della corporate governance, maturando così le capacità di analizzare e comprendere le interconnessioni tra assetti proprietari, assetti di governance, condotte aziendali e dinamiche di creazione e distribuzione del valore. Le capacità applicative saranno oltremodo sviluppate anche grazie ad una variegata combinazione di modelli didattici, tra i quali: a) testimonianze in aula di Ceo di aziende italiane e straniere, di dirigenti di enti pubblici o privati, di studiosi di corporate governance internazionale; b) seminari integrativi; c) laboratori di simulazione di Consigli di Amministrazione ed Assemblee; d) flipped classroom in cui gli studenti, con l'ausilio di strumenti multimediali, apprenderanno in modo autonomo, presentando poi al docente i risultati delle proprie esercitazioni e/o progetti.

COMPETENZE TRASVERSALI

Capacità critiche e di giudizio: I contenuti e le modalità di svolgimento del corso consentono di favorire l'autonomia di giudizio e la capacità di problem solving degli studenti. In particolare, il corso punta allo sviluppo di un metodo interattivo attraverso la somministrazione di un questionario interno attraverso il quale vengono rilevate le aspettative e le capacità di apprendimento dell'aula sulla base delle quali saranno in corso integrate le modalità di erogazione d'aula. Si punta, inoltre, ad una maggiore autonomia di giudizio (making judgements) degli studenti attraverso attività di business game che proiettano gli stessi in una "competizione" volta ad esaltare le dinamiche di problem solving e decision making, nonché a dare concreta applicazione alle nozioni teoriche del corso. Infine, attraverso la discussione di specifici casi di successo e di fallimento dei meccanismi di governo dell'impresa, lo studente potrà migliorare la propria capacità di giudizio e di analisi critica in relazione alla complessità del ruolo dell'impresa e dell'imprenditore all'interno della società. Tutto ciò metterà alla prova gli studenti nella capacità di raccogliere ed interpretare dati utili a determinare giudizi in forma autonoma, compresa la riflessione su temi sociali, scientifici o etici ad essi connessi.

Capacità comunicative: Il corso di Corporate Governance mira a sviluppare abilità comunicative (communication skills) di quanto si è appreso durante il corso rafforzando le capacità di esposizione orale degli studenti, con particolare riferimento alle abilità di comunicare informazioni, idee, problemi e soluzioni a interlocutori specialisti. I business game ideati con l'aiuto di una società di consulenza specializzata nel settore della corporate governance sono finalizzati a questo scopo, consentendo, ad esempio, di comunicare ed illustrare le conoscenze acquisite ed i progetti realizzati in team work ad interlocutori specializzati sulle tematiche trattate. Lo sviluppo di abilità comunicative e di lavoro di gruppo sarà ulteriormente stimolato, nell'ambito delle simulazioni di CdA e/o di Assemblee societarie, attraverso l'organizzazione di sedute di role playing e di successiva autovalutazione (auto assessment) a metà corso e al termine dello stesso.

Capacità di apprendimento: Il corso garantisce l'acquisizione di un elevato livello di autonomia nella gestione dello studio e del proprio apprendimento. In particolare durante il corso saranno fornite metodologie e tecniche utili a proseguire lo studio in modo autonomo in altre discipline o tematiche, come ad esempio per la preparazione della tesi di laurea o di altre prove.

Insegnamento	Semestre	CFU	Lingua
CORPORATE GOVERNANCE - CASES AND APPLICATIONS	1 ^o	3	ENG

Obiettivi formativi

OBIETTIVI GENERALI

Il corso di Corporate Governance fornisce agli studenti conoscenze di base su concetti, strumenti e sistemi per il governo dell'impresa, con particolare riguardo al ruolo della proprietà e del management ed ai rapporti che ne discendono. Attraverso lo studio di casi, esercitazioni in aula e lavori di gruppo, gli studenti potranno acquisire conoscenze teoriche tanto nell'applicazione dei sistemi e metodi di governo dell'impresa, quanto nella comprensione dei meccanismi relazionali tra gli attori dell'impresa.

OBIETTIVI SPECIFICI

Conoscenze e capacità di comprensione: Il corso di Corporate Governance fornisce agli studenti le conoscenze di base sui concetti e gli strumenti moderni della corporate governance. In particolare, esso consente allo studente di:

- comprendere le teorie manageriali alla base della corporate governance, nonché gli strumenti e le tecniche volte al riallineamento dei comportamenti manageriali (ad esempio politiche di remunerazione);
- applicare le conoscenze acquisite nell'ambito della struttura degli organi di governo e di controllo con riferimento ai differenti provvedimenti normativi nazionali (Common Law/Civil Law);
- comunicare e mettere in atto le competenze acquisite in primarie società di consulenza aziendale al fine di analizzare le relazioni di coerenza tra le scelte strategiche, di assetto proprietario e di governance, individuandone i relativi punti di forza e le criticità;
- proseguire e valorizzare, in maniera autonoma, nel corso della propria vita professionale, gli strumenti e le tecniche di governo dell'impresa, con particolare riferimento ai meccanismi relativi alla corporate governance (remuneration policy; meccanismi di audit, etc.)

Capacità applicative: Durante il corso saranno svolte esercitazioni in aula, business game e lavori di gruppo, simulando il funzionamento di Consigli di Amministrazione, di delibere assembleari e di meccanismi di remunerazione e premialità dei dirigenti. In particolare il corso di Corporate Governance supporta gli studenti nell'applicazione pratica della conoscenza relative al funzionamento degli organi di governo (CdA e Assemblee), nonché dei meccanismi di controllo tra proprietà e management. Al termine del corso, lo studente sarà in grado di conoscere ed interpretare in maniera critica i complessi fenomeni della corporate governance, maturando così le capacità di analizzare e comprendere le interconnessioni tra assetti proprietari, assetti di governance, condotte aziendali e dinamiche di creazione e distribuzione del valore. Le capacità applicative saranno oltremodo sviluppate anche grazie ad una variegata combinazione di modelli didattici, tra i quali: a) testimonianze in aula di Ceo di aziende italiane e straniere, di dirigenti di enti pubblici o privati, di studiosi di corporate governance internazionale; b) seminari integrativi; c) laboratori di simulazione di Consigli di Amministrazione ed Assemblee; d) flipped classroom in cui gli studenti, con l'ausilio di strumenti multimediali, apprenderanno in modo autonomo, presentando poi al docente i risultati delle proprie esercitazioni e/o progetti.

COMPETENZE TRASVERSALI

Capacità critiche e di giudizio: I contenuti e le modalità di svolgimento del corso consentono di favorire l'autonomia di giudizio e la capacità di problem solving degli studenti. In particolare, il corso punta allo sviluppo di un metodo interattivo attraverso la somministrazione di un questionario interno attraverso il quale vengono rilevate le aspettative e le capacità di apprendimento dell'aula sulla base delle quali saranno in corso integrate le modalità di erogazione d'aula. Si punta, inoltre, ad una maggiore autonomia di giudizio (making judgements) degli studenti attraverso attività di business game che proiettano gli stessi in una "competizione" volta ad esaltare le dinamiche di problem solving e decision making, nonché a dare concreta applicazione alle nozioni teoriche del corso. Infine, attraverso la discussione di specifici casi di successo e di fallimento dei meccanismi di governo dell'impresa, lo studente potrà migliorare la propria capacità di giudizio e di analisi critica in relazione alla complessità del ruolo dell'impresa e dell'imprenditore all'interno della società. Tutto ciò metterà alla prova gli studenti nella capacità di raccogliere ed interpretare dati utili a determinare giudizi in forma autonoma, compresa la riflessione su temi sociali, scientifici o etici ad essi connessi.

Capacità comunicative: Il corso di Corporate Governance mira a sviluppare abilità comunicative (communication skills) di quanto si è appreso durante il corso rafforzando le capacità di esposizione orale degli studenti, con particolare riferimento alle abilità di comunicare informazioni, idee, problemi e soluzioni a interlocutori specialisti. I business game ideati con l'aiuto di una società di consulenza specializzata nel settore della corporate governance sono finalizzati a questo scopo, consentendo, ad esempio, di comunicare ed illustrare le conoscenze acquisite ed i progetti realizzati in team work ad interlocutori specializzati sulle tematiche trattate. Lo sviluppo di abilità comunicative e di lavoro di gruppo sarà ulteriormente stimolato, nell'ambito delle simulazioni di CdA e/o di Assemblee societarie, attraverso l'organizzazione di sedute di role playing e di successiva autovalutazione (auto assessment) a metà corso e al termine dello stesso.

Capacità di apprendimento: Il corso garantisce l'acquisizione di un elevato livello di autonomia nella gestione dello studio e del proprio apprendimento. In particolare durante il corso saranno fornite metodologie e tecniche utili a proseguire lo studio in modo autonomo in altre discipline o tematiche, come ad esempio per la preparazione della tesi di laurea o di altre prove.

Insegnamento	Semestre	CFU	Lingua
CORPORATE GOVERNANCE - FOUNDATIONS	1°	6	ENG

Obiettivi formativi

OBIETTIVI GENERALI

Il corso di Corporate Governance fornisce agli studenti conoscenze di base su concetti, strumenti e sistemi per il governo dell'impresa, con particolare riguardo al ruolo della proprietà e del management ed ai rapporti che ne discendono. Attraverso lo studio di casi, esercitazioni in aula e lavori di gruppo, gli studenti potranno acquisire conoscenze teoriche tanto nell'applicazione dei sistemi e metodi di governo dell'impresa, quanto nella comprensione dei meccanismi relazionali tra gli attori dell'impresa.

OBIETTIVI SPECIFICI

Conoscenze e capacità di comprensione: Il corso di Corporate Governance fornisce agli studenti le conoscenze di base sui concetti e gli strumenti moderni della corporate governance. In particolare, esso consente allo studente di:

- comprendere le teorie manageriali alla base della corporate governance, nonché gli strumenti e le tecniche volte al riallineamento dei comportamenti manageriali (ad esempio politiche di remunerazione);
- applicare le conoscenze acquisite nell'ambito della struttura degli organi di governo e di controllo con riferimento ai differenti provvedimenti normativi nazionali (Common Law/Civil Law);
- comunicare e mettere in atto le competenze acquisite in primarie società di consulenza aziendale al fine di analizzare le relazioni di coerenza tra le scelte strategiche, di assetto proprietario e di governance, individuandone i relativi punti di forza e le criticità;
- proseguire e valorizzare, in maniera autonoma, nel corso della propria vita professionale, gli strumenti e le tecniche di governo dell'impresa, con particolare riferimento ai meccanismi relativi alla corporate governance (remuneration policy; meccanismi di audit, etc.)

Capacità applicative: Durante il corso saranno svolte esercitazioni in aula, business game e lavori di gruppo, simulando il funzionamento di Consigli di Amministrazione, di delibere assembleari e di meccanismi di remunerazione e premialità dei dirigenti. In particolare il corso di Corporate Governance supporta gli studenti nell'applicazione pratica della conoscenza relative al funzionamento degli organi di governo (CdA e Assemblee), nonché dei meccanismi di controllo tra proprietà e management. Al termine del corso, lo studente sarà in grado di conoscere ed interpretare in maniera critica i complessi fenomeni della corporate governance, maturando così le capacità di analizzare e comprendere le interconnessioni tra assetti proprietari, assetti di governance, condotte aziendali e dinamiche di creazione e distribuzione del valore. Le capacità applicative saranno oltremodo sviluppate anche grazie ad una variegata combinazione di modelli didattici, tra i quali: a) testimonianze in aula di Ceo di aziende italiane e straniere, di dirigenti di enti pubblici o privati, di studiosi di corporate governance internazionale; b) seminari integrativi; c) laboratori di simulazione di Consigli di Amministrazione ed Assemblee; d) flipped classroom in cui gli studenti, con l'ausilio di strumenti multimediali, apprenderanno in modo autonomo, presentando poi al docente i risultati delle proprie esercitazioni e/o progetti.

COMPETENZE TRASVERSALI

Capacità critiche e di giudizio: I contenuti e le modalità di svolgimento del corso consentono di favorire l'autonomia di giudizio e la capacità di problem solving degli studenti. In particolare, il corso punta allo sviluppo di un metodo interattivo attraverso la somministrazione di un questionario interno attraverso il quale vengono rilevate le aspettative e le capacità di apprendimento dell'aula sulla base delle quali saranno in corso integrate le modalità di erogazione d'aula. Si punta, inoltre, ad una maggiore autonomia di giudizio (making judgements) degli studenti attraverso attività di business game che proiettano gli stessi in una "competizione" volta ad esaltare le dinamiche di problem solving e decision making, nonché a dare concreta applicazione alle nozioni teoriche del corso. Infine, attraverso la discussione di specifici casi di successo e di fallimento dei meccanismi di governo dell'impresa, lo studente potrà migliorare la propria capacità di giudizio e di analisi critica in relazione alla complessità del ruolo dell'impresa e dell'imprenditore all'interno della società. Tutto ciò metterà alla prova gli studenti nella capacità di raccogliere ed interpretare dati utili a determinare giudizi in forma autonoma, compresa la riflessione su temi sociali, scientifici o etici ad essi connessi.

Capacità comunicative: Il corso di Corporate Governance mira a sviluppare abilità comunicative (communication skills) di quanto si è appreso durante il corso rafforzando le capacità di esposizione orale degli studenti, con particolare riferimento alle abilità di comunicare informazioni, idee, problemi e soluzioni a interlocutori specialisti. I business game ideati con l'aiuto di una società di consulenza specializzata nel settore della corporate governance sono finalizzati a questo scopo, consentendo, ad esempio, di comunicare ed illustrare le conoscenze acquisite ed i progetti realizzati in team work ad interlocutori specializzati sulle tematiche trattate. Lo sviluppo di abilità comunicative e di lavoro di gruppo sarà ulteriormente stimolato, nell'ambito delle simulazioni di CdA e/o di Assemblee societarie, attraverso l'organizzazione di sedute di role playing e di successiva autovalutazione (auto assessment) a metà corso e al termine dello stesso.

Capacità di apprendimento: Il corso garantisce l'acquisizione di un elevato livello di autonomia nella gestione dello studio e del proprio apprendimento. In particolare durante il corso saranno fornite metodologie e tecniche utili a proseguire lo studio in modo autonomo in altre discipline o tematiche, come ad esempio per la preparazione della tesi di laurea o di altre prove.

Insegnamento	Semestre	CFU	Lingua
A SCELTA DELLO STUDENTE	2°	9	ENG
AAF1574 DISSERTATION	2°	18	ENG

Obiettivi formativi

Il candidato dovrà produrre un elaborato originale a carattere preferibilmente sperimentale, supportato da adeguato corredo cartografico e iconografico, attraverso cui dimostri di aver acquisito la capacità di gestire ed elaborare autonomamente le competenze teoriche e metodologiche maturate nel corso di studio, con particolare riferimento alla ricerca delle fonti e delle informazioni bibliografiche e cartografiche, alla gestione ed elaborazione deidati statistici, all'esposizione di riflessioni critiche e personali, alla traduzione ed estensionedelle esperienze maturate nell'ambito degli stage e dei tirocini frequentati

MANAGEMENT 2
MANAGEMENT 3

Marketing

1° anno

Insegnamento	Semestre	CFU	Lingua
MARK 1 - MS 1			
M3 - MS3 - DGI3			
M4 - MS4 - DGI4			
M2 - MS2 - DGI2			

2° anno

Insegnamento	Semestre	CFU	Lingua
10592540 CORPORATE AND MARKETING COMMUNICATION	1°	9	ITA

Insegnamento**Semestre****CFU****Lingua****Obiettivi formativi**

Obiettivi formativi del corso

Il management della comunicazione rappresenta un elemento fondamentale nel governo delle imprese, alla continua ricerca di consenso e di legittimazione nel loro contesto di riferimento. Il corso affronta il tema del governo della comunicazione d'impresa, con particolare riferimento alla comunicazione di marketing, sotto il profilo teorico, degli strumenti manageriali e delle tecniche operative, anche attraverso il sistematico ricorso a casi studio e a project work.

Conoscenza e capacità di comprensione

Il corso intende trasferire le conoscenze e le competenze atte a pianificare, gestire e valutare i processi di comunicazione d'impresa e di comunicazione di marketing.

Capacità applicative

L'acquisizione di tali conoscenze e competenze deve trovare concreta applicazione nello sviluppo di capacità applicative utili nella predisposizione di un piano di comunicazione integrata (tradizionale e digitale).

Nello svolgimento del piano, si potranno applicare le nozioni teoriche proposte in aula e sviluppare capacità di analisi del contesto competitivo di comunicazione, di pensiero strategico e di sviluppo di iniziative operative. Infine, gli studenti dovranno maturare le conoscenze necessarie per la predisposizione di budget di comunicazione.

Autonomia di giudizio

Il corso si propone di sviluppare una capacità critica di giudizio degli stimoli di comunicazione istituzionale e di marketing; gli allievi dovranno essere in grado di riconoscere obiettivi, destinatari, tipologie di strategia creativa alla base delle diverse forme comunicative.

Abilità nella comunicazione

Il corso si propone di sviluppare negli studenti la capacità di comunicare in maniera efficace le loro idee durante le lezioni stimolando le interazioni e di saper presentare il piano di comunicazione in aula di fronte ai colleghi, lavorando oltre che sui contenuti proposti, anche sulle capacità di public speaking.

Capacità di apprendere

Attraverso il ricorso a numerosi esempi, case histories e testimonianze, gli studenti potranno studiare in modo autonomo, ricorrendo a esempi personali che dimostrino l'assimilazione dei concetti teorici approfonditi in aula.

CORPORATE AND
MARKETING
COMMUNICATION -
FONDAMENTI

1°

6

ITA

Insegnamento**Semestre****CFU****Lingua****Obiettivi formativi**

Il management della comunicazione rappresenta un elemento fondamentale nel governo delle imprese, alla continua ricerca di consenso e di legittimazione nel loro contesto di riferimento. Il corso affronta il tema del governo della comunicazione d'impresa, con particolare riferimento alla comunicazione di marketing, sotto il profilo teorico, degli strumenti manageriali e delle tecniche operative, anche attraverso il sistematico ricorso a casi studio e a project work.

Conoscenza e capacità di comprensione

Il corso intende trasferire le conoscenze e le competenze atte a pianificare, gestire e valutare i processi di comunicazione d'impresa e di comunicazione di marketing.

Capacità applicative

L'acquisizione di tali conoscenze e competenze deve trovare concreta applicazione nello sviluppo di capacità applicative utili nella predisposizione di un piano di comunicazione integrata (tradizionale e digitale).

Nello svolgimento del piano, si potranno applicare le nozioni teoriche proposte in aula e sviluppare capacità di analisi del contesto competitivo di comunicazione, di pensiero strategico e di sviluppo di iniziative operative. Infine, gli studenti dovranno maturare le conoscenze necessarie per la predisposizione di budget di comunicazione.

Autonomia di giudizio

Il corso si propone di sviluppare una capacità critica di giudizio degli stimoli di comunicazione istituzionale e di marketing; gli allievi dovranno essere in grado di riconoscere obiettivi, destinatari, tipologie di strategia creativa alla base delle diverse forme comunicative.

Abilità nella comunicazione

Il corso si propone di sviluppare negli studenti la capacità di comunicare in maniera efficace le loro idee durante le lezioni stimolando le interazioni e di saper presentare il piano di comunicazione in aula di fronte ai colleghi, lavorando oltre che sui contenuti proposti, anche sulle capacità di public speaking.

Capacità di apprendere

Attraverso il ricorso a numerosi esempi, case histories e testimonianze, gli studenti potranno studiare in modo autonomo, ricorrendo a esempi personali che dimostrino l'assimilazione dei concetti teorici approfonditi in aula.

**CORPORATE AND
MARKETING
COMMUNICATION -
CASI E APPLICAZIONI**

1°

3

ITA

Insegnamento**Semestre****CFU****Lingua****Obiettivi formativi**

Obiettivi formativi del corso

Il management della comunicazione rappresenta un elemento fondamentale nel governo delle imprese, alla continua ricerca di consenso e di legittimazione nel loro contesto di riferimento. Il corso affronta il tema del governo della comunicazione d'impresa, con particolare riferimento alla comunicazione di marketing, sotto il profilo teorico, degli strumenti manageriali e delle tecniche operative, anche attraverso il sistematico ricorso a casi studio e a project work.

Conoscenza e capacità di comprensione

Il corso intende trasferire le conoscenze e le competenze atte a pianificare, gestire e valutare i processi di comunicazione d'impresa e di comunicazione di marketing.

Capacità applicative

L'acquisizione di tali conoscenze e competenze deve trovare concreta applicazione nello sviluppo di capacità applicative utili nella predisposizione di un piano di comunicazione integrata (tradizionale e digitale).

Nello svolgimento del piano, si potranno applicare le nozioni teoriche proposte in aula e sviluppare capacità di analisi del contesto competitivo di comunicazione, di pensiero strategico e di sviluppo di iniziative operative. Infine, gli studenti dovranno maturare le conoscenze necessarie per la predisposizione di budget di comunicazione.

Autonomia di giudizio

Il corso si propone di sviluppare una capacità critica di giudizio degli stimoli di comunicazione istituzionale e di marketing; gli allievi dovranno essere in grado di riconoscere obiettivi, destinatari, tipologie di strategia creativa alla base delle diverse forme comunicative.

Abilità nella comunicazione

Il corso si propone di sviluppare negli studenti la capacità di comunicare in maniera efficace le loro idee durante le lezioni stimolando le interazioni e di saper presentare il piano di comunicazione in aula di fronte ai colleghi, lavorando oltre che sui contenuti proposti, anche sulle capacità di public speaking.

Capacità di apprendere

Attraverso il ricorso a numerosi esempi, case histories e testimonianze, gli studenti potranno studiare in modo autonomo, ricorrendo a esempi personali che dimostrino l'assimilazione dei concetti teorici approfonditi in aula.

1044459 | DIGITAL
MARKETING

1°

9

ITA

Insegnamento	Semestre	CFU	Lingua
Obiettivi formativi			
Obiettivi generali			
Il corso ha l'obiettivo di fornire un ampio e aggiornato quadro conoscitivo sulla rivoluzione digitale e il conseguente cambiamento dei tradizionali approcci di marketing management. Attraverso lo studio di modelli teorici e casi pratici, la partecipazione a lavori di gruppo e l'incontro con consulenti e manager attivi nei contesti digitali, il corso consentirà agli allievi di sviluppare competenze ormai necessarie per i professionisti del marketing al fine dell'efficace utilizzo delle tecnologie digitali.			
1) Conoscenza e capacità di comprensione			
Il corso intende trasferire le fondamentali conoscenze relative a: lo scenario dell'economia digitale e della trasformazione digitale, le strategie di digital marketing e i principali ambiti operativi (es. digital metrics, digital advertising, e-commerce, mobile marketing).			
2) Capacità applicative			
L'acquisizione di tali conoscenze trova concreta applicazione nello sviluppo di competenze relative alla pianificazione e misurazione di un piano di digital marketing, che si integri con le attività offline.			
Nell'elaborazione del piano, si potranno applicare le nozioni teoriche proposte in aula e sviluppare capacità di analisi strategica, di sviluppo di iniziative operative e di misurazione dei risultati.			
3) Autonomia di giudizio			
Il corso ha l'obiettivo di sviluppare una capacità critica di giudizio delle strategie e attività operative di digital marketing, integrando le conoscenze e gestendo la complessità.			
4) Abilità nella comunicazione			
Il corso ha l'obiettivo di sviluppare capacità di comunicare in maniera efficace idee e conoscenze durante le lezioni stimolando le interazioni e di saper presentare un piano di digital marketing in aula di fronte ai colleghi, lavorando oltre che sui contenuti proposti, anche sulle capacità di public speaking.			
5) Capacità di apprendere			
Attraverso il ricorso a numerosi incontri con esperti di digital marketing, lo studio di significative best practice e casi di studio, come pure attraverso l'analisi di alcuni modelli concettuali di base, gli studenti svilupperanno la capacità di proseguire lo studio del digital marketing in autonomia.			
A SCELTA DELLO STUDENTE	2°	9	ITA
AAF1016 PROVA FINALE	2°	18	ITA
Obiettivi formativi			
Il candidato dovrà produrre un elaborato originale a carattere preferibilmente sperimentale, supportato da adeguato corredo cartografico e iconografico, attraverso cui dimostri di aver acquisito la capacità di gestire ed elaborare autonomamente le competenze teoriche e metodologiche maturate nel corso di studio, con particolare riferimento alla ricerca delle fonti e delle informazioni bibliografiche e cartografiche, alla gestione ed elaborazione dei dati statistici, all'esposizione di riflessioni critiche e personali, alla traduzione ed estensione delle esperienze maturate nell'ambito degli stage e dei tirocini frequentati			
Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro - Mark			
M3			

Management e sostenibilità

1° anno

Insegnamento	Semestre	CFU	Lingua
MARK 1 - MS 1			
M3 - MS3 - DGI3			

Insegnamento	Semestre	CFU	Lingua
M2 - MS2 - DGI2			
M4 - MS4 - DGI4			

2° anno

Insegnamento	Semestre	CFU	Lingua
A SCELTA DELLO STUDENTE	1°	9	ITA
AAF1016 PROVA FINALE	2°	18	ITA

Obiettivi formativi

Il candidato dovrà produrre un elaborato originale a carattere preferibilmente sperimentale, supportato da adeguato corredo cartografico e iconografico, attraverso cui dimostri di aver acquisito la capacità di gestire ed elaborare autonomamente le competenze teoriche e metodologiche maturate nel corso di studio, con particolare riferimento alla ricerca delle fonti e delle informazioni bibliografiche e cartografiche, alla gestione ed elaborazione deidati statistici, all'esposizione di riflessioni critiche e personali, alla traduzione ed estensionedelle esperienze maturate nell'ambito degli stage e dei tirocini frequentati

MS 5

Sostenibilita'

Sostenibilità 2

Direzione e gestione d'impresa

1° anno

Insegnamento	Semestre	CFU	Lingua
DGI 1			
M3 - MS3 - DGI3			
M2 - MS2 - DGI2			
M4 - MS4 - DGI4			

2° anno

Insegnamento	Semestre	CFU	Lingua
10600305 CORPORATE GOVERNANCE	1°	9	ITA

Obiettivi formativi**OBIETTIVI GENERALI**

Il corso di Corporate Governance fornisce agli studenti conoscenze di base su concetti, strumenti e sistemi per il governo dell'impresa, con particolare riguardo al ruolo della proprietà e del management ed ai rapporti che ne discendono. Attraverso lo studio di casi, esercitazioni in aula e lavori di gruppo, gli studenti potranno acquisire conoscenze teoriche tanto nell'applicazione dei sistemi e metodi di governo dell'impresa, quanto nella comprensione dei meccanismi relazionali tra gli attori dell'impresa.

OBIETTIVI SPECIFICI

Conoscenze e capacità di comprensione: Il corso di Corporate Governance fornisce agli studenti le conoscenze di base sui concetti e gli strumenti moderni della corporate governance. In particolare, esso consente allo studente di:

- comprendere le teorie manageriali alla base della corporate governance, nonché gli strumenti e le tecniche volte al riallineamento dei comportamenti manageriali (ad esempio politiche di remunerazione);
- applicare le conoscenze acquisite nell'ambito della struttura degli organi di governo e di controllo con riferimento ai differenti provvedimenti normativi nazionali (Common Law/Civil Law);
- comunicare e mettere in atto le competenze acquisite in primarie società di consulenza aziendale al fine di analizzare le relazioni di coerenza tra le scelte strategiche, di assetto proprietario e di governance, individuandone i relativi punti di forza e le criticità;
- proseguire e valorizzare, in maniera autonoma, nel corso della propria vita professionale, gli strumenti e le tecniche di governo dell'impresa, con particolare riferimento ai meccanismi relativi alla corporate governance (remuneration policy; meccanismi di audit, etc.)

Capacità applicative: Durante il corso saranno svolte esercitazioni in aula, business game e lavori di gruppo, simulando il funzionamento di Consigli di Amministrazione, di delibere assembleari e di meccanismi di remunerazione e premialità dei dirigenti. In particolare il corso di Corporate Governance supporta gli studenti nell'applicazione pratica della conoscenza relative al funzionamento degli organi di governo (CdA e Assemblee), nonché dei meccanismi di controllo tra proprietà e management. Al termine del corso, lo studente sarà in grado di conoscere ed interpretare in maniera critica i complessi fenomeni della corporate governance, maturando così le capacità di analizzare e comprendere le interconnessioni tra assetti proprietari, assetti di governance, condotte aziendali e dinamiche di creazione e distribuzione del valore. Le capacità applicative saranno oltremodo sviluppate anche grazie ad una variegata combinazione di modelli didattici, tra i quali: a) testimonianze in aula di Ceo di aziende italiane e straniere, di dirigenti di enti pubblici o privati, di studiosi di corporate governance internazionale; b) seminari integrativi; c) laboratori di simulazione di Consigli di Amministrazione ed Assemblee; d) flipped classroom in cui gli studenti, con l'ausilio di strumenti multimediali, apprenderanno in modo autonomo, presentando poi al docente i risultati delle proprie esercitazioni e/o progetti.

COMPETENZE TRASVERSALI

Capacità critiche e di giudizio: I contenuti e le modalità di svolgimento del corso consentono di favorire l'autonomia di giudizio e la capacità di problem solving degli studenti. In particolare, il corso punta allo sviluppo di un metodo interattivo attraverso la somministrazione di un questionario interno attraverso il quale vengono rilevate le aspettative e le capacità di apprendimento dell'aula sulla base delle quali saranno in corso integrate le modalità di erogazione d'aula. Si punta, inoltre, ad una maggiore autonomia di giudizio (making judgements) degli studenti attraverso attività di business game che proiettano gli stessi in una "competizione" volta ad esaltare le dinamiche di problem solving e decision making, nonché a dare concreta applicazione alle nozioni teoriche del corso. Infine, attraverso la discussione di specifici casi di successo e di fallimento dei meccanismi di governo dell'impresa, lo studente potrà migliorare la propria capacità di giudizio e di analisi critica in relazione alla complessità del ruolo dell'impresa e dell'imprenditore all'interno della società. Tutto ciò metterà alla prova gli studenti nella capacità di raccogliere ed interpretare dati utili a determinare giudizi in forma autonoma, compresa la riflessione su temi sociali, scientifici o etici ad essi connessi.

Capacità comunicative: Il corso di Corporate Governance mira a sviluppare abilità comunicative (communication skills) di quanto si è appreso durante il corso rafforzando le capacità di esposizione orale degli studenti, con particolare riferimento alle abilità di comunicare informazioni, idee, problemi e soluzioni a interlocutori specialisti. I business game ideati con l'aiuto di una società di consulenza specializzata nel settore della corporate governance sono finalizzati a questo scopo, consentendo, ad esempio, di comunicare ed illustrare le conoscenze acquisite ed i progetti realizzati in team work ad interlocutori specializzati sulle tematiche trattate. Lo sviluppo di abilità comunicative e di lavoro di gruppo sarà ulteriormente stimolato, nell'ambito delle simulazioni di CdA e/o di Assemblee societarie, attraverso l'organizzazione di sedute di role playing e di successiva autovalutazione (auto assessment) a metà corso e al termine dello stesso.

Capacità di apprendimento: Il corso garantisce l'acquisizione di un elevato livello di autonomia nella gestione dello studio e del proprio apprendimento. In particolare durante il corso saranno fornite metodologie e tecniche utili a proseguire lo studio in modo autonomo in altre discipline o tematiche, come ad esempio per la preparazione della tesi di laurea o di altre prove.

Obiettivi formativi**OBIETTIVI GENERALI**

Il corso di Corporate Governance fornisce agli studenti conoscenze di base su concetti, strumenti e sistemi per il governo dell'impresa, con particolare riguardo al ruolo della proprietà e del management ed ai rapporti che ne discendono. Attraverso lo studio di casi, esercitazioni in aula e lavori di gruppo, gli studenti potranno acquisire conoscenze teoriche tanto nell'applicazione dei sistemi e metodi di governo dell'impresa, quanto nella comprensione dei meccanismi relazionali tra gli attori dell'impresa.

OBIETTIVI SPECIFICI

Conoscenze e capacità di comprensione: Il corso di Corporate Governance fornisce agli studenti le conoscenze di base sui concetti e gli strumenti moderni della corporate governance. In particolare, esso consente allo studente di:

- comprendere le teorie manageriali alla base della corporate governance, nonché gli strumenti e le tecniche volte al riallineamento dei comportamenti manageriali (ad esempio politiche di remunerazione);
- applicare le conoscenze acquisite nell'ambito della struttura degli organi di governo e di controllo con riferimento ai differenti provvedimenti normativi nazionali (Common Law/Civil Law);
- comunicare e mettere in atto le competenze acquisite in primarie società di consulenza aziendale al fine di analizzare le relazioni di coerenza tra le scelte strategiche, di assetto proprietario e di governance, individuandone i relativi punti di forza e le criticità;
- proseguire e valorizzare, in maniera autonoma, nel corso della propria vita professionale, gli strumenti e le tecniche di governo dell'impresa, con particolare riferimento ai meccanismi relativi alla corporate governance (remuneration policy; meccanismi di audit, etc.)

Capacità applicative: Durante il corso saranno svolte esercitazioni in aula, business game e lavori di gruppo, simulando il funzionamento di Consigli di Amministrazione, di delibere assembleari e di meccanismi di remunerazione e premialità dei dirigenti. In particolare il corso di Corporate Governance supporta gli studenti nell'applicazione pratica della conoscenza relative al funzionamento degli organi di governo (CdA e Assemblee), nonché dei meccanismi di controllo tra proprietà e management. Al termine del corso, lo studente sarà in grado di conoscere ed interpretare in maniera critica i complessi fenomeni della corporate governance, maturando così le capacità di analizzare e comprendere le interconnessioni tra assetti proprietari, assetti di governance, condotte aziendali e dinamiche di creazione e distribuzione del valore. Le capacità applicative saranno oltremodo sviluppate anche grazie ad una variegata combinazione di modelli didattici, tra i quali: a) testimonianze in aula di Ceo di aziende italiane e straniere, di dirigenti di enti pubblici o privati, di studiosi di corporate governance internazionale; b) seminari integrativi; c) laboratori di simulazione di Consigli di Amministrazione ed Assemblee; d) flipped classroom in cui gli studenti, con l'ausilio di strumenti multimediali, apprenderanno in modo autonomo, presentando poi al docente i risultati delle proprie esercitazioni e/o progetti.

COMPETENZE TRASVERSALI

Capacità critiche e di giudizio: I contenuti e le modalità di svolgimento del corso consentono di favorire l'autonomia di giudizio e la capacità di problem solving degli studenti. In particolare, il corso punta allo sviluppo di un metodo interattivo attraverso la somministrazione di un questionario interno attraverso il quale vengono rilevate le aspettative e le capacità di apprendimento dell'aula sulla base delle quali saranno in corso integrate le modalità di erogazione d'aula. Si punta, inoltre, ad una maggiore autonomia di giudizio (making judgements) degli studenti attraverso attività di business game che proiettano gli stessi in una "competizione" volta ad esaltare le dinamiche di problem solving e decision making, nonché a dare concreta applicazione alle nozioni teoriche del corso. Infine, attraverso la discussione di specifici casi di successo e di fallimento dei meccanismi di governo dell'impresa, lo studente potrà migliorare la propria capacità di giudizio e di analisi critica in relazione alla complessità del ruolo dell'impresa e dell'imprenditore all'interno della società. Tutto ciò metterà alla prova gli studenti nella capacità di raccogliere ed interpretare dati utili a determinare giudizi in forma autonoma, compresa la riflessione su temi sociali, scientifici o etici ad essi connessi.

Capacità comunicative: Il corso di Corporate Governance mira a sviluppare abilità comunicative (communication skills) di quanto si è appreso durante il corso rafforzando le capacità di esposizione orale degli studenti, con particolare riferimento alle abilità di comunicare informazioni, idee, problemi e soluzioni a interlocutori specialisti. I business game ideati con l'aiuto di una società di consulenza specializzata nel settore della corporate governance sono finalizzati a questo scopo, consentendo, ad esempio, di comunicare ed illustrare le conoscenze acquisite ed i progetti realizzati in team work ad interlocutori specializzati sulle tematiche trattate. Lo sviluppo di abilità comunicative e di lavoro di gruppo sarà ulteriormente stimolato, nell'ambito delle simulazioni di CdA e/o di Assemblee societarie, attraverso l'organizzazione di sedute di role playing e di successiva autovalutazione (auto assessment) a metà corso e al termine dello stesso.

Capacità di apprendimento: Il corso garantisce l'acquisizione di un elevato livello di autonomia nella gestione dello studio e del proprio apprendimento. In particolare durante il corso saranno fornite metodologie e tecniche utili a proseguire lo studio in modo autonomo in altre discipline o tematiche, come ad esempio per la preparazione della tesi di laurea o di altre prove.

Obiettivi formativi**OBIETTIVI GENERALI**

Il corso di Corporate Governance fornisce agli studenti conoscenze di base su concetti, strumenti e sistemi per il governo dell'impresa, con particolare riguardo al ruolo della proprietà e del management ed ai rapporti che ne discendono. Attraverso lo studio di casi, esercitazioni in aula e lavori di gruppo, gli studenti potranno acquisire conoscenze teoriche tanto nell'applicazione dei sistemi e metodi di governo dell'impresa, quanto nella comprensione dei meccanismi relazionali tra gli attori dell'impresa.

OBIETTIVI SPECIFICI

Conoscenze e capacità di comprensione: Il corso di Corporate Governance fornisce agli studenti le conoscenze di base sui concetti e gli strumenti moderni della corporate governance. In particolare, esso consente allo studente di:

- comprendere le teorie manageriali alla base della corporate governance, nonché gli strumenti e le tecniche volte al riallineamento dei comportamenti manageriali (ad esempio politiche di remunerazione);
- applicare le conoscenze acquisite nell'ambito della struttura degli organi di governo e di controllo con riferimento ai differenti provvedimenti normativi nazionali (Common Law/Civil Law);
- comunicare e mettere in atto le competenze acquisite in primarie società di consulenza aziendale al fine di analizzare le relazioni di coerenza tra le scelte strategiche, di assetto proprietario e di governance, individuandone i relativi punti di forza e le criticità;
- proseguire e valorizzare, in maniera autonoma, nel corso della propria vita professionale, gli strumenti e le tecniche di governo dell'impresa, con particolare riferimento ai meccanismi relativi alla corporate governance (remuneration policy; meccanismi di audit, etc.)

Capacità applicative: Durante il corso saranno svolte esercitazioni in aula, business game e lavori di gruppo, simulando il funzionamento di Consigli di Amministrazione, di delibere assembleari e di meccanismi di remunerazione e premialità dei dirigenti. In particolare il corso di Corporate Governance supporta gli studenti nell'applicazione pratica della conoscenza relative al funzionamento degli organi di governo (CdA e Assemblee), nonché dei meccanismi di controllo tra proprietà e management. Al termine del corso, lo studente sarà in grado di conoscere ed interpretare in maniera critica i complessi fenomeni della corporate governance, maturando così le capacità di analizzare e comprendere le interconnessioni tra assetti proprietari, assetti di governance, condotte aziendali e dinamiche di creazione e distribuzione del valore. Le capacità applicative saranno oltremodo sviluppate anche grazie ad una variegata combinazione di modelli didattici, tra i quali: a) testimonianze in aula di Ceo di aziende italiane e straniere, di dirigenti di enti pubblici o privati, di studiosi di corporate governance internazionale; b) seminari integrativi; c) laboratori di simulazione di Consigli di Amministrazione ed Assemblee; d) flipped classroom in cui gli studenti, con l'ausilio di strumenti multimediali, apprenderanno in modo autonomo, presentando poi al docente i risultati delle proprie esercitazioni e/o progetti.

COMPETENZE TRASVERSALI

Capacità critiche e di giudizio: I contenuti e le modalità di svolgimento del corso consentono di favorire l'autonomia di giudizio e la capacità di problem solving degli studenti. In particolare, il corso punta allo sviluppo di un metodo interattivo attraverso la somministrazione di un questionario interno attraverso il quale vengono rilevate le aspettative e le capacità di apprendimento dell'aula sulla base delle quali saranno in corso integrate le modalità di erogazione d'aula. Si punta, inoltre, ad una maggiore autonomia di giudizio (making judgements) degli studenti attraverso attività di business game che proiettano gli stessi in una "competizione" volta ad esaltare le dinamiche di problem solving e decision making, nonché a dare concreta applicazione alle nozioni teoriche del corso. Infine, attraverso la discussione di specifici casi di successo e di fallimento dei meccanismi di governo dell'impresa, lo studente potrà migliorare la propria capacità di giudizio e di analisi critica in relazione alla complessità del ruolo dell'impresa e dell'imprenditore all'interno della società. Tutto ciò metterà alla prova gli studenti nella capacità di raccogliere ed interpretare dati utili a determinare giudizi in forma autonoma, compresa la riflessione su temi sociali, scientifici o etici ad essi connessi.

Capacità comunicative: Il corso di Corporate Governance mira a sviluppare abilità comunicative (communication skills) di quanto si è appreso durante il corso rafforzando le capacità di esposizione orale degli studenti, con particolare riferimento alle abilità di comunicare informazioni, idee, problemi e soluzioni a interlocutori specialisti. I business game ideati con l'aiuto di una società di consulenza specializzata nel settore della corporate governance sono finalizzati a questo scopo, consentendo, ad esempio, di comunicare ed illustrare le conoscenze acquisite ed i progetti realizzati in team work ad interlocutori specializzati sulle tematiche trattate. Lo sviluppo di abilità comunicative e di lavoro di gruppo sarà ulteriormente stimolato, nell'ambito delle simulazioni di CdA e/o di Assemblee societarie, attraverso l'organizzazione di sedute di role playing e di successiva autovalutazione (auto assessment) a metà corso e al termine dello stesso.

Capacità di apprendimento: Il corso garantisce l'acquisizione di un elevato livello di autonomia nella gestione dello studio e del proprio apprendimento. In particolare durante il corso saranno fornite metodologie e tecniche utili a proseguire lo studio in modo autonomo in altre discipline o tematiche, come ad esempio per la preparazione della tesi di laurea o di altre prove.

Obiettivi formativi

Il corso di Ristrutturazione delle Imprese (3cfu) – casi e applicazioni fornisce ai discenti le conoscenze indispensabili per analizzare e gestire le fasi che possono indurre una impresa ad intraprendere un percorso di modificazione o di crescita per vie interne/esterne. La modifica della struttura aziendale, nella sua fase fisiologica, può realizzarsi attraverso operazioni di Mergers & Acquisition. Particolare focus viene dedicato ai metodi di valutazione di un complesso aziendale, di una parte di esso o di un singolo asset.

Attraverso lo studio di casi ed esercitazioni in aula, gli studenti potranno acquisire le necessarie conoscenze, tanto nell'applicazione delle metodologie quanto nell'analisi dei risultati ottenuti.

Obiettivi specifici

Conoscenze e capacità di comprensione:

Il corso di Ristrutturazione delle imprese (3 cfu) – casi ed applicazioni permetterà agli studenti di acquisire le necessarie nozioni per comprendere le motivazioni di crescita di un complesso aziendale, le ragioni che sottendono a tale scelta e le modalità attraverso le quali attuarle. Acquisiranno le principali tecniche empiriche in grado procedere a valutare i risultati che possono essere raggiunti valutando il complesso aziendale o solo un ramo di esso.

In particolare, il corso consente allo studente di acquisire le necessarie conoscenze tecniche per condurre la valutazione di un complesso aziendale e di essere in grado di poter applicare il metodo che meglio si adatta alla singola operazione con particolare cognizione circa la tipologia di modificazione aziendale che sottende la valutazione.

Capacità applicative:

Attraverso lo svolgimento di esercitazioni in aula, studio di casi, il corso di Ristrutturazione delle Imprese (3cfu) – casi ed applicazioni supporta gli studenti nell'applicazione pratica dei metodi di valutazione d'azienda. Al termine del corso, gli studenti saranno in grado di inquadrare la possibile soluzione ad una operazione di modificazione della struttura aziendale ed applicare il più appropriato metodo di valutazione.

Capacità critiche e di giudizio:

(3 cfu) I contenuti e le modalità di svolgimento del corso consentono di apprendere le motivazioni di una possibile modificazione della struttura aziendale nel suo momento fisiologico e non ancora patologico e di poter impostare il percorso che meglio si adatta al perseguimento dell'obiettivo valutandone il risultato. In particolare, il corso mira a sviluppare le capacità di analisi e valutazione di una possibile operazione di crescita aziendale.

Capacità comunicative:

Il corso Ristrutturazione delle imprese (3 cfu) – casi ed applicazioni mira a rafforzare le capacità di esposizione orale, con particolare riferimento a trasferire le informazioni necessarie per una operazione di modificazione o crescita della struttura aziendale, delinearne il percorso e valutarne i risultati.

Capacità di apprendimento:

Il corso garantisce l'acquisizione di un elevato livello di autonomia nella gestione dello studio e del proprio apprendimento. Questo è reso possibile attraverso la fornitura di materiale didattico, slide e casi applicativi dei temi trattati.

Obiettivi formativi

Il corso di Ristrutturazione delle Imprese (6 cfu) fornisce ai discenti le conoscenze necessarie per poter essere in grado di analizzare e successivamente gestire i percorsi di ristrutturazione di un complesso aziendale che trovasi in uno stato di preteso verso il declino o la crisi.

Attraverso lo studio dei percorsi aziendali di risanamento e ristrutturazione, anche attraverso le nozioni di base di carattere giuridico degli strumenti posti a disposizione dalla letteratura, gli studenti potranno acquisire le conoscenze necessarie per la gestione dei momenti patologici della vita aziendale.

Obiettivi specifici

Conoscenze e capacità di comprensione:

? Il corso di Ristrutturazione delle imprese (6 cfu) – permetterà agli studenti di acquisire le necessarie nozioni per comprendere i diversi stadi della possibile crisi d'impresa, di poter individuare le diverse alternative utili ad una loro soluzione, di poter identificare quale strumento normativo sia più adeguato e, successivamente, di disegnare il percorso di risanamento strategico.

In particolare, il corso consente allo studente, anche attraverso l'analisi empirica, di acquisire gli strumenti necessari per intercettare e superare, laddove possibile, lo stato patologico.

Capacità applicative:

Il corso di Ristrutturazione delle Imprese (6 cfu) – supporta gli studenti nell'applicazione pratica delle nozioni in tema di tecniche di ristrutturazione e risanamento aziendale.

Al termine del corso, gli studenti saranno in grado di intercettare lo stato patologico in cui versa il complesso aziendale e di individuare una strategia più appropriata.

Capacità critiche e di giudizio:?

(6 cfu) I contenuti e le modalità di svolgimento del corso consentono di apprendere le motivazioni di una possibile modificazione o ristrutturazione della struttura aziendale nel suo momento patologico e di poter impostare il percorso che meglio si adatta al perseguimento dell'obiettivo valutandone il risultato. In particolare, il corso mira a sviluppare le capacità di analisi e valutazione di una possibile operazione di ristrutturazione e di risanamento.

Capacità comunicative:

? Il corso Ristrutturazione delle imprese (6 cfu) – mira a rafforzare le capacità di esposizione orale, con particolare riferimento a trasferire le informazioni necessarie per una operazione di trasformazione della struttura aziendale, delinearne il percorso e valutarne i risultati.

Capacità di apprendimento:

Il corso garantisce l'acquisizione di un elevato livello di autonomia nella gestione dello studio e del proprio apprendimento. Questo è reso possibile attraverso la fornitura di materiale didattico, slide e casi applicativi dei temi trattati.

Ristrutturazione delle
imprese - casi e
applicazioni

2°

3

ITA

Insegnamento**Semestre****CFU****Lingua****Obiettivi formativi**

Il corso di Ristrutturazione delle Imprese (3cfu) – casi e applicazioni fornisce ai discenti le conoscenze indispensabili per analizzare e gestire le fasi che possono indurre una impresa ad intraprendere un percorso di modificazione o di crescita per vie interne/esterne. La modifica della struttura aziendale, nella sua fase fisiologica, può realizzarsi attraverso operazioni di Mergers & Acquisition. Particolare focus viene dedicato ai metodi di valutazione di un complesso aziendale, di una parte di esso o di un singolo asset.

Attraverso lo studio di casi ed esercitazioni in aula, gli studenti potranno acquisire le necessarie conoscenze, tanto nell'applicazione delle metodologie quanto nell'analisi dei risultati ottenuti.

Obiettivi specifici

Conoscenze e capacità di comprensione:

Il corso di Ristrutturazione delle imprese (3 cfu) – casi ed applicazioni permetterà agli studenti di acquisire le necessarie nozioni per comprendere le motivazioni di crescita di un complesso aziendale, le ragioni che sottendono a tale scelta e le modalità attraverso le quali attuarle. Acquisiranno le principali tecniche empiriche in grado procedere a valutare i risultati che possono essere raggiunti valutando il complesso aziendale o solo un ramo di esso.

In particolare, il corso consente allo studente di acquisire le necessarie conoscenze tecniche per condurre la valutazione di un complesso aziendale e di essere in grado di poter applicare il metodo che meglio si adatta alla singola operazione con particolare cognizione circa la tipologia di modificazione aziendale che sottende la valutazione.

Capacità applicative:

Attraverso lo svolgimento di esercitazioni in aula, studio di casi, il corso di Ristrutturazione delle Imprese (3cfu) – casi ed applicazioni supporta gli studenti nell'applicazione pratica dei metodi di valutazione d'azienda. Al termine del corso, gli studenti saranno in grado di inquadrare la possibile soluzione ad una operazione di modificazione della struttura aziendale ed applicare il più appropriato metodo di valutazione.

Capacità critiche e di giudizio:

(3 fcu) I contenuti e le modalità di svolgimento del corso consentono di apprendere le motivazioni di una possibile modificazione della struttura aziendale nel suo momento fisiologico e non ancora patologico e di poter impostare il percorso che meglio si adatta al perseguimento dell'obiettivo valutandone il risultato. In particolare, il corso mira a sviluppare le capacità di analisi e valutazione di una possibile operazione di crescita aziendale.

Capacità comunicative:

Il corso Ristrutturazione delle imprese (3 cfu) – casi ed applicazioni mira a rafforzare le capacità di esposizione orale, con particolare riferimento a trasferire le informazioni necessarie per una operazione di modificazione o crescita della struttura aziendale, delinearne il percorso e valutarne i risultati.

Capacità di apprendimento:

Il corso garantisce l'acquisizione di un elevato livello di autonomia nella gestione dello studio e del proprio apprendimento. Questo è reso possibile attraverso la fornitura di materiale didattico, slide e casi applicativi dei temi trattati.

A SCELTA DELLO
STUDENTE

2°

9

ITA

AAF1016 | PROVA
FINALE

2°

18

ITA

Obiettivi formativi

Il candidato dovrà produrre un elaborato originale a carattere preferibilmente sperimentale, supportato da adeguato corredo cartografico e iconografico, attraverso cui dimostri di aver acquisito la capacità di gestire ed elaborare autonomamente le competenze teoriche e metodologiche maturate nel corso di studio, con particolare riferimento alla ricerca delle fonti e delle informazioni bibliografiche e cartografiche, alla gestione ed elaborazione deidati statistici, all'esposizione di riflessioni critiche e personali, alla traduzione ed estensionedelle esperienze maturate nell'ambito degli stage e dei tirocini frequentati

DGI 5

Gestione 1

Gruppi opzionali

Lo studente deve acquisire 36 CFU fra i seguenti esami

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
10600182 STRATEGIC AND INNOVATION MANAGEMENT	1°	1°	9	ENG

Obiettivi formativi

Il corso di "Strategic and Innovation Management" fornisce agli studenti le conoscenze necessarie per comprendere gli scenari socio-economici attuali ed emergenti, con particolare riguardo alle dinamiche cooperative, all'innovazione tecnologica, alla digitalizzazione e alla platformization della società e dell'economia. Attraverso lo studio di casi, esercitazioni in aula e lavori di gruppo, gli studenti potranno acquisire conoscenze relative al management strategico e dell'innovazione, tanto con riferimento ai diversi approcci teorici che nell'applicazione di consolidati framework interpretativi e di analisi. Il corso mira a far acquisire agli studenti familiarità con rilevanti questioni strategiche e organizzative relative all'innovazione e una comprensione delle loro implicazioni sulle performance aziendali.

Obiettivi specifici

Conoscenze e capacità di comprensione: Il corso di Strategic and Innovation Management fornisce agli studenti le conoscenze relative al campo del management strategico e dell'innovazione.

In particolare, esso consente allo studente di acquisire le seguenti conoscenze:

- le principali definizioni, teorie e dibattiti sull'innovazione;
- le dinamiche cruciali del settore dell'innovazione tecnologica;
- le fonti dell'innovazione;
- i principali tipi e modelli di innovazione;
- la definizione e le conseguenze delle guerre per gli standard; le implicazioni della modularità e l'emergente dinamica della competizione tra piattaforme.
- le dimensioni principali secondo le quali formulare una strategia di innovazione tecnologica;
- i principali rischi legati all'innovazione tecnologica;
- la definizione e la conseguenza delle strategie di innovazione alternative: open innovation vs. closed innovation.

Capacità applicative: Attraverso lo svolgimento di esercitazioni in aula, studio di casi e lavori di gruppo, il corso di Strategic and Innovation Management supporta gli studenti nell'applicazione pratica di modelli di analisi strategica e dell'innovazione e approcci di decision making e problem solving. Al termine del corso, gli studenti saranno in grado di applicare i modelli di analisi e gli approcci di decision making e problem solving a contesti e casi concreti.

Capacità critiche e di giudizio: I contenuti e le modalità di svolgimento del corso consentono di: valutare criticamente le questioni economiche, quelle legate alla domanda nonché i rischi che devono affrontare le imprese che attuano strategie di innovazione tecnologica; elaborare strategie di innovazione tecnologica appropriate; valutare e selezionare meccanismi appropriati per proteggere l'innovazione; valutare criticamente le questioni etiche e sociali e i dibattiti relativi all'innovazione tecnologica

Capacità comunicative: Il corso Strategic and Innovation Management mira a rafforzare le capacità di esposizione orale, con particolare riferimento ai temi legati al management strategico e dell'innovazione a livello di impresa.

Capacità di apprendimento: Il corso garantisce l'acquisizione di un elevato livello di autonomia nella gestione dello studio e del proprio apprendimento. Questo è reso possibile attraverso l'analisi di casi di studio di complesse realtà aziendali internazionali condotta sia a livello individuale che di gruppo.

10616796 INTERNATIONAL MARKETING MANAGEMENT	1°	1°	9	ENG
INTERNATIONAL MARKETING MANAGEMENT - CASES AND APPLICATIONS	1°	1°	3	ITA
INTERNATIONAL MARKETING MANAGEMENT - FOUNDATIONS	1°	1°	6	ITA

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
10616788 DIGITAL TECHNOLOGIES FOR MANAGERIAL DECISIONS	1°	1°	9	ENG
DIGITAL TECHNOLOGIES FOR MANAGERIAL DECISIONS - CASES AND APPLICATIONS	1°	1°	3	ITA
DIGITAL TECHNOLOGIES FOR MANAGERIAL DECISIONS - FOUNDATIONS	1°	1°	6	ITA
10616797 BUSINESS POLICY	1°	1°	9	ENG
10616789 CORPORATE PERFORMANCE EVALUATION	1°	1°	9	ENG
CORPORATE PERFORMANCE EVALUATION - CASES AND APPLICATIONS	1°	1°	3	ITA
CORPORATE PERFORMANCE EVALUATION - FOUNDATIONS	1°	1°	6	ITA
1047637 LEADERSHIP AND ORGANIZATIONAL CHANGE	1°	2°	9	ENG

Obiettivi formativi

L'insegnamento di Leadership & Organizational Change (9 CFU – Laurea Magistrale) è disegnato per consentire agli studenti di apprendere le motivazioni alla base di un processo di cambiamento organizzativo (con particolare riguardo al cambiamento radicale), le fasi che caratterizzano tale processo e le problematiche che le imprese riscontrano nel portare a compimento efficacemente un progetto di cambiamento.

Il tema del cambiamento organizzativo verrà affrontato considerando le più recenti innovazioni tecnologiche (soprattutto quelle afferenti la digitalizzazione), produttive, manageriali ed organizzative ed il modo in cui queste impattano sui modelli di business, sui processi operativi fondamentali, sulle strutture organizzative, sulla cultura e sulle prassi di gestione e sviluppo delle Risorse Umane.

Il percorso realizzato aiuta a gli studenti a comprendere le variabili (e le leve) fondamentali dell'organizzazione, sulle quali la direzione aziendale può agire per l'efficace implementazione di un progetto di cambiamento, avendo riguardo alle performance organizzative ed al conseguimento e miglioramento di posizioni di vantaggio competitivo.

Inoltre, l'analisi delle relazioni e delle interdipendenze che caratterizzano le suddette variabili permette di ottenere una visione sistemica dei complessi collegamenti tra organizzazione, strategia ed ambiente e di come il cambiamento organizzativo emerga dalla loro reciproca interazione.

Obiettivo principale dell'insegnamento di Leadership & Organizational Change è il trasferimento di conoscenze di tipo analitico su come riconoscere, affrontare e risolvere i problemi che si presentano ai diversi livelli di progettazione e di implementazione del cambiamento organizzativo dell'impresa (dalla definizione del piano di cambiamento organizzativo, alla mappatura dei fattori che possono inibire o favorire il successo del piano stesso, all'identificazione dei ruoli portanti nell'implementazione del cambiamento, fino al monitoraggio dei risultati conseguiti), in una cornice di riferimento che consenta di inquadrare le relazioni tra variabili organizzative, ambientali, strategiche ed operative ed il loro mutuo collegamento nei processi di cambiamento, considerandone l'impatto sulle performance d'impresa.

Tale obiettivo sarà perseguito attraverso l'adozione di un appropriato mix di lezioni frontali, lavori individuali, esercitazioni di gruppo e testimonianze di esperti di organizzazione provenienti dal mondo delle imprese.

2.2 Obiettivi specifici**2.2.1 Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding).**

Al termine dell'insegnamento gli studenti saranno in grado di riconoscere ed affrontare analiticamente i problemi insiti in un processo di cambiamento organizzativo, grazie anche alla conoscenza di modelli e strumenti applicabili alle specifiche fasi della pianificazione, dell'implementazione e del controllo del processo di cambiamento.

Tali conoscenze saranno acquisite adottando una prospettiva di analisi che considera gli effetti del cambiamento sui modelli di business, sui principali processi operativi, sulla struttura e sulle prassi organizzative e relative allo sviluppo delle Risorse Umane, finalizzata alla comprensione delle relazioni sistemiche esistenti tra tali componenti dell'agire organizzativo ed il loro impatto sulle performance dell'impresa.

Inoltre, la comprensione dei legami tra variabili ambientali, strategiche ed organizzative consentirà di analizzare e risolvere le problematiche afferenti alle diverse fasi del cambiamento organizzativo delle imprese, nella ricerca della coerenza tra tali variabili e nel rispetto delle condizioni di economicità dell'impresa.

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

Attraverso i lavori individuali e project work, anche commissionati da importanti realtà imprenditoriali italiane, gli studenti saranno messi in condizione non solo di comprendere l'origine, la natura e la tipologia delle varie problematiche insite nei processi di cambiamento organizzativo, ma anche di elaborare soluzioni condivise utilizzando tecniche, modelli e strumenti di analisi trasferiti durante le lezioni frontali.

La presentazione, da parte degli studenti, dei risultati dei lavori di gruppo consentirà di sviluppare capacità di riflessione e di argomentazione, unitamente a capacità di scambio, condivisione ed esposizione dei risultati conseguiti.

Le testimonianze degli esperti di organizzazione provenienti da primarie organizzazioni imprenditoriali e la discussione dei relativi temi con gli studenti, infine, permetterà di corroborare – anche con un riscontro pratico – la capacità di applicazione delle tecniche e i risultati conseguiti dagli studenti stessi, e di apprendere dagli eventuali errori commessi.

2.2.3 Autonomia di giudizio (making judgements).

L'insegnamento di Leadership & Organizational Change, attraverso modalità miste di erogazione dei contenuti (lezioni frontali, lavori individuali e di gruppo, testimonianze aziendali), pur dedicando un adeguato spazio ai principali modelli teorici consolidati nella letteratura di riferimento, intende stimolare gli studenti a realizzare una propria visione dei fenomeni di cambiamento organizzativo, incentivando l'autonomia di giudizio e la soluzione creativa, pur orientata e guidata dal docente, delle conseguenti problematiche.

In particolare, i lavori individuali e di gruppo sono ideati proprio per incrementare capacità critiche, di riflessione e di elaborazione autonoma di giudizi, compresa quella volta ad evitare i pregiudizi che caratterizzano in quest'area le fasi dei processi decisionali orientati al problem-solving, anche in ordine alle ricadute etiche e sociali che contraddistinguono le scelte organizzative.

2.2.4 Abilità comunicative (communication skills).

Lo svolgimento di diversi case-study (a livello individuale e di gruppo) e la presentazione dei risultati raggiunti rappresenta un importante strumento, adottato nell'insegnamento di Leadership & Organizational Change, per lo sviluppo di capacità

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
LEADERSHIP AND ORGANIZATIONAL CHANGE - CASES AND APPLICATIONS	1°	2°	3	ENG

Obiettivi formativi

L'insegnamento di Leadership & Organizational Change (9 CFU – Laurea Magistrale) è disegnato per consentire agli studenti di apprendere le motivazioni alla base di un processo di cambiamento organizzativo (con particolare riguardo al cambiamento radicale), le fasi che caratterizzano tale processo e le problematiche che le imprese riscontrano nel portare a compimento efficacemente un progetto di cambiamento.

Il tema del cambiamento organizzativo verrà affrontato considerando le più recenti innovazioni tecnologiche (soprattutto quelle afferenti la digitalizzazione), produttive, manageriali ed organizzative ed il modo in cui queste impattano sui modelli di business, sui processi operativi fondamentali, sulle strutture organizzative, sulla cultura e sulle prassi di gestione e sviluppo delle Risorse Umane.

Il percorso realizzato aiuta a gli studenti a comprendere le variabili (e le leve) fondamentali dell'organizzazione, sulle quali la direzione aziendale può agire per l'efficace implementazione di un progetto di cambiamento, avendo riguardo alle performance organizzative ed al conseguimento e miglioramento di posizioni di vantaggio competitivo.

Inoltre, l'analisi delle relazioni e delle interdipendenze che caratterizzano le suddette variabili permette di ottenere una visione sistemica dei complessi collegamenti tra organizzazione, strategia ed ambiente e di come il cambiamento organizzativo emerga dalla loro reciproca interazione.

Obiettivo principale dell'insegnamento di Leadership & Organizational Change è il trasferimento di conoscenze di tipo analitico su come riconoscere, affrontare e risolvere i problemi che si presentano ai diversi livelli di progettazione e di implementazione del cambiamento organizzativo dell'impresa (dalla definizione del piano di cambiamento organizzativo, alla mappatura dei fattori che possono inibire o favorire il successo del piano stesso, all'identificazione dei ruoli portanti nell'implementazione del cambiamento, fino al monitoraggio dei risultati conseguiti), in una cornice di riferimento che consenta di inquadrare le relazioni tra variabili organizzative, ambientali, strategiche ed operative ed il loro mutuo collegamento nei processi di cambiamento, considerandone l'impatto sulle performance d'impresa.

Tale obiettivo sarà perseguito attraverso l'adozione di un appropriato mix di lezioni frontali, lavori individuali, esercitazioni di gruppo e testimonianze di esperti di organizzazione provenienti dal mondo delle imprese.

2.2 Obiettivi specifici**2.2.1 Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding).**

Al termine dell'insegnamento gli studenti saranno in grado di riconoscere ed affrontare analiticamente i problemi insiti in un processo di cambiamento organizzativo, grazie anche alla conoscenza di modelli e strumenti applicabili alle specifiche fasi della pianificazione, dell'implementazione e del controllo del processo di cambiamento.

Tali conoscenze saranno acquisite adottando una prospettiva di analisi che considera gli effetti del cambiamento sui modelli di business, sui principali processi operativi, sulla struttura e sulle prassi organizzative e relative allo sviluppo delle Risorse Umane, finalizzata alla comprensione delle relazioni sistemiche esistenti tra tali componenti dell'agire organizzativo ed il loro impatto sulle performance dell'impresa.

Inoltre, la comprensione dei legami tra variabili ambientali, strategiche ed organizzative consentirà di analizzare e risolvere le problematiche afferenti alle diverse fasi del cambiamento organizzativo delle imprese, nella ricerca della coerenza tra tali variabili e nel rispetto delle condizioni di economicità dell'impresa.

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

Attraverso i lavori individuali e project work, anche commissionati da importanti realtà imprenditoriali italiane, gli studenti saranno messi in condizione non solo di comprendere l'origine, la natura e la tipologia delle varie problematiche insite nei processi di cambiamento organizzativo, ma anche di elaborare soluzioni condivise utilizzando tecniche, modelli e strumenti di analisi trasferiti durante le lezioni frontali.

La presentazione, da parte degli studenti, dei risultati dei lavori di gruppo consentirà di sviluppare capacità di riflessione e di argomentazione, unitamente a capacità di scambio, condivisione ed esposizione dei risultati conseguiti.

Le testimonianze degli esperti di organizzazione provenienti da primarie organizzazioni imprenditoriali e la discussione dei relativi temi con gli studenti, infine, permetterà di corroborare – anche con un riscontro pratico – la capacità di applicazione delle tecniche e i risultati conseguiti dagli studenti stessi, e di apprendere dagli eventuali errori commessi.

2.2.3 Autonomia di giudizio (making judgements).

L'insegnamento di Leadership & Organizational Change, attraverso modalità miste di erogazione dei contenuti (lezioni frontali, lavori individuali e di gruppo, testimonianze aziendali), pur dedicando un adeguato spazio ai principali modelli teorici consolidati nella letteratura di riferimento, intende stimolare gli studenti a realizzare una propria visione dei fenomeni di cambiamento organizzativo, incentivando l'autonomia di giudizio e la soluzione creativa, pur orientata e guidata dal docente, delle conseguenti problematiche.

In particolare, i lavori individuali e di gruppo sono ideati proprio per incrementare capacità critiche, di riflessione e di elaborazione autonoma di giudizi, compresa quella volta ad evitare i pregiudizi che caratterizzano in quest'area le fasi dei processi decisionali orientati al problem-solving, anche in ordine alle ricadute etiche e sociali che contraddistinguono le scelte organizzative.

2.2.4 Abilità comunicative (communication skills).

Lo svolgimento di diversi case-study (a livello individuale e di gruppo) e la presentazione dei risultati raggiunti rappresenta un importante strumento adottato nell'insegnamento di Leadership & Organizational Change, per lo sviluppo di capacità

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
LEADERSHIP AND ORGANIZATIONAL CHANGE - FOUNDATIONS	1°	2°	6	ENG

Obiettivi formativi

L'insegnamento di Leadership & Organizational Change (9 CFU – Laurea Magistrale) è disegnato per consentire agli studenti di apprendere le motivazioni alla base di un processo di cambiamento organizzativo (con particolare riguardo al cambiamento radicale), le fasi che caratterizzano tale processo e le problematiche che le imprese riscontrano nel portare a compimento efficacemente un progetto di cambiamento.

Il tema del cambiamento organizzativo verrà affrontato considerando le più recenti innovazioni tecnologiche (soprattutto quelle afferenti la digitalizzazione), produttive, manageriali ed organizzative ed il modo in cui queste impattano sui modelli di business, sui processi operativi fondamentali, sulle strutture organizzative, sulla cultura e sulle prassi di gestione e sviluppo delle Risorse Umane.

Il percorso realizzato aiuta a gli studenti a comprendere le variabili (e le leve) fondamentali dell'organizzazione, sulle quali la direzione aziendale può agire per l'efficace implementazione di un progetto di cambiamento, avendo riguardo alle performance organizzative ed al conseguimento e miglioramento di posizioni di vantaggio competitivo.

Inoltre, l'analisi delle relazioni e delle interdipendenze che caratterizzano le suddette variabili permette di ottenere una visione sistemica dei complessi collegamenti tra organizzazione, strategia ed ambiente e di come il cambiamento organizzativo emerga dalla loro reciproca interazione.

2 Obiettivi formativi**2.1 Obiettivi generali**

Obiettivo principale dell'insegnamento di Leadership & Organizational Change è il trasferimento di conoscenze di tipo analitico su come riconoscere, affrontare e risolvere i problemi che si presentano ai diversi livelli di progettazione e di implementazione del cambiamento organizzativo dell'impresa (dalla definizione del piano di cambiamento organizzativo, alla mappatura dei fattori che possono inibire o favorire il successo del piano stesso, all'identificazione dei ruoli portanti nell'implementazione del cambiamento, fino al monitoraggio dei risultati conseguiti), in una cornice di riferimento che consenta di inquadrare le relazioni tra variabili organizzative, ambientali, strategiche ed operative ed il loro mutuo collegamento nei processi di cambiamento, considerandone l'impatto sulle performance d'impresa.

Tale obiettivo sarà perseguito attraverso l'adozione di un appropriato mix di lezioni frontali, lavori individuali, esercitazioni di gruppo e testimonianze di esperti di organizzazione provenienti dal mondo delle imprese.

2.2 Obiettivi specifici**2.2.1 Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding).**

Al termine dell'insegnamento gli studenti saranno in grado di riconoscere ed affrontare analiticamente i problemi insiti in un processo di cambiamento organizzativo, grazie anche alla conoscenza di modelli e strumenti applicabili alle specifiche fasi della pianificazione, dell'implementazione e del controllo del processo di cambiamento.

Tali conoscenze saranno acquisite adottando una prospettiva di analisi che considera gli effetti del cambiamento sui modelli di business, sui principali processi operativi, sulla struttura e sulle prassi organizzative e relative allo sviluppo delle Risorse Umane, finalizzata alla comprensione delle relazioni sistemiche esistenti tra tali componenti dell'agire organizzativo ed il loro impatto sulle performance dell'impresa.

Inoltre, la comprensione dei legami tra variabili ambientali, strategiche ed organizzative consentirà di analizzare e risolvere le problematiche afferenti alle diverse fasi del cambiamento organizzativo delle imprese, nella ricerca della coerenza tra tali variabili e nel rispetto delle condizioni di economicità dell'impresa.

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

Attraverso i lavori individuali e project work, anche commissionati da importanti realtà imprenditoriali italiane, gli studenti saranno messi in condizione non solo di comprendere l'origine, la natura e la tipologia delle varie problematiche insite nei processi di cambiamento organizzativo, ma anche di elaborare soluzioni concrete utilizzando tecniche, modelli e strumenti di analisi trasferiti durante le lezioni frontali.

La presentazione, da parte degli studenti, dei risultati dei lavori di gruppo consentirà di sviluppare capacità di riflessione e di argomentazione, unitamente a capacità di scambio, condivisione ed esposizione dei risultati conseguiti.

Le testimonianze degli esperti di organizzazione provenienti da primarie organizzazioni imprenditoriali e la discussione dei relativi temi con gli studenti, infine, permetterà di corroborare – anche con un riscontro pratico – la capacità di applicazione delle tecniche e i risultati conseguiti dagli studenti stessi, e di apprendere dagli eventuali errori commessi.

2.2.3 Autonomia di giudizio (making judgements).

L'insegnamento di Leadership & Organizational Change, attraverso modalità miste di erogazione dei contenuti (lezioni frontali, lavori individuali e di gruppo, testimonianze aziendali), pur dedicando un adeguato spazio ai principali modelli teorici consolidati nella letteratura di riferimento, intende stimolare gli studenti a realizzare una propria visione dei fenomeni di cambiamento organizzativo, incentivando l'autonomia di giudizio e la soluzione creativa, pur orientata e guidata dal docente, delle conseguenti problematiche.

In particolare, i lavori individuali e di gruppo sono ideati proprio per incrementare capacità critiche, di riflessione e di elaborazione autonoma di giudizi, compresa quella volta ad evitare i pregiudizi che caratterizzano in quest'area le fasi dei processi decisionali orientati al problem-solving, anche in ordine alle ricadute etiche e sociali che contraddistinguono le scelte organizzative.

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
10612140 INTERNATIONAL CORPORATE FINANCE	1°	2°	9	ENG

Lo studente deve acquisire 9 CFU fra i seguenti esami

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
10607311 QUANTITATIVE PORTFOLIO SELECTION FOR MANAGEMENT	1°	1°	9	ENG

Obiettivi formativi

QUANTITATIVE PORTFOLIO SELECTION FOR MANAGEMENT – FOUNDATIONS (6 cfu)

Il corso fornisce agli studenti un'analisi degli aspetti teorici e applicativi della gestione dei portafogli mobiliari. In particolare attraverso lo studio della teoria di Markowitz si valutano le proprietà dei portafogli rispetto ai titoli che li compongono in un'ottica rischio-rendimento. Inoltre si forniscono strumenti per l'analisi dell'equilibrio nel mercato dei capitali attraverso il modello CAPM classico. Modificando alcune ipotesi si arriva a costruire modelli di equilibrio più aderenti alla realtà. Allo scopo di fornire un ampio orizzonte di analisi, si affronta lo studio dell'utilità e della dominanza stocastica. Infine, come opportuna conclusione del corso, si propone allo studente la valutazione dei portafogli attraverso l'utilizzo di adeguati indici di performance.

Obiettivi specifici

1) Conoscenza e capacità di comprensione. Al completamento del corso lo studente avrà una conoscenza approfondita della moderna Teoria della Scelta di Portafoglio, basata su modelli quantitativi per rappresentare formalmente i problemi e risolverli in maniera efficiente.

Lo studente conoscerà le dinamiche del mercato dei titoli e gli strumenti per l'analisi dei portafogli in un'ottica bi-criterio basata sugli aspetti di rischio e rendimento. Saprà riconoscere e strutturare il problema da studiare per poi selezionare il modello più adeguato per la sua risoluzione.

2) Capacità di applicare conoscenza e comprensione. Il bagaglio di conoscenze teoriche e metodologiche acquisito nel corso realizza la sua utilità nell'applicazione pratica dei modelli nei contesti reali. La conoscenza di modelli formali specifici per formulare i diversi problemi di decisione che sorgono nell'ambito della scelta di portafoglio permette allo studente di essere preparato alla loro applicazione pratica. Di fronte a un problema reale lo studente sarà in grado di riconoscere il modello giusto da applicare e di risolverlo in maniera efficiente individuando un insieme di soluzioni con certificate caratteristiche di ottimalità.

3) Autonomia di giudizio. Sulla base delle conoscenze teoriche e metodologiche acquisite nel corso, gli studenti avranno piena conoscenza del mercato dei titoli e delle sue dinamiche, così come dei problemi di decisione tipici in ambito di selezione di portafoglio e dei relativi modelli. Gli studenti saranno in grado di applicare il modello più corretto ad ogni problema di decisione. Raggiungeranno inoltre la capacità di valutare soluzioni alternative applicando adeguati indici di performance e saranno in grado di effettuare anche analisi multicriterio dei portafogli di titoli.

4) Abilità comunicative. Per affrontare i problemi attraverso l'uso di modelli quantitativi è necessario acquisire un adeguato linguaggio formale. Lo studente si abituerà ad un approccio rigoroso e analitico ai problemi, strutturandoli nella forma più adeguata per essere formulati matematicamente. Gli studenti svilupperanno l'attitudine al ragionamento e all'esposizione rigorosa degli argomenti e dei modelli. Durante il corso gli studenti saranno stimolati dal docente ad esercitare l'uso del linguaggio formale, a scrivere i modelli algebricamente e ad illustrarli oralmente, sia in maniera formale, sia con un linguaggio comunque rigoroso, ma adatto anche alla comprensione da parte di chi non conosce gli aspetti tecnici del problema. Questo esercizio è fondamentale per l'interazione futura in ambito lavorativo con altri decisori.

5) Capacità di apprendimento. Gli strumenti e i modelli presentati durante il corso forniranno allo studente le capacità necessarie per un approccio analitico all'uso dei modelli quantitativi, sia esplicitivi che di programmazione, da applicare in ambito di scelta di portafoglio.

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
QUANTITATIVE PORTFOLIO SELECTION FOR MANAGEMENT - FOUNDATIONS	1°	1°	6	ENG

Obiettivi formativi

QUANTITATIVE PORTFOLIO SELECTION FOR MANAGEMENT – FOUNDATIONS (6 cfu)

Il corso fornisce agli studenti un'analisi degli aspetti teorici e applicativi della gestione dei portafogli mobiliari. In particolare attraverso lo studio della teoria di Markowitz si valutano le proprietà dei portafogli rispetto ai titoli che li compongono in un'ottica rischio-rendimento. Inoltre si forniscono strumenti per l'analisi dell'equilibrio nel mercato dei capitali attraverso il modello CAPM classico. Modificando alcune ipotesi si arriva a costruire modelli di equilibrio più aderenti alla realtà. Allo scopo di fornire un ampio orizzonte di analisi, si affronta lo studio dell'utilità e della dominanza stocastica. Infine, come opportuna conclusione del corso, si propone allo studente la valutazione dei portafogli attraverso l'utilizzo di adeguati indici di performance.

Obiettivi specifici

1) Conoscenza e capacità di comprensione. Al completamento del corso lo studente avrà una conoscenza approfondita della moderna Teoria della Scelta di Portafoglio, basata su modelli quantitativi per rappresentare formalmente i problemi e risolverli in maniera efficiente.

Lo studente conoscerà le dinamiche del mercato dei titoli e gli strumenti per l'analisi dei portafogli in un'ottica bi-criterio basata sugli aspetti di rischio e rendimento. Saprà riconoscere e strutturare il problema da studiare per poi selezionare il modello più adeguato per la sua risoluzione.

2) Capacità di applicare conoscenza e comprensione. Il bagaglio di conoscenze teoriche e metodologiche acquisito nel corso realizza la sua utilità nell'applicazione pratica dei modelli nei contesti reali. La conoscenza di modelli formali specifici per formulare i diversi problemi di decisione che sorgono nell'ambito della scelta di portafoglio permette allo studente di essere preparato alla loro applicazione pratica. Di fronte a un problema reale lo studente sarà in grado di riconoscere il modello giusto da applicare e di risolverlo in maniera efficiente individuando un insieme di soluzioni con certificate caratteristiche di ottimalità.

3) Autonomia di giudizio. Sulla base delle conoscenze teoriche e metodologiche acquisite nel corso, gli studenti avranno piena conoscenza del mercato dei titoli e delle sue dinamiche, così come dei problemi di decisione tipici in ambito di selezione di portafoglio e dei relativi modelli. Gli studenti saranno in grado di applicare il modello più corretto ad ogni problema di decisione. Raggiungeranno inoltre la capacità di valutare soluzioni alternative applicando adeguati indici di performance e saranno in grado di effettuare anche analisi multicriterio dei portafogli di titoli.

4) Abilità comunicative. Per affrontare i problemi attraverso l'uso di modelli quantitativi è necessario acquisire un adeguato linguaggio formale. Lo studente si abituerà ad un approccio rigoroso e analitico ai problemi, strutturandoli nella forma più adeguata per essere formulati matematicamente. Gli studenti svilupperanno l'attitudine al ragionamento e all'esposizione rigorosa degli argomenti e dei modelli. Durante il corso gli studenti saranno stimolati dal docente ad esercitare l'uso del linguaggio formale, a scrivere i modelli algebricamente e ad illustrarli oralmente, sia in maniera formale, sia con un linguaggio comunque rigoroso, ma adatto anche alla comprensione da parte di chi non conosce gli aspetti tecnici del problema. Questo esercizio è fondamentale per l'interazione futura in ambito lavorativo con altri decisori.

5) Capacità di apprendimento. Gli strumenti e i modelli presentati durante il corso forniranno allo studente le capacità necessarie per un approccio analitico all'uso dei modelli quantitativi, sia esplicativi che di programmazione, da applicare in ambito di scelta di portafoglio.

QUANTITATIVE PORTFOLIO SELECTION FOR MANAGEMENT - CASES AND APPLICATIONS	1°	1°	3	ENG
--	----	----	---	-----

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
Obiettivi formativi				
<p>Il corso fornisce agli studenti un'introduzione al software Excel e li avvia ad un uso sistematico degli strumenti di gestione dei dati e analisi quantitativa in esso disponibili. Particolare attenzione viene data agli aspetti legati ai problemi di scelta di portafoglio.</p> <p>Lo studente acquisirà la capacità di utilizzare Excel per applicare i modelli teorici di scelta di portafoglio, come la costruzione empirica della frontiera efficiente rischio-rendimento basata sul modello di Markovitz. Attraverso l'applicazione pratica, lo studente svilupperà un'approfondita consapevolezza delle proprietà teoriche e delle caratteristiche tecniche dei modelli quantitativi per la scelta di portafoglio e, al tempo stesso, acquisirà una solida base di conoscenza del software Excel.</p>				
Obiettivi specifici				
<p>1) Conoscenza e capacità di comprensione. Al completamento del corso lo studente saprà utilizzare Excel per sintetizzare e rappresentare graficamente insiemi di dati e per calcolare indici. Lo studente sarà inoltre in grado di utilizzare Excel per applicare e risolvere i modelli di scelta di portafoglio, come ad esempio il modello media-varianza di Markovitz.</p> <p>2) Capacità di applicare conoscenza e comprensione. Attraverso la conoscenza teorica dei modelli e la loro applicazione pratica, lo studente sarà in grado di formulare i problemi di scelta di portafoglio con modelli quantitativi appropriati e individuare soluzioni utili per le scelte manageriali.</p> <p>3) Autonomia di giudizio. Con l'esercizio della risoluzione pratica dei problemi attraverso l'uso di Excel lo studente acquisirà la capacità di individuare autonomamente i modelli adatti a descrivere i fenomeni legati alla scelta di portafoglio e di interpretarne correttamente le soluzioni. Sarà in grado di effettuare valutazioni bi-criterio dei portafogli rispetto a parametri di rischio e rendimento e comprenderà i processi di diversificazione del portafoglio. Saprà valutare le soluzioni trovate attraverso il calcolo di indici e parametri di performance, individuando così quelle più adeguate nel contesto decisionale della scelta di portafoglio.</p> <p>4) Abilità comunicative. Per poter utilizzare gli strumenti quantitativi di Excel, in particolare quelli legati ai modelli di scelta di portafoglio, lo studente dovrà necessariamente acquisire la capacità di esprimersi in modo rigoroso, formulando correttamente nozioni e intuizioni. Dovrà essere in grado di esprimere chiaramente i concetti, sia in forma orale che scritta, e, quando necessario, anche attraverso un adeguato linguaggio formale. A questo scopo, tutte le lezioni verranno svolte in un laboratorio informatico dove il docente stimolerà continuamente gli studenti all'interazione e alla discussione critica.</p> <p>5) Capacità di apprendimento. Gli strumenti e i modelli presentati durante il corso forniranno allo studente le capacità necessarie per un approccio analitico all'uso dei modelli quantitativi, sia esplicativi che di programmazione, da applicare in ambito di scelta di portafoglio.</p>				
10600196 STATISTICS FOR MANAGEMENT	1°	1°	9	ENG

Insegnamento**Anno****Semestre****CFU****Lingua****Obiettivi formativi**

Lo scopo principale del corso Statistics for management è fornire una visione generale dell'uso dei metodi statistici come valido supporto per i processi decisionali nella gestione e marketing. Attraverso lo studio di casi, esercitazioni in aula e lavori di gruppo, gli studenti al termine del corso saranno in grado di:

1. analizzare un insieme di dati per finalità descrittive e interpretative;
2. applicare metodologie come la regressione lineare multipla, la cluster analysis e la regressione logistica, per l'analisi di dati multivariati, anche per finalità previsionali;
3. utilizzare in autonomia il software R per l'analisi dei dati

Obiettivi specifici

Conoscenze e capacità di comprensione: Il corso di Statistics for management fornisce agli studenti le conoscenze statistiche rilevanti per il trattamento e la visualizzazione di dati.

Al termine del corso lo studente conosce le tecniche di analisi dei dati e ha la capacità di comprendere come applicarle a dati provenienti da diversi ambiti. Conosce le principali funzionalità del linguaggio R per il trattamento e l'analisi dei dati. Le modalità e gli strumenti didattici con cui i risultati attesi vengono conseguiti sono le lezioni di didattica frontale, le attività progettuali e di laboratorio di gruppo o individuali ovvero la prova finale. La verifica della conoscenza e comprensione è affidata agli esami scritti e orali e alla valutazione degli elaborati prodotti per le attività progettuali, di laboratorio e della prova finale.

Capacità applicative: Gli strumenti didattici con cui viene conseguita la capacità di applicare conoscenza e comprensione sono esercitazioni e attività progettuali in cui gli studenti devono applicare i metodi e le tecniche apprese nonché la prova finale. Al termine del corso, gli studenti saranno in grado di applicare le competenze matematico-modellistiche acquisite per analizzare e utilizzare i dati a supporto dei processi decisionali di aziende e istituzioni.

Capacità critiche e di giudizio: Al termine del corso gli studenti acquisiscono una elevata capacità di ragionamento e giudizio critico che permetterà loro di individuare i modelli e le tecniche statistiche più appropriate per gestire e analizzare dati relativi ai processi e alle attività di un'organizzazione a supporto dei processi decisionali.

Capacità comunicative: Il corso di Statistics for management mira a rafforzare le capacità di esposizione orale, con particolare riferimento alla comunicazione dei risultati dell'analisi dei dati, anche attraverso adeguate visualizzazioni dei risultati. Lo studente usa, in forma scritta e orale, l'inglese con riferimento anche al lessico tecnico specifico.

Capacità di apprendimento: Il corso garantisce l'acquisizione di un elevato livello di autonomia nella gestione dello studio e del proprio apprendimento. Lo studente è lasciato libero di scegliere le metodologie e le tecnologie da usare in tutte le esercitazioni e la produzione di elaborati, ed è incoraggiato all'approfondimento delle tecniche e relativi programmi (in continua evoluzione) a lui più congeniali.

Lo studente deve acquisire 12 CFU fra i seguenti esami

Insegnamento**Anno****Semestre****CFU****Lingua**

10592557 |
BUSINESS
HISTORY

1°

1°

6

ENG

Insegnamento**Anno****Semestre****CFU****Lingua****Obiettivi formativi****Obiettivi generali**

L'insegnamento è interessato alla storia degli imprenditori, delle imprese e dei sistemi aziendali, compresi i temi dell'innovazione, della globalizzazione e della regolamentazione. Gli studenti conosceranno l'emergere della produzione industriale, perché alcune aziende sono cresciute e altre no; l'importanza delle diverse forme di organizzazione aziendale nella storia; e perché sono esistiti e sono sopravvissuti modelli alternativi alla produzione di massa. L'insegnamento mira a fornire una panoramica dello sviluppo delle imprese e del business nel contesto del processo secolare di industrializzazione nel mondo occidentale. Ciò include un tour cronologico della storia delle imprese dai tempi preindustriali fino ad oggi, e le teorie che tentano di spiegarlo. A partire dall'era preindustriale e dalla prima rivoluzione industriale in Inghilterra, il corso si sposta poi attraverso la seconda rivoluzione industriale focalizzata principalmente sugli Stati Uniti alla terza rivoluzione industriale vista da una prospettiva globale e multinazionale. L'enfasi è sul "grande business" tra i principali attori della storia - Regno Unito, Stati Uniti e Giappone insieme ai secondi classificati industriali, come Germania, Francia, Italia e Russia - nonché sulle economie emergenti, come Cina e India.

Obiettivi Specifici

Sebbene l'unità naturale di analisi sia l'impresa, l'insegnamento si concentra principalmente sull'interazione tra le imprese e la società in generale, comprese le risposte delle imprese all'economia mondiale, che ha sempre avuto un'influenza fondamentale sull'evoluzione del business nazionale o regionale. Particolare attenzione è anche prestata al ruolo svolto dal progresso tecnico (innovazioni) per lo sviluppo di imprese e imprese, comprese le tecnologie di uso generale come l'energia a vapore, l'energia elettrica e l'alimentazione dei computer, nonché gli sviluppi nelle infrastrutture di trasporto e di informazione. Fine ultimo è quello di offrire agli studenti le competenze per comprendere gli adattamenti specifici dell'azienda o del business ai vari regimi politici e culturali specifici del paese e all'ambiente in generale.

1. Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding): Il corso si svolge sotto forma di lezioni frontali con un'elevata intensità di interazione studente-insegnante che aiuta a migliorare le capacità di apprendimento degli studenti. Gli studenti acquisiranno una conoscenza e una comprensione complete della storia aziendale.
2. Conoscenza e capacità di comprensione applicate (applying knowledge and understanding): Attraverso casi di studio, gli studenti saranno in grado di attingere a due secoli di esperienze imprenditoriali fornendo loro la conoscenza applicabile e la comprensione necessaria per identificare le cause del successo o del fallimento di aziende o settori
3. Autonomia di giudizio (making judgements); Gli studenti saranno in grado di utilizzare questa conoscenza per formulare giudizi informati su come rispondere in modo ottimale alle sfide aziendali globali contemporanee e future;
4. Abilità comunicative (communication skills): Gli studenti acquisiranno le capacità per comunicare correttamente le conoscenze ad altri.

1044386 |
INDUSTRIAL
ECONOMICS AND
POLICY

1°

2°

6

ENG

Obiettivi formativi

A) Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding): il corso mira a fornire conoscenze e capacità di comprensione dei vari aspetti dell'interazione strategica tra imprese in mercati non concorrenziali concentrandosi sulle ICT, le reti e i mercati a due versanti. Il corso adotta una duplice prospettiva, positiva e normativa.

B) Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding): alla fine del corso, gli studenti saranno essere in grado di applicare le conoscenze acquisite alla soluzione di esercizi teorici e alla discussione di casi pratici.

C) Autonomia di giudizio (making judgements). Il corso mira a sviluppare autonomia di giudizio nello studio di situazioni di interazione strategica - anche in situazioni inattese. Il corso promuove la valutazione critica delle politiche per la concorrenza e per l'innovazione, con particolare riferimento ai mercati digitali.

D) Abilità comunicative (communication skills): alla fine del corso gli studenti sapranno 1) comunicare i criteri di scelta relativi alle diverse decisioni d'impresa in un contesto di interazione strategica; 2) illustrare le strategie d'impresa potenzialmente lesive della concorrenza; 3) valutare gli incentivi pubblici e privati all'innovazione e individuare le politiche più opportune per favorire l'innovazione.

E) Capacità di apprendimento (learning skills): il corso favorisce la frequenza in aula e prepara a studiare in modo auto-gestito e autonomo.

1044389 |
MANAGERIAL
ECONOMICS

1°

2°

6

ENG

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
10616790 ENVIRONMENTAL MANAGEMENT AND SUSTAINABILITY	1°	1°	9	ENG

Obiettivi formativi

Il corso di ENVIRONMENTAL MANAGEMENT AND SUSTAINABILITY fornisce agli studenti le conoscenze necessarie in materia di management ambientale, economia ambientale, economia circolare, green economy e sostenibilità. Altri temi importanti sono la valutazione del rischio nelle sue varie declinazioni e le valutazioni ambientali e i loro molteplici aspetti interdisciplinari, soprattutto rivolti alle esigenze delle imprese.

Descrittore di Dublino 2 (capacità di applicare conoscenza e comprensione): Gli studenti acquisiranno la capacità di implementare una valutazione ambientale relativa a specifiche attività aziendali. Saranno in grado di stimare i rischi ambientali associati alle diverse attività industriali.

Descrittore di Dublino 3 (autonomia di giudizio): Il corso prevede l'analisi di casi di studio, esercitazioni in aula e lavori di gruppo, tutti finalizzati all'acquisizione di capacità critiche e di giudizio.

Descrittore di Dublino 4 (abilità comunicative): Gli studenti esporranno l'analisi svolta durante l'analisi dei casi di studio, migliorando le loro capacità comunicative.

Descrittore di Dublino 5 (capacità di apprendimento): Il corso includerà anche l'analisi di articoli scientifici di recente pubblicazione. Questa attività ha lo scopo di mostrare allo studente come proseguire l'approfondimento di una materia in continua evoluzione anche dopo la fine del corso.

3 crediti

Descrittore di Dublino 1 (conoscenza e capacità di comprensione) :

Il modulo fornisce agli studenti le conoscenze necessarie sul ruolo cruciale che le piattaforme digitali possono svolgere nel raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile e di transizione ecologica.

Descrittore di Dublino 2 (capacità di applicare conoscenza e comprensione): Gli studenti acquisiranno la capacità di stimare gli impatti ambientali di specifiche piattaforme digitali.

Descrittore di Dublino 3 (autonomia di giudizio): Attraverso casi di studio, esercitazioni in aula e lavori di gruppo sul rapporto tra transizione digitale e transizione ecologica, gli studenti acquisiranno capacità critiche e di giudizio.

Descrittore di Dublino 4 (abilità comunicative): Durante l'analisi del caso di studio, gli studenti presenteranno i loro punti di vista, lavorando sulle loro abilità comunicative.

Descrittore di Dublino 5 (capacità di apprendimento): Il modulo comprenderà anche l'analisi di articoli scientifici di recente pubblicazione, con l'obiettivo di mostrare allo studente come proseguire l'approfondimento della materia dopo la fine del corso.

ENVIRONMENTAL MANAGEMENT AND SUSTAINABILITY - CASES AND APPLICATIONS	1°	1°	3	ITA
--	----	----	---	-----

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
Obiettivi formativi				
<p>Il corso di ENVIRONMENTAL MANAGEMENT AND SUSTAINABILITY fornisce agli studenti le conoscenze necessarie in materia di management ambientale, economia ambientale, economia circolare, green economy e sostenibilità. Altri temi importanti sono la valutazione del rischio nelle sue varie declinazioni e le valutazioni ambientali e i loro molteplici aspetti interdisciplinari, soprattutto rivolti alle esigenze delle imprese.</p> <p>Descrittore di Dublino 2 (capacità di applicare conoscenza e comprensione): Gli studenti acquisiranno la capacità di implementare una valutazione ambientale relativa a specifiche attività aziendali. Saranno in grado di stimare i rischi ambientali associati alle diverse attività industriali.</p> <p>Descrittore di Dublino 3 (autonomia di giudizio): Il corso prevede l'analisi di casi di studio, esercitazioni in aula e lavori di gruppo, tutti finalizzati all'acquisizione di capacità critiche e di giudizio.</p> <p>Descrittore di Dublino 4 (abilità comunicative): Gli studenti esporranno l'analisi svolta durante l'analisi dei casi di studio, migliorando le loro capacità comunicative.</p> <p>Descrittore di Dublino 5 (capacità di apprendimento): Il corso includerà anche l'analisi di articoli scientifici di recente pubblicazione. Questa attività ha lo scopo di mostrare allo studente come proseguire l'approfondimento di una materia in continua evoluzione anche dopo la fine del corso.</p> <p>3 crediti</p> <p>Descrittore di Dublino 1 (conoscenza e capacità di comprensione) :</p> <p>Il modulo fornisce agli studenti le conoscenze necessarie sul ruolo cruciale che le piattaforme digitali possono svolgere nel raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile e di transizione ecologica.</p> <p>Descrittore di Dublino 2 (capacità di applicare conoscenza e comprensione): Gli studenti acquisiranno la capacità di stimare gli impatti ambientali di specifiche piattaforme digitali.</p> <p>Descrittore di Dublino 3 (autonomia di giudizio): Attraverso casi di studio, esercitazioni in aula e lavori di gruppo sul rapporto tra transizione digitale e transizione ecologica, gli studenti acquisiranno capacità critiche e di giudizio.</p> <p>Descrittore di Dublino 4 (abilità comunicative): Durante l'analisi del caso di studio, gli studenti presenteranno i loro punti di vista, lavorando sulle loro abilità comunicative.</p> <p>Descrittore di Dublino 5 (capacità di apprendimento): Il modulo comprenderà anche l'analisi di articoli scientifici di recente pubblicazione, con l'obiettivo di mostrare allo studente come proseguire l'approfondimento della materia dopo la fine del corso.</p>				
ENVIRONMENTAL MANAGEMENT AND SUSTAINABILITY - FOUNDATIONS	1°	1°	6	ITA

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
Obiettivi formativi				
<p>Il corso di ENVIRONMENTAL MANAGEMENT AND SUSTAINABILITY fornisce agli studenti le conoscenze necessarie in materia di management ambientale, economia ambientale, economia circolare, green economy e sostenibilità. Altri temi importanti sono la valutazione del rischio nelle sue varie declinazioni e le valutazioni ambientali e i loro molteplici aspetti interdisciplinari, soprattutto rivolti alle esigenze delle imprese.</p> <p>Descrittore di Dublino 2 (capacità di applicare conoscenza e comprensione): Gli studenti acquisiranno la capacità di implementare una valutazione ambientale relativa a specifiche attività aziendali. Saranno in grado di stimare i rischi ambientali associati alle diverse attività industriali.</p> <p>Descrittore di Dublino 3 (autonomia di giudizio): Il corso prevede l'analisi di casi di studio, esercitazioni in aula e lavori di gruppo, tutti finalizzati all'acquisizione di capacità critiche e di giudizio.</p> <p>Descrittore di Dublino 4 (abilità comunicative): Gli studenti esporranno l'analisi svolta durante l'analisi dei casi di studio, migliorando le loro capacità comunicative.</p> <p>Descrittore di Dublino 5 (capacità di apprendimento): Il corso includerà anche l'analisi di articoli scientifici di recente pubblicazione. Questa attività ha lo scopo di mostrare allo studente come proseguire l'approfondimento di una materia in continua evoluzione anche dopo la fine del corso.</p>				
3 crediti				
<p>Descrittore di Dublino 1 (conoscenza e capacità di comprensione) :</p> <p>Il modulo fornisce agli studenti le conoscenze necessarie sul ruolo cruciale che le piattaforme digitali possono svolgere nel raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile e di transizione ecologica.</p> <p>Descrittore di Dublino 2 (capacità di applicare conoscenza e comprensione): Gli studenti acquisiranno la capacità di stimare gli impatti ambientali di specifiche piattaforme digitali.</p> <p>Descrittore di Dublino 3 (autonomia di giudizio): Attraverso casi di studio, esercitazioni in aula e lavori di gruppo sul rapporto tra transizione digitale e transizione ecologica, gli studenti acquisiranno capacità critiche e di giudizio.</p> <p>Descrittore di Dublino 4 (abilità comunicative): Durante l'analisi del caso di studio, gli studenti presenteranno i loro punti di vista, lavorando sulle loro abilità comunicative.</p> <p>Descrittore di Dublino 5 (capacità di apprendimento): Il modulo comprenderà anche l'analisi di articoli scientifici di recente pubblicazione, con l'obiettivo di mostrare allo studente come proseguire l'approfondimento della materia dopo la fine del corso.</p>				
10616791 TOTAL QUALITY MANAGEMENT	1°	2°	9	ENG
TOTAL QUALITY MANAGEMENT - FOUNDATIONS	1°	2°	6	ITA
TOTAL QUALITY MANAGEMENT - CASES AND APPLICATIONS	1°	2°	3	ITA

Lo studente deve acquisire 6 CFU fra i seguenti esami

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
10616792 SOCIAL NETWORK AND BUSINESS INTELLIGENCE	2°	1°	6	ENG
10616793 BUSINESS PROCESS MANAGEMENT	2°	1°	6	ENG

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
10616794 DIGITAL TRANSFORMATION FOR SUSTAINABILITY	2°	1°	6	ENG

Lo studente deve acquisire 3 CFU fra i seguenti esami

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
AAF2355 LABORATORY OF COMPUTER SCIENCE AND EXCEL FOR BUSINESS	2°	1°	3	ENG
AAF1575 FURTHER KNOWLEDGE FOR PLACEMENT ON THE JOB MARKET	2°	1°	3	ENG
AAF2354 LABORATORY OF BUSINESS SPANISH	2°	1°	3	SPA
AAF2468 LABORATORY OF SOFT SKILLS	2°	1°	3	ENG
AAF2467 DATA ANALYSIS LABORATORY FOR BUSINESS DECISION	2°	1°	3	ENG

Lo studente deve acquisire 36 CFU fra i seguenti esami

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
1018185 FINANZA AZIENDALE	1°	1°	9	ITA
10612198 MANAGEMENT DELLE PERFORMANCE	1°	1°	9	ITA
1051491 STRATEGIE D'IMPRESA	1°	1°	9	ITA

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
Obiettivi formativi				
Obiettivi generali				
<p>Il corso di Strategie d'impresa è volto a fornire ai partecipanti le competenze in materia di Strategie d'impresa, con riferimento a principi, modelli, strumenti, tecniche per l'analisi strategica d'impresa, per formulazione della strategia d'impresa, per l'attuazione e il controllo della strategia d'impresa.</p> <p>Particolare rilievo verrà dato all'evoluzione della strategia aziendale in contesi fortemente innovativi, come quelli plasmati dalla digital transformation e dalla sustainable transformation.</p> <p>Al termine del corso lo studente sarà in grado di valutare e comprendere i processi e le decisioni strategiche delle imprese e di sviluppare autonomamente un processo di gestione strategica (analisi, definizione, esecuzione).</p> <p>Il corso è articolato in due moduli (Fondamenti e Casi e applicazioni) che comprendono lezioni teoriche frontali e attività pratiche e applicative (testimonianze aziendali, esercitazioni, analisi di casi, discussione di articoli di attualità, lavori di gruppo e project work, presentazioni).</p> <p>I due moduli vanno visti in modo integrato: il primo è volto a trattare i principi e i modelli della disciplina da un punto di vista di inquadramento teorico; il secondo è orientato alla parte applicativa, e si focalizza sugli strumenti e sulle tecniche e sullo studio di casi applicativi.</p>				
Obiettivi specifici				
<p>Conoscenze e capacità di comprensione:</p> <p>Il corso di Strategie d'Impresa fornisce agli studenti le conoscenze inerenti principi, modelli, strumenti, tecniche per l'analisi strategica d'impresa, per formulazione della strategia d'impresa, per l'attuazione e il controllo della strategia d'impresa.</p>				
<p>Capacità applicative:</p> <p>Al termine del corso lo studente sarà in grado di attuare autonomamente le varie fasi del processo di gestione strategica: analisi, definizione, esecuzione.</p>				
<p>Capacità critiche e di giudizio:</p> <p>Al termine del corso lo studente sarà in grado di valutare e comprendere i processi e le decisioni strategiche delle imprese.</p>				
<p>Capacità comunicative:</p> <p>Il corso mira a incrementare la capacità di comunicazione degli studenti, con particolare riferimento ai piani e ai contenuti della disciplina.</p>				
<p>Capacità di apprendimento:</p> <p>Le varie metodologie didattiche adottate (lezioni frontali, testimonianze aziendali, esercitazioni, analisi di casi, discussione di articoli di attualità, lavori di gruppo e project work, presentazioni) favoriscono un efficace apprendimento e offrono gli strumenti per realizzare un apprendimento continuo, al di là dell'orizzonte specifico del corso.</p>				
STRATEGIA D'IMPRESA - CASI E APPLICAZIONI	1 ^o	1 ^o	3	ITA

Insegnamento**Anno****Semestre****CFU****Lingua****Obiettivi formativi**

Il corso e' articolato in due moduli che comprendono entrambi lezioni frontali e attivita' pratiche consistenti nella analisi e nella discussione di testi articoli data set ed elaborazione dati che concorreranno a formare le competenze dello studente in modo da applicare in maniera concreta le conoscenze acquisite, cosi da favorire l'autonomia di giudizio e la capacita' di problem solving degli studenti.

Specificatamente, lo studente saprà:

Comprendere le teorie sul mutamento tecnologico e le trasformazioni socio istituzionali e l'evoluzione dell'impresa industriale nel lungo periodo (tutti elementi che hanno un forte impatto sulle strategie e le strutture degli attori conbsiderati;

Applicare le conoscenze acquisite nell'ambito della struttura degli organi di governo e di controllo con riferimento ai differenti provvedimenti normativi nazionali (Common Law/Civil Law);

Comunicare e mettere in atto le competenze acquisite nell'analisi concreta di casi aziendali con particolare riferimento alle imprese multinazionali;

Proseguire e valorizzare, in maniera autonoma, nel corso della propria vita professionale gli strumenti di analisi e di comparazione in modo da avere un atteggiamento critico nei confronti della varieta' e della dinamica dei vari assetti di proprieta' e di governance delle imprese e allo stesso tempo avere la capacita' di progettare strutture di propieta' e di governanace che possano contribuire allo sviluppo della azienda e al suo valore.

Tali obiettivi sono raggiunti partendo da una chiara definizione di Sistema economico che rappresenta il sistema di consuetudini, norme e regole. Durante il corso si approfondiranno dei casi studio legati a particolari aree regionali: Europa (Italia, Germania, Inghilterra, Francia, Spagna) Stati Uniti, Cina, Giappone, India, Russia e Asia.

Durante il corso si approfondiranno anche gli aspetti legati al rapporto tra il contesto geo-normativo di riferimento e le regole di corporate governance; in quest'ottica saranno approfondite le differenze tra l'impostazione Civil Law, quella Common Law e, soprattutto, i meccanismi della Path Dependance che hanno favorito, nel tempo, il consolidamento di alcune prassi e routine che, inevitabilmente, stanno condizionando il processo di revisione in atto nei sistemi di governo di tutto il mondo. Il corso si soffermerà poi sul ruolo delle istituzioni, e l'impresa è, appunto, una istituzione e della proprietà e del management e dell'imprenditore e sui rapporti che ne discendono

In definitiva, allo scopo di sviluppare capacità critiche e di giudizio e rendere di conseguenza gli studenti capaci di risolvere, autonomamente, problematiche aziendali di carattere manageriale, il corso farà riferimento a tecniche e strumenti in grado di favorire l'apprendimento e la conoscenza degli studenti; in tale direzione durante il corso si svolgeranno alcune attività, quali:

Esercitazioni di natura teorica e pratica sulle tematiche affrontate durante il corso;

Presentazione di casi aziendali e di relativi report scritti, anche con il supporto di testimonial esterni;

Testimonianze aziendali;

Lavori di gruppo consistenti in Presentazioni di project work e discussione di papers

Al termine del corso lo studente sarà in grado di conoscere ed interpretare in maniera critica i diversi modelli di impresa e la loro evoluzione nei diversi ambiti, le funzioni e l'importanza di figure come quella del manager e dell'imprenditore e la loro evoluzione nel lungo periodo. Pertanto, lo studente sarà in grado di contribuire allo sviluppo dell'impresa e alla sua creazione di valore in coerenza le norme nazionali e internazionali rilevanti in materia.

STRATEGIA
D'IMPRESA -
FONDAMENTI

1°

1°

6

ITA

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
Obiettivi formativi				
<p>Il corso e' articolato in due moduli che comprendono entrambi lezioni frontali e attivita' pratiche consistenti nella analisi e nella discussione di testi articoli data set ed elaborazione dati che concorreranno a formare le competenze dello studente in modo da applicare in maniera concreta le conoscenze acquisite, cosi da favorire l'autonomia di giudizio e la capacita' di problem solving degli studenti.</p> <p>Specificatamente, lo studente saprà:</p> <p>Comprendere le teorie sul mutamento tecnologico e le trasformazioni socio istituzionali e l'evoluzione dell'impresa industriale nel lungo periodo (tutti elementi che hanno un forte impatto sulle strategie e le strutture degli attori conbsiderati;</p> <p>Applicare le conoscenze acquisite nell'ambito della struttura degli organi di governo e di controllo con riferimento ai differenti provvedimenti normativi nazionali (Common Law/Civil Law);</p> <p>Comunicare e mettere in atto le competenze acquisite nell'analisi concreta di casi aziendali con particolare riferimento alle imprese multinazionali;</p> <p>Proseguire e valorizzare, in maniera autonoma, nel corso della propria vita professionale gli strumenti di analisi e di comparazione in modo da avere un atteggiamento critico nei confronti della varieta' e della dinamica dei vari assetti di proprieta' e di governance delle imprese e allo stesso tempo avere la capacita' di progettare strutture di propieta' e di governanace che possano contribuire allo sviluppo della azienda e al suo valore.</p> <p>Tali obiettivi sono raggiunti partendo da una chiara definizione di Sistema economico che rappresenta il sistema di consuetudini, norme e regole. Durante il corso si approfondiranno dei casi studio legati a particolari aree regionali: Europa (Italia, Germania, Inghilterra, Francia, Spagna) Stati Uniti, Cina, Giappone, India, Russia e Asia.</p> <p>Durante il corso si approfondiranno anche gli aspetti legati al rapporto tra il contesto geo-normativo di riferimento e le regole di corporate governance; in quest'ottica saranno approfondite le differenze tra l'impostazione Civil Law, quella Common Law e, soprattutto, i meccanismi della Path Dependance che hanno favorito, nel tempo, il consolidamento di alcune prassi e routine che, inevitabilmente, stanno condizionando il processo di revisione in atto nei sistemi di governo di tutto il mondo. Il corso si soffermerà poi sul ruolo delle istituzioni, e l'impresa è, appunto, una istituzione e della proprietà e del management e dell'imprenditore e sui rapporti che ne discendono</p> <p>In definitiva, allo scopo di sviluppare capacità critiche e di giudizio e rendere di conseguenza gli studenti capaci di risolvere, autonomamente, problematiche aziendali di carattere manageriale, il corso farà riferimento a tecniche e strumenti in grado di favorire l'apprendimento e la conoscenza degli studenti; in tale direzione durante il corso si svolgeranno alcune attività, quali:</p> <p>Esercitazioni di natura teorica e pratica sulle tematiche affrontate durante il corso;</p> <p>Presentazione di casi aziendali e di relativi report scritti, anche con il supporto di testimonial esterni;</p> <p>Testimonianze aziendali;</p> <p>Lavori di gruppo consistenti in Presentazioni di project work e discussione di papers</p> <p>Al termine del corso lo studente sarà in grado di conoscere ed interpretare in maniera critica i diversi modelli di impresa e la loro evoluzione nei diversi ambiti, le funzioni e l'importanza di figure come quella del manager e dell'imprenditore e la loro evoluzione nel lungo periodo. Pertanto, lo studente sarà in grado di contribuire allo sviluppo dell'impresa e alla sua creazione di valore in coerenza le norme nazionali e internazionali rilevanti in materia.</p>				
10616822 TECNOLOGIE DIGITALI PER LE DECISIONI D'IMPRESA	1°	1°	9	ITA
TECNOLOGIE DIGITALI PER LE DECISIONI D'IMPRESA - CASI E APPLICAZIONI	1°	1°	3	ITA
TECNOLOGIE DIGITALI PER LE DECISIONI D'IMPRESA - FONDAMENTI	1°	1°	6	ITA
1018184 MARKETING	1°	2°	9	ITA

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
1047612 ORGANIZZAZIONE E SVILUPPO DELLE RISORSE UMANE CORSO AVANZATO	1°	2°	9	ITA

Obiettivi formativi

Obiettivi generali

Il corso di Organizzazione e Sviluppo delle Risorse Umane fornisce agli studenti le conoscenze necessarie per l'implementazione e la valutazione delle politiche di gestione e sviluppo delle risorse umane, con particolare riguardo ai processi di programmazione, selezione, assunzione, retribuzione, formazione e valorizzazione del personale in azienda. Attraverso lo studio di casi, esercitazioni in aula e lavori di gruppo, gli studenti potranno acquisire capacità e competenze avanzate tanto nell'applicazione degli strumenti di analisi organizzativa quanto nella misurazione dell'efficacia e dell'efficienza dei processi e delle prassi istituite. L'adozione di una prospettiva configurazionale completa il profilo formativo del corso, consolidando nello studente la capacità di valutare i sistemi di gestione delle RU nel loro complesso, in una duplice prospettiva di coerenza interna ed esterna.

Obiettivi specifici

Conoscenze e capacità di comprensione: Il corso fornisce agli studenti le conoscenze teoriche fondamentali per operare nell'ambito della gestione delle risorse umane. In particolare, esso consente allo studente di apprendere le principali teorie, framework di riferimento, approcci, principi e variabili da utilizzare nella costruzione di sistemi di gestione delle risorse umane. Tali conoscenze sono costantemente aggiornate tenendo conto dei risultati più recenti provenienti dalla ricerca e dalla pratica manageriale, grazie anche al ricorso di testimonianze in aula da parte di manager ed esperti in ambito HR.

Capacità applicative: Attraverso lo svolgimento di esercitazioni in aula, test, studio di casi e lavori di gruppo, il presente corso supporta gli studenti nell'applicazione pratica delle nozioni teoriche apprese, rafforzandone al tempo stesso le capacità di analisi e sintesi. Al termine del corso, gli studenti saranno in grado di utilizzare i modelli decisionali appresi, nonché le tecniche, gli indicatori e gli strumenti generalmente impiegati per l'analisi organizzativa e la misurazione dell'efficienza e dell'efficacia dei processi e delle prassi di gestione delle risorse umane di volta in volta considerate.

Capacità critiche e di giudizio: I contenuti e le modalità di svolgimento del corso incoraggiano fortemente lo sviluppo del pensiero critico dello studente nell'approcciarsi all'analisi, gestione e risoluzione di situazioni complesse. In particolare, il corso mira a sviluppare le capacità di osservazione, interpretazione, riflessione e giudizio attraverso l'assegnazione di diverse tipologie di task che prevedono simulazioni, condivisione di opinioni, discussioni di gruppo e/o la predisposizione di relazioni scritte su querelle scientifiche e/o etico-sociali su tematiche riguardanti l'organizzazione del lavoro e la gestione del personale in azienda.

Capacità comunicative: Momento fondamentale del corso è la presentazione in aula dei risultati dei diversi task, progetti, esercizi e lavori di gruppo assegnati e svolti durante il corso stesso. Tali presentazioni sono diversamente articolate in relazione ai contenuti dei task da esporre (peer discussion in una tavola rotonda, presentazione frontale con il supporto di strumenti multimediali, gruppi di discussione informale) e mirano a rafforzare le capacità di esposizione orale, di espressione chiara ed efficace del proprio pensiero e di condivisione chiara e completa delle informazioni con i propri interlocutori.

Capacità di apprendimento: Infine, il corso garantisce l'acquisizione di un elevato livello di autonomia nella gestione dello studio e del proprio apprendimento. Questo è reso possibile attraverso il ricorso a diversi strumenti, tra cui: l'utilizzo della piattaforma e-learning Sapienza per la gestione dei materiali didattici; l'indicazione dei riferimenti bibliografici e degli articoli scientifici utilizzati durante le lezioni; l'indicazione di materiali di riferimento che possono essere utilizzati dagli studenti per approfondire i temi trattati durante il corso.

10612211 VALUTAZIONI D'IMPRESA	1°	2°	9	ITA
VALUTAZIONI D'IMPRESA - FONDAMENTI	1°	2°	6	ITA
VALUTAZIONI D'IMPRESA - CASI E APPLICAZIONI	1°	2°	3	ITA

Lo studente deve acquisire 9 CFU fra i seguenti esami

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
--------------	------	----------	-----	--------

10592616 DIRITTO DELLE OPERAZIONI STRAORDINARIE	1°	1°	9	ITA
--	----	----	---	-----

Obiettivi formativi

Il corso si propone l'obiettivo di fornire agli studenti una preparazione completa e aggiornata, anche in chiave evolutiva e alla luce delle variabili economiche e normative, con riferimento al diritto della società quotate.

Al termine del corso:

1. Conoscenza e capacità di comprensione

Lo studente deve dimostrare l'acquisizione di una conoscenza di base della disciplina delle società con azioni quotate in mercati regolamentati.

2. Conoscenza e capacità di comprensione applicate

Lo studente deve dimostrare la capacità di applicare le nozioni apprese a casi concreti.

3. Autonomia di giudizio

Lo studente deve dimostrare di aver maturato idee giuridicamente fondate.

4. Abilità comunicative

Lo studente deve dimostrare di aver maturato capacità di argomentazione e proprietà di linguaggio giuridico.

5. Capacità di apprendere

Lo studente deve aver dimostrato di aver sviluppato capacità di comprensione della disciplina delle società con azioni quotate, della sua evoluzione e dei suoi principali problemi interpretativi.

1018154 DIRITTO TRIBUTARIO D'IMPRESA	1°	1°	9	ITA
--	----	----	---	-----

10616824 DIRITTO DEI CONSUMATORI	1°	1°	9	ITA
--	----	----	---	-----

10616896 DIRITTO DEI CONTRATTI DI IMPRESA INTERNI ED INTERNAZIONALI	1°	1°	9	ITA
---	----	----	---	-----

1038116 DIRITTO DEL LAVORO E DELLE RELAZIONI INDUSTRIALI	1°	2°	9	ITA
---	----	----	---	-----

Obiettivi formativi

Il corso avrà ad oggetto l'approfondimento dei profili giuridici della gestione delle risorse umane e dei rapporti sindacali per studenti interessati a ricoprire ruoli manageriali nell'ambito di imprese caratterizzate da diversi livelli di complessità. La prima parte del corso sarà dedicata all'analisi della disciplina legislativa e contrattuale che presiede all'organizzazione del lavoro e alla gestione del rapporto individuale di lavoro.

La seconda parte del corso sarà dedicata all'approfondimento del sistema di relazioni industriali e, in particolare, della disciplina legislativa e contrattuale che presiede all'organizzazione e all'azione sindacale in azienda.

Il corso prevede anche attività formative pratiche finalizzate all'approfondimento di casi concreti e di best practices, nonché l'utilizzo di metodologie didattiche innovative (role playing, learning by doing, project work, testimonianze).

Al termine del corso:

1. Conoscenza e capacità di comprensione

Lo studente deve dimostrare l'acquisizione della conoscenza della disciplina dei rapporti di lavoro individuali e collettivi.

2. Conoscenza e capacità di comprensione applicate

Lo studente deve dimostrare la capacità di applicare le nozioni apprese a casi concreti.

3. Autonomia di giudizio

Lo studente deve dimostrare di aver maturato idee giuridicamente fondate.

4. Abilità comunicative

Lo studente deve dimostrare di aver maturato capacità di argomentazione e proprietà di linguaggio giuridico.

5. Capacità di apprendere

Lo studente deve aver dimostrato di aver sviluppato capacità di comprensione della disciplina dei rapporti di lavoro e del sistema di relazioni industriali, della sua evoluzione e dei suoi principali problemi interpretativi.

Lo studente deve acquisire 9 CFU fra i seguenti esami

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
1031420 MODELLI STATISTICI PER L'IMPRESA	1°	2°	9	ITA

Insegnamento**Anno****Semestre****CFU****Lingua****Obiettivi formativi****Obiettivi generali**

Il corso di Modelli Statistici per l'impresa fornisce agli studenti le conoscenze necessarie per comprendere le principali metodologie statistiche applicabili al management e più in generale in ambito socioeconomico e finanziario, preposte alla formulazione, stima e validazione di modelli di regressione lineari e per dati discreti. Particolare enfasi sarà data alle applicazioni in ambito aziendale, socioeconomico e finanziario, volte all'analisi di specifici problemi di gestione delle imprese e di valutazione e controllo dei processi aziendali.

Attraverso lo studio di casi, esercitazioni in aula e lavori di gruppo, gli studenti potranno apprendere l'utilizzo del software statistico R, inteso non solo come strumento di lavoro, ma anche come mezzo di approfondimento dei modelli teorici e della loro applicabilità a dati reali. Inoltre, partendo dall'analisi di dati reali gli studenti potranno acquisire la capacità di discriminare tra procedure statistiche alternative, valutandone vantaggi e svantaggi, nonché di leggere criticamente e di comprendere articoli scientifici che facciano ricorso a procedure eventualmente non illustrate nel corso.

Obiettivi specifici

Conoscenze e capacità di comprensione: Il corso fornisce agli studenti le conoscenze per specificare e stimare un modello di regressione e per interpretare i risultati di un procedimento di stima.

Capacità applicative: Attraverso lo svolgimento di esercitazioni in aula, studio di casi e lavori di gruppo, il corso supporta gli studenti nella realizzazione di un'analisi empirica tramite un software statistico. Al termine del corso, gli studenti saranno in grado di studiare le relazioni esistenti tra due o più variabili (qualitative e/o quantitative), spiegare la variabilità osservata nei dati e analizzare criticamente i risultati ottenuti.

Capacità critiche e di giudizio: I contenuti e le modalità di svolgimento del corso consentono agli studenti che abbiano superato l'esame con successo di acquisire una sensibilità all'analisi empirica dei dati; mediante gli strumenti metodologici introdotti nel corso, gli studenti sapranno discriminare tra le diverse procedure statistiche e sapranno valutarne criticamente i risultati.

Capacità comunicative: Il corso contribuisce a rafforzare anche le capacità di esposizione orale e di sintesi, in quanto gli studenti frequentanti sono invitati a svolgere un lavoro di gruppo, i cui risultati dovranno essere sintetizzati in un breve report e presentati pubblicamente a tutti gli altri studenti.

Capacità di apprendimento: Il corso garantisce l'acquisizione di un elevato livello di autonomia nella gestione dello studio e del proprio apprendimento. Questo è reso possibile attraverso l'attività svolta in aula che, partendo da problemi reali, sollecita gli studenti a valutare vantaggi e svantaggi delle procedure adottate, fornendo loro l'impostazione adeguata per la comprensione autonoma di modelli statistici alternativi, non introdotti nel corso, e della loro valutazione in termini di vantaggi e limitazioni.

I

10600277 |
STATISTICA PER
LE DECISIONI
D'IMPRESA

1°

2°

9

ITA

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
Obiettivi formativi				
<p>Obiettivi generali Il corso di STATISTICA PER LE DECISIONI D'IMPRESA fornisce agli studenti le conoscenze necessarie per utilizzare l'analisi dei dati a supporto delle decisioni aziendali. Attraverso lo studio di casi, esercitazioni in aula e lavori di gruppo, gli studenti potranno acquisire le principali tecniche statistiche che consentiranno il trattamento dell'intera filiera dell'analisi statistica multidimensionale, dalla raccolta al pre-trattamento all'estrazione di conoscenza utile alle decisioni.</p> <p>Obiettivi specifici Conoscenze e capacità di comprensione: Il corso di STATISTICA PER LE DECISIONI D'IMPRESA fornisce agli studenti le conoscenze di raccolta, pulizia e pre-trattamento del dato e della successiva analisi dello stesso. L'illustrazione degli argomenti teorici procederà in parallelo con l'applicazione ai dati reali. In particolare, esso consente allo studente di utilizzare alcune delle principali tecniche di analisi dei dati. Capacità applicative: Attraverso lo svolgimento di esercitazioni in aula, studio di casi e lavori di gruppo, il corso di STATISTICA PER LE DECISIONI D'IMPRESA supporta gli studenti nell'applicazione pratica delle principali tecniche statistiche di analisi dei dati per le decisioni d'azienda. Al termine del corso, gli studenti saranno in grado di formulare un obiettivo di ricerca, di costruire una matrice dei dati coerente con gli obiettivi e di identificare la metodologia statistica più adatta a rispondere agli obiettivi conoscitivi. Capacità critiche e di giudizio: I contenuti e le modalità di svolgimento del corso consentono allo studente di valutare quali obiettivi conoscitivi si possono raggiungere e come fare a raggiungerli. In particolare, il corso mira a sviluppare le capacità di analisi statistica dei dati. Capacità comunicative: Il corso STATISTICA PER LE DECISIONI D'IMPRESA mira a rafforzare la capacità di esposizione scritta e orale, con particolare riferimento alla comunicazione dei risultati dell'analisi statistica dei dati per le decisioni d'azienda. Capacità di apprendimento: Il corso garantisce l'acquisizione di un elevato livello di autonomia nella gestione dello studio e del proprio apprendimento. Questo è reso possibile anche attraverso l'esecuzione di un progetto applicato da svolgere in gruppo.</p>				

Lo studente deve acquisire 12 CFU fra i seguenti esami

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
1035667 ECONOMIA E POLITICA INDUSTRIALE CORSO AVANZATO	1°	2°	6	ITA

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
Obiettivi formativi				
Obiettivi generali				
<p>Il corso (avanzato) di Economia Internazionale si propone principalmente di fornire agli studenti gli strumenti per analizzare i processi di globalizzazione economica, con un focus particolare sulle teorie del commercio internazionale e sulle politiche commerciali internazionali.</p>				
Obiettivi specifici				
<p>Conoscenze e capacità di comprensione: Il corso fornisce le conoscenze necessarie per analizzare le ragioni per cui i Paesi sono coinvolti nello scambio internazionale di beni e fattori produttivi, i benefici e i costi derivanti dal commercio internazionale, nonché le ragioni e gli effetti delle politiche volte a stimolare o a limitare il processo di integrazione economica globale.</p>				
<p>Capacità applicative: Le conoscenze assimilate durante il corso potranno essere applicate per meglio comprendere le problematiche legate all'integrazione economica internazionale, e per sviluppare analisi economiche sull'andamento del mercato globale in un contesto lavorativo, sia nel settore privato che in quello istituzionale.</p>				
<p>Capacità critiche e di giudizio: Grazie agli strumenti analitici forniti durante il corso, gli studenti saranno in grado di comprendere il comportamento dei diversi protagonisti della globalizzazione (consumatori, imprese, lavoratori e istituzioni), e di valutare in modo critico ed autonomo l'evoluzione del processo di integrazione internazionale alla luce del dibattito attuale.</p>				
<p>Capacità comunicative: Gli studenti saranno in grado di redigere report informativi e di analisi economica, e a partecipare a dibattiti su tematiche legate all'economia globale.</p>				
<p>Capacità di apprendimento: Al termine del corso gli studenti saranno in grado di descrivere i principali concetti di integrazione economica internazionale e identificare le principali teorie che hanno informato la politica economica. Saranno inoltre in grado di analizzare le rilevanti informazioni quantitative e qualitative sulla globalizzazione economica da diverse fonti ed ampliare le proprie competenze in modo autonomo.</p>				
1035825 ECONOMIA INTERNAZIONALE CORSO AVANZATO	1°	2°	6	ITA

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
Obiettivi formativi				
Obiettivi generali				
<p>Il corso (avanzato) di Economia Internazionale si propone principalmente di fornire agli studenti gli strumenti per analizzare i processi di globalizzazione economica, con un focus particolare sulle teorie del commercio internazionale e sulle politiche commerciali internazionali.</p>				
Obiettivi specifici				
<p>Conoscenze e capacità di comprensione: Il corso fornisce le conoscenze necessarie per analizzare le ragioni per cui i Paesi sono coinvolti nello scambio internazionale di beni e fattori produttivi, i benefici e i costi derivanti dal commercio internazionale, nonché le ragioni e gli effetti delle politiche volte a stimolare o a limitare il processo di integrazione economica globale.</p>				
<p>Capacità applicative: Le conoscenze assimilate durante il corso potranno essere applicate per meglio comprendere le problematiche legate all'integrazione economica internazionale, e per sviluppare analisi economiche sull'andamento del mercato globale in un contesto lavorativo, sia nel settore privato che in quello istituzionale.</p>				
<p>Capacità critiche e di giudizio: Grazie agli strumenti analitici forniti durante il corso, gli studenti saranno in grado di comprendere il comportamento dei diversi protagonisti della globalizzazione (consumatori, imprese, lavoratori e istituzioni), e di valutare in modo critico ed autonomo l'evoluzione del processo di integrazione internazionale alla luce del dibattito attuale.</p>				
<p>Capacità comunicative: Gli studenti saranno in grado di redigere report informativi e di analisi economica, e a partecipare a dibattiti su tematiche legate all'economia globale.</p>				
<p>Capacità di apprendimento: Al termine del corso gli studenti saranno in grado di descrivere i principali concetti di integrazione economica internazionale e identificare le principali teorie che hanno informato la politica economica. Saranno inoltre in grado di analizzare le rilevanti informazioni quantitative e qualitative sulla globalizzazione economica da diverse fonti ed ampliare le proprie competenze in modo autonomo.</p>				
10596424 STORIA ED EVOLUZIONE DEI MODELLI D'IMPRESA	1°	2°	6	ITA

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
Obiettivi formativi				
<p>Il corso di Storia ed evoluzione dei modelli di impresa fornisce agli studenti le conoscenze necessarie per comprendere l'evoluzione dei modelli di impresa negli ultimi 150, con particolare riguardo al contesto globale e successivamente al caso italiano. Attraverso lezioni frontali, lo studio di casi e lavori di gruppo, gli studenti potranno acquisire la comprensione dei meccanismi decisionali interni e l'influenza di variabili esterne che conducono alla scelta strategica della forma d'impresa in funzione degli obiettivi che si pone la struttura manageriale.</p>				
Obiettivi specifici				
<p>Conoscenze e capacità di comprensione: Il corso di fornisce agli studenti le conoscenze per identificare le differenti forme di organizzazione dell'impresa e del perché esse mutano nello spazio e nel tempo. In particolare, esso consente allo studente di comprendere l'impatto del cambiamento tecnologico sulle opportunità e le sfide che gli imprenditori e le organizzazioni devono affrontare, il contesto in cui vengono prese le decisioni e il concetto di razionalità limitata.</p>				
<p>Capacità applicative: Attraverso lo svolgimento di esercitazioni in aula, studio di casi e lavori di gruppo, il corso supporta gli studenti nell'analisi e risoluzione di problemi aziendali complessi. Al termine del corso, gli studenti saranno in grado di comprendere i meccanismi di interazione tra fattori endogeni ed esogeni che nel tempo e nello spazio producono l'alternarsi delle forme di imprese.</p>				
<p>Capacità critiche e di giudizio: I contenuti e le modalità di svolgimento del corso consentono di sviluppare le capacità di analisi dell'evoluzione dei modelli capitalistici su scala globale.</p>				
<p>Capacità comunicative: gli studenti svilupperanno le capacità comunicative, scritte ed orali, per veicolare i temi fondamentali affrontati dalla disciplina in accordo col metodo scientifico prevalente nella comunità internazionale.</p>				
<p>Capacità di apprendimento: Il corso garantisce l'acquisizione di un elevato livello di autonomia nella gestione dello studio e del proprio apprendimento. Questo è reso possibile attraverso l'utilizzo di strumenti d'indagine di tipo qualitativo (paradigma chandleriano) e quantitativo-analitico (la teoria dell'agenzia, teoria dei giochi, economia dei costi di transazione e dell'informazione) estendibili a discipline affini.</p>				

Lo studente deve acquisire 3 CFU fra i seguenti esami

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
AAF2169 LABORATORIO PREMIO MARKETING	2°	1°	3	ITA

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
Obiettivi formativi				
Obiettivi generali				
<p>Il Laboratorio Premio Marketing fornisce agli studenti e alle studentesse gli elementi necessari per la risoluzione di un reale caso aziendale, mediante la redazione di un elaborato finale (piano di marketing). Ogni anno, infatti, in collaborazione con una diversa impresa, gli studenti sono chiamati a mettersi alla prova con un "problema" di marketing, la cui risoluzione richiederà l'applicazione di tecniche analitiche, strategiche e operative. Oltre a lezioni frontali di contenuto teorico, saranno fornite agli studenti indicazioni di carattere operativo, che condurranno alla redazione di un elaborato in grado di riflettere gli standard richiesti dalle imprese. Gli studenti potranno partecipare singolarmente o in gruppo (composto al massimo da 3 persone).</p> <p>Infine, questo laboratorio ha una valenza che si estende oltre i confini del corso di laurea, perché svolto in collaborazione con la Società Italiana Marketing. Tutti i gruppi, infatti, potranno partecipare ad una competizione che vede coinvolti studenti afferenti a molteplici università italiane. I partecipanti vedranno riconosciuta la loro partecipazione alla competizione nazionale mediante apposito attestato rilasciato dalla Società Italiana Marketing stessa, che potrà essere utilizzato per arricchire il proprio curriculum vitae. Per avere informazioni di dettaglio, si consiglia la consultazione del sito web dedicato http://www.premiomarketing.com/sp/it/home.3sp.</p>				
Obiettivi specifici				
<p>Conoscenze e capacità di comprensione: Al termine del corso lo studente potrà dimostrare di avere piena padronanza dei concetti principali relativi alle modalità di redazione di un piano di marketing, declinato nelle sue sezioni analitica, strategica e operativa.</p> <p>Capacità applicative: Attraverso lo svolgimento di lavori di gruppo, il corso supporta gli studenti nell'applicazione pratica delle modalità di redazione di un piano di marketing. Al termine del corso, gli studenti saranno in grado di redigere il proprio elaborato, effettuando l'analisi dei diversi ambienti di marketing, formulando una specifica strategia e prendendo le giuste decisioni operative per il perseguimento degli obiettivi posti in essere.</p> <p>Capacità critiche e di giudizio: I contenuti e le modalità di svolgimento del corso incoraggiano fortemente lo sviluppo del pensiero critico dello studente nell'approcciarsi alla comprensione e all'analisi del mercato di riferimento, presupposti fondamentali per la formulazione di un'adeguata strategia e per l'applicazione operativa.</p> <p>Capacità comunicative: lo studente acquisirà abilità comunicative e appropriatezza nell'impiego del linguaggio tecnico relativo alla disciplina del Marketing.</p> <p>Capacità di apprendimento: Al termine del corso lo studente sarà grado di redigere un piano di marketing.</p>				
AAF1981 LABORATORIO DI BUSINESS ENGLISH	2°	1°	3	ENG
AAF2167 LABORATORIO DI SOFT SKILLS	2°	1°	3	ITA
AAF2168 LABORATORIO DI INFORMATICA ED EXCEL PER LE IMPRESE	2°	1°	3	ITA
AAF1149 altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	2°	1°	3	ITA

Lo studente deve acquisire 6 CFU fra i seguenti esami

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
1055638 MARKETING DEL TURISMO	2°	2°	6	ITA

Insegnamento**Anno****Semestre****CFU****Lingua****Obiettivi formativi**

Il corso ha l'obiettivo di fornire un quadro conoscitivo sui fondamenti del marketing e un approfondimento sulle applicazioni al mercato turistico. Il corso tratta della raccolta dei dati, sulla base di specifici disegni, e della loro analisi, al fine di fornire un efficace supporto al processo decisionale, con particolare attenzione al mercato turistico ed alle sue peculiarità. Il corso è organizzato in due parti: data collection e disegno della ricerca; applicazione di strumenti e tecniche al marketing turistico. Verranno considerati aspetti inerenti sia alle ricerche quantitative che a quelle qualitative.

1051472 |
MARKETING
DISTRIBUTIVO

2°

2°

6

ITA

Obiettivi formativi

Conoscenza e capacità di comprensione:

Oggetto formativo principale del corso è lo scenario dei sistemi commerciali, la struttura, le dinamiche evolutive, i bisogni degli intermediari commerciali, le funzioni svolte e la creazione di valore nel contesto economico.

Verrà esaminata l'importanza dell'analisi competitiva e delle scelte strategiche di posizionamento, in particolare dei servizi offerti, le strategie di sviluppo, il Marketing delle imprese commerciali con rilievo alla segmentazione e alla definizione del retailing mix.

In relazione alle logiche gestionali verranno analizzati l'ottimizzazione del disegno dei canali, la gestione della multicanalità e il trade marketing.

Le dinamiche evolutive saranno approfondite attraverso le principali tipologie di innovazioni nel management distributivo, le conseguenze manageriali del cambiamento degli assetti di potere fra brand nazionali e distributori, le principali sfide nella gestione dei canali distributivi, come le private label e lo sviluppo dei canali digitali.

Conoscenza e capacità di comprensione applicate:

A conclusione del corso e dell'esame, in particolare gli studenti avranno conseguito

-conoscenze di base sui principali aspetti gestionali marketing delle imprese distributive e delle imprese industriali nella relazione col trade

-competenze di base utili per l'analisi e la soluzione dei principali problemi strategici e gestionali di marketing distributivo

Autonomia di giudizio:

gli studenti svilupperanno capacità analitiche e decisionali da utilizzare per il loro inserimento nell'ambito di contesti gestionali di marketing distributivo.

Abilità comunicative:

la capacità di comunicare, presentare, relazionarsi e lavorare in team verrà sviluppata anche grazie a workshop e incontri con manager aziendali

Capacità di apprendere:

gli studenti verranno ampiamente dotati di strumenti di apprendimento utilizzabili per operare nell'ambito di vari contesti gestionali di marketing distributivo sia di imprese distributive che di imprese industriali.

Capacità applicative:

Attraverso lo svolgimento di esercitazioni in aula, testimonianze e studio di casi aziendali, lavori di gruppo, il corso di Marketing Distributivo supporta gli studenti nell'applicazione pratica della teoria oggetto della materia del corso su progetti specifici. Utilizzando gli strumenti teorici appresi, al termine del corso gli studenti saranno ad esempio in grado di identificare le diverse politiche d'insegna e di format distributio dei principali players della GDO italiana, le diverse politiche delle marche commerciali in relazione a grandi temi innovativi come la sostenibilità, le diverse strategie distributive in vari settori industriali.

1044409 |
RICERCHE DI
MARKETING

2°

2°

6

ITA

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
Obiettivi formativi				
<p>Il corso ha l'obiettivo di fornire un ampio e aggiornato quadro conoscitivo sui fondamenti della ricerca di marketing. Il corso tratta dello sviluppo delle domande di ricerca, della raccolta dei dati, dell'analisi degli stessi, con la finalità di fornire un efficace supporto al processo decisionale di marketing. Verranno presi in considerazione aspetti inerenti sia alle ricerche quantitative che a quelle qualitative.</p> <p>1) Conoscenza e capacità di comprensione Il corso intende trasferire le fondamentali conoscenze relative a: 1) Data collection e disegno della ricerca; 2) strumenti e tecniche della ricerca di marketing</p> <p>2) Capacità applicative L'acquisizione di tali conoscenze trova concreta applicazione nello sviluppo di competenze relative al disegno e alla realizzazione di progetti di ricerca qualitativi e quantitativi su casi aziendali reali. In tal modo, si potranno applicare le nozioni teoriche proposte in aula e sviluppare capacità di: definizione delle domande di ricerca, scelta del metodo e delle tecniche di raccolta dati, elaborazione dei dati (qualitativi e quantitativi; primari e secondari), presentazione dei risultati attraverso un report scritto, presentazione dei risultati attraverso il public speaking, elaborazione delle marketing implication a partire dai risultati della ricerca.</p> <p>3) Autonomia di giudizio Il corso ha l'obiettivo di sviluppare una capacità critica di giudizio delle attività di ricerca e dei relativi risvolti etici.</p> <p>4) Abilità nella comunicazione Il corso ha l'obiettivo di sviluppare capacità di comunicare in maniera efficace idee e domande di ricerca stimolando le interazioni in aula, come pure le capacità di public speaking al fine di presentare in modo professionale un report di ricerca.</p> <p>5) Capacità di apprendere Attraverso l'insegnamento dei principali metodi e tecniche di ricerca, il ricorso a incontri con professionisti della ricerca di marketing, lo studio di numerosi esempi, gli studenti svilupperanno la capacità di proseguire lo studio di questa disciplina in modo autonomo.</p>				
10616826 MARKETING SOSTENIBILE	2°	2°	6	ITA

Lo studente deve acquisire 6 CFU fra i seguenti esami

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
10612229 SVILUPPO SOSTENIBILE DEL TERRITORIO	2°	1°	6	ITA
10596403 START UP E CREAZIONE D'IMPRESA	2°	1°	6	ITA
10616826 MARKETING SOSTENIBILE	2°	1°	6	ITA
10616829 ECONOMIA CIRCOLARE E SISTEMI INDUSTRIALI	2°	1°	6	ITA
10616827 IMPRENDITORIALI TA' SOCIALE	2°	1°	6	ITA

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
10616828 MANAGEMENT DELLE TECNOLOGIE DIGITALI PER LA SOSTENIBILITA'	2°	1°	6	ITA

Lo studente deve acquisire 18 CFU fra i seguenti esami

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
10596401 MANAGEMENT AMBIENTALE PER LA SOSTENIBILITA'	2°	1°	9	ITA

Obiettivi formativi

Il corso di MANAGEMENT AMBIENTALE E SOSTENIBILITA fornisce agli studenti le conoscenze necessarie sui temi importanti quali il management ambientale, l'economia ambientale, l'economia circolare, la green economy, e la sostenibilità. Altri temi importanti sono la valutazione del rischio nelle sue varie declinazioni nonché le valutazioni ambientali e i suoi molteplici aspetti di carattere interdisciplinare, mirato soprattutto alle necessità delle imprese. Attraverso lo studio di casi, esercitazioni in aula e lavori di gruppo, gli studenti potranno acquisire conoscenze generali sugli aspetti fondamentali dello sviluppo sostenibile e la sua evoluzione, nonché sulla coerenza delle politiche sullo sviluppo sostenibile (PCSD) collegate all'Agenda 2030, tanto nell'applicazione degli strumenti specifici quanto nello sviluppo teorico.

Obiettivi specifici

Conoscenze e capacità di comprensione: Il corso di MANAGEMENT AMBIENTALE E SOSTENIBILITA fornisce agli studenti le conoscenze di base per eseguire la valutazione ambientale riguardo a diverse classi di progetti. In particolare, esso consente allo studente di approfondire gli strumenti di valutazione/interpretazione [VIA, VAS, AIA (BATs), VINCA, IPAT, Kuznets, Analisi Costi Benefici, Soluzioni basate sulla natura (NBSs), Infrastrutture verdi e blue (GIs, BIs), servizi ecosistemici (ESs)]. Grazie anche al ricorso a testimonianze in aula saranno svolte lezioni su temi attuali quali le Piattaforme digitali e sostenibilità; il caso WW Dieselgate, le industrie pesanti (ILVA), centrali elettriche e nucleari.

Capacità applicative: Attraverso lo svolgimento di esercitazioni in aula, studio di casi e lavori di gruppo, il corso di MANAGEMENT AMBIENTALE E SOSTENIBILITA supporta gli studenti nell'applicazione pratica degli indicatori di performance e di sostenibilità delle imprese. Al termine del corso, gli studenti saranno in grado di conoscere gli strumenti normativi connessi con le tematiche delle valutazioni ambientali e la valutazione del rischio all'interno delle Imprese. Saranno inoltre in grado di affrontare lo strumento dell'analisi costi e benefici della protezione ambientale e dei vari metodi di valutazione monetaria delle risorse ambientali.

Capacità critiche e di giudizio: I contenuti e le modalità di svolgimento del corso consentono di avere capacità critiche e di impostazione relative alle problematiche ambientali delle imprese. In particolare, il corso mira a sviluppare le capacità critiche e di realizzazione/innovazione riguardo la sostenibilità delle imprese attraverso l'uso degli indicatori di performance ecosostenibile delle imprese, collegati agli obiettivi di sviluppo sostenibile/Agenda 2030 (SDGs).

Capacità comunicative: Il corso di MANAGEMENT AMBIENTALE E LA SOSTENIBILITA mira pertanto a rafforzare le capacità di esposizione orale, con particolare riferimento all'esposizione di temi complessi nei lavori di gruppo nei quali la classe partecipa attivamente con delle domande. La capacità comunicativa è anche non soltanto una mera esposizione di un problema (ad es. le navi dei rifiuti affondate nel mare della Calabria), ma anche una gestione delle tre fasi della comunicazione del rischio.

Capacità di apprendimento: Il corso garantisce l'acquisizione di un elevato livello di autonomia nella gestione dello studio e del proprio apprendimento. Ad esempio, si studieranno gli elementi essenziali del metodo scientifico: dalla scienza alla tecnologia (collegata alla green economy), alla normativa e all'evoluzione della normativa; mirando principalmente alle esigenze delle imprese. La capacità di apprendimento viene valutata dal professore due volte durante il corso.

1018064 MANAGEMENT DELLA QUALITA'	2°	1°	9	ITA
10616847 CORPORATE SOCIAL RESPONSABILITY	2°	1°	9	ITA

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
CORPORATE SOCIAL RESPONSABILITY - 2° CASI E APPLICAZIONI		1°	3	ITA
CORPORATE SOCIAL RESPONSABILITY - 2° FONDAMENTI		1°	6	ITA

Lo studente deve acquisire 3 CFU fra i seguenti esami

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
AAF2168 LABORATORIO DI INFORMATICA ED EXCEL PER LE IMPRESE	2°	1°	3	ITA
AAF1981 LABORATORIO DI BUSINESS ENGLISH	2°	1°	3	ENG
AAF2167 LABORATORIO DI SOFT SKILLS	2°	1°	3	ITA
AAF1149 altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	2°	1°	3	ITA
AAF2476 LABORATORIO DI FINANZA AGEVOLATA PER LE IMPRESE	2°	1°	3	ITA
AAF2478 LABORATORIO DI CERTIFICAZIONE AMBIENTALE	2°	1°	3	ITA

Obiettivi formativi**Laboratorio CERTIFICAZIONE AMBIENTALE**

Il laboratorio relativo alla certificazione ambientale è fondamentalmente dedicato alla ISO 14001:2015 - I Sistemi di Gestione Ambientale, presentano le linee guida e le novità introdotte nell'edizione 2015 a cui tutte le aziende si sono allineate dal 2018.

Si tratta di un laboratorio che prevede, oltre alla comprensione della struttura dello standard ISO 14001, lo stimolo di riflessioni sulle differenti problematiche tipicamente affrontate dalle aziende in tema di sostenibilità ambientale, la sensibilizzazione alla compliance e l'etica per formare nuovi manager e lavoratori preparati rispetto alle nuove sfide, specie di tipo ambientale richieste per la transizione ecologica ai sistemi di produzione.

L'obiettivo del laboratorio oltre alla sensibilizzazione su tematiche di sostenibilità ambientale nei processi, è quello di trasferire competenze sulla metodologia con cui strutturare e definire un SGA, affrontando in riferimento alle differenti parti della norma diverse tematiche tra cui il concetto di rischio, di prospettiva del ciclo di vita di un prodotto, di contesto, di miglioramento continuo.

La preparazione degli studenti in linea con altri corsi attivati all'interno del Curriculum di Management e Sostenibilità come Management della Qualità e Management Ambientale per la Sostenibilità, comporta degli approfondimenti coerenti con le tematiche affrontate in queste materie, offrendo l'opportunità di un approfondimento specialistico e l'acquisizione di una metodologia specifica per un approccio di tipo operativo in azienda.

OBIETTIVI FORMATIVI

Presentiamo gli obiettivi del Corso secondo l'impostazione dei descrittori di Dublino:

1) Conoscenza e comprensione al completamento del corso

Lo studente alla fine del corso avrà acquisito le seguenti capacità:

1. della terminologia e dei principi alla base relativi quali fondamenti della Normazione della qualità
2. Definizioni e concetti relativi al Sostenibilità ed all' Etica dell' economica ambientale
3. Gestione sostenibile dei processi
4. Conoscenza generale dei più importanti standard internazionali BS, ISO
5. Conoscenza degli enti nazionali ed internazionali l'Accreditamento e Certificazione e loro attività
6. Conoscenza della struttura della Norma ISO 14001:2015
7. Conoscenza dei concetti alla base della norma : Contesto, Prospettiva del ciclo di vita e Rischio
8. Conoscenza del Commitment e Attività per l'Impegno dell'alta Direzione
9. Conoscenza della Definizione delle Politiche Ambientali
10. Conoscenza degli elementi base per la pianificazione ambientale e rischi connessi
11. Conoscenza dell'iter certificativo
12. Conoscenza del principio d'Integrazione dei Sistemi.
13. Acquisire le competenze per orientare la gestione aziendale sostenibile e preparare l'azienda ai
14. processi di certificazione, per l'eco-efficienza e la sostenibilità.
15. Orientare gli studenti al management responsabile ed alla necessità di dare un fondamento morale alla governance, ed in generale all'attività di produzione.

2) Capacità di applicare le conoscenze e livello di comprensione

Relativamente alle varie macro tematiche affrontate, sono programmate esercitazioni, dibattiti orali in aula e test, affinché sia possibile valutare progressivamente il livello di comprensione delle varie tematiche e rendere gli studenti in grado di applicare le nozioni apprese.

3) Capacità critiche di giudizio - 4) Capacità di comunicare quanto appreso.

Relativamente ai descrittori 3 e 4, sono previste test parziali per verificare la comprensione di argomenti specificatamente trattati, la presentazione di alcuni case study che comporteranno il giudizio critico degli studenti organizzati in team che stabiliranno autonomamente riferimenti per affrontare le differenti problematiche e i ruoli nel team, le modalità di presentazione del risultato, esprimendo giudizio critico e formulando osservazioni singole o collettive. L'obiettivo è favorire lo sviluppo del giudizio critico, l'autonoma organizzazione del lavoro, le capacità di interazione nel lavoro in team, il miglioramento delle capacità di problem solving e di comunicazione anche nell'ambito di un classico iter certificativo nelle varie attività coinvolte all'interno all'azienda.

5) Capacità di proseguire e approfondire lo studio in maniera autonoma

Durante il corso, saranno suggeriti alcuni approfondimenti su cui gli studenti potranno confrontarsi specie in tema di approccio alla SGA in merito a particolari sezioni della norma (7/8) per l'identificazione di azione correttive, relative metodologie applicative e strumenti per la loro analisi per favorire massimamente l'autonomia dello studente e accrescere l'interesse per la Certificazione e la Sostenibilità Ambientale ormai divenuta una prerogativa essenziale per le aziende al livello internazionale.

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
1018185 FINANZA AZIENDALE	1°	1°	9	ITA
10612198 MANAGEMENT DELLE PERFORMANCE	1°	1°	9	ITA
1051491 STRATEGIE D'IMPRESA	1°	1°	9	ITA

Obiettivi formativi

Obiettivi generali

Il corso di Strategie d'impresa è volto a fornire ai partecipanti le competenze in materia di Strategie d'impresa, con riferimento a principi, modelli, strumenti, tecniche per l'analisi strategica d'impresa, per formulazione della strategia d'impresa, per l'attuazione e il controllo della strategia d'impresa.

Particolare rilievo verrà dato all'evoluzione della strategia aziendale in contesi fortemente innovativi, come quelli plasmati dalla digital transformation e dalla sustainable transformation.

Al termine del corso lo studente sarà in grado di valutare e comprendere i processi e le decisioni strategiche delle imprese e di sviluppare autonomamente un processo di gestione strategica (analisi, definizione, esecuzione).

Il corso è articolato in due moduli (Fondamenti e Casi e applicazioni) che comprendono lezioni teoriche frontali e attività pratiche e applicative (testimonianze aziendali, esercitazioni, analisi di casi, discussione di articoli di attualità, lavori di gruppo e project work, presentazioni).

I due moduli vanno visti in modo integrato: il primo è volto a trattare i principi e i modelli della disciplina da un punto di vista di inquadramento teorico; il secondo è orientato alla parte applicativa, e si focalizza sugli strumenti e sulle tecniche e sullo studio di casi applicativi.

Obiettivi specifici

Conoscenze e capacità di comprensione:

Il corso di Strategie d'Impresa fornisce agli studenti le conoscenze inerenti principi, modelli, strumenti, tecniche per l'analisi strategica d'impresa, per formulazione della strategia d'impresa, per l'attuazione e il controllo della strategia d'impresa.

Capacità applicative:

Al termine del corso lo studente sarà in grado di attuare autonomamente le varie fasi del processo di gestione strategica: analisi, definizione, esecuzione.

Capacità critiche e di giudizio:

Al termine del corso lo studente sarà in grado di valutare e comprendere i processi e le decisioni strategiche delle imprese.

Capacità comunicative:

Il corso mira a incrementare la capacità di comunicazione degli studenti, con particolare riferimento ai piani e ai contenuti della disciplina.

Capacità di apprendimento:

Le varie metodologie didattiche adottate (lezioni frontali, testimonianze aziendali, esercitazioni, analisi di casi, discussione di articoli di attualità, lavori di gruppo e project work, presentazioni) favoriscono un efficace apprendimento e offrono gli strumenti per realizzare un apprendimento continuo, al di là dell'orizzonte specifico del corso.

STRATEGIA D'IMPRESA - CASI E APPLICAZIONI	1°	1°	3	ITA
---	----	----	---	-----

Insegnamento**Anno****Semestre****CFU****Lingua****Obiettivi formativi**

Il corso e' articolato in due moduli che comprendono entrambi lezioni frontali e attivita' pratiche consistenti nella analisi e nella discussione di testi articoli data set ed elaborazione dati che concorreranno a formare le competenze dello studente in modo da applicare in maniera concreta le conoscenze acquisite, cosi da favorire l'autonomia di giudizio e la capacita' di problem solving degli studenti.

Specificatamente, lo studente saprà:

Comprendere le teorie sul mutamento tecnologico e le trasformazioni socio istituzionali e l'evoluzione dell'impresa industriale nel lungo periodo (tutti elementi che hanno un forte impatto sulle strategie e le strutture degli attori conbsiderati;

Applicare le conoscenze acquisite nell'ambito della struttura degli organi di governo e di controllo con riferimento ai differenti provvedimenti normativi nazionali (Common Law/Civil Law);

Comunicare e mettere in atto le competenze acquisite nell'analisi concreta di casi aziendali con particolare riferimento alle imprese multinazionali;

Proseguire e valorizzare, in maniera autonoma, nel corso della propria vita professionale gli strumenti di analisi e di comparazione in modo da avere un atteggiamento critico nei confronti della varieta' e della dinamica dei vari assetti di proprieta' e di governance delle imprese e allo stesso tempo avere la capacita' di progettare strutture di propieta' e di governanace che possano contribuire allo sviluppo della azienda e al suo valore.

Tali obiettivi sono raggiunti partendo da una chiara definizione di Sistema economico che rappresenta il sistema di consuetudini, norme e regole. Durante il corso si approfondiranno dei casi studio legati a particolari aree regionali: Europa (Italia, Germania, Inghilterra, Francia, Spagna) Stati Uniti, Cina, Giappone, India, Russia e Asia.

Durante il corso si approfondiranno anche gli aspetti legati al rapporto tra il contesto geo-normativo di riferimento e le regole di corporate governance; in quest'ottica saranno approfondite le differenze tra l'impostazione Civil Law, quella Common Law e, soprattutto, i meccanismi della Path Dependance che hanno favorito, nel tempo, il consolidamento di alcune prassi e routine che, inevitabilmente, stanno condizionando il processo di revisione in atto nei sistemi di governo di tutto il mondo. Il corso si soffermerà poi sul ruolo delle istituzioni, e l'impresa è, appunto, una istituzione e della proprietà e del management e dell'imprenditore e sui rapporti che ne discendono

In definitiva, allo scopo di sviluppare capacità critiche e di giudizio e rendere di conseguenza gli studenti capaci di risolvere, autonomamente, problematiche aziendali di carattere manageriale, il corso farà riferimento a tecniche e strumenti in grado di favorire l'apprendimento e la conoscenza degli studenti; in tale direzione durante il corso si svolgeranno alcune attività, quali:

Esercitazioni di natura teorica e pratica sulle tematiche affrontate durante il corso;

Presentazione di casi aziendali e di relativi report scritti, anche con il supporto di testimonial esterni;

Testimonianze aziendali;

Lavori di gruppo consistenti in Presentazioni di project work e discussione di papers

Al termine del corso lo studente sarà in grado di conoscere ed interpretare in maniera critica i diversi modelli di impresa e la loro evoluzione nei diversi ambiti, le funzioni e l'importanza di figure come quella del manager e dell'imprenditore e la loro evoluzione nel lungo periodo. Pertanto, lo studente sarà in grado di contribuire allo sviluppo dell'impresa e alla sua creazione di valore in coerenza le norme nazionali e internazionali rilevanti in materia.

**STRATEGIA
D'IMPRESA -
FONDAMENTI**

1°

1°

6

ITA

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
Obiettivi formativi				
<p>Il corso e' articolato in due moduli che comprendono entrambi lezioni frontali e attivita' pratiche consistenti nella analisi e nella discussione di testi articoli data set ed elaborazione dati che concorreranno a formare le competenze dello studente in modo da applicare in maniera concreta le conoscenze acquisite, cosi da favorire l'autonomia di giudizio e la capacita' di problem solving degli studenti.</p> <p>Specificatamente, lo studente saprà:</p> <p>Comprendere le teorie sul mutamento tecnologico e le trasformazioni socio istituzionali e l'evoluzione dell'impresa industriale nel lungo periodo (tutti elementi che hanno un forte impatto sulle strategie e le strutture degli attori conbsiderati;</p> <p>Applicare le conoscenze acquisite nell'ambito della struttura degli organi di governo e di controllo con riferimento ai differenti provvedimenti normativi nazionali (Common Law/Civil Law);</p> <p>Comunicare e mettere in atto le competenze acquisite nell'analisi concreta di casi aziendali con particolare riferimento alle imprese multinazionali;</p> <p>Proseguire e valorizzare, in maniera autonoma, nel corso della propria vita professionale gli strumenti di analisi e di comparazione in modo da avere un atteggiamento critico nei confronti della varieta' e della dinamica dei vari assetti di proprieta' e di governance delle imprese e allo stesso tempo avere la capacita' di progettare strutture di propieta' e di governanace che possano contribuire allo sviluppo della azienda e al suo valore.</p> <p>Tali obiettivi sono raggiunti partendo da una chiara definizione di Sistema economico che rappresenta il sistema di consuetudini, norme e regole. Durante il corso si approfondiranno dei casi studio legati a particolari aree regionali: Europa (Italia, Germania, Inghilterra, Francia, Spagna) Stati Uniti, Cina, Giappone, India, Russia e Asia.</p> <p>Durante il corso si approfondiranno anche gli aspetti legati al rapporto tra il contesto geo-normativo di riferimento e le regole di corporate governance; in quest'ottica saranno approfondite le differenze tra l'impostazione Civil Law, quella Common Law e, soprattutto, i meccanismi della Path Dependance che hanno favorito, nel tempo, il consolidamento di alcune prassi e routine che, inevitabilmente, stanno condizionando il processo di revisione in atto nei sistemi di governo di tutto il mondo. Il corso si soffermerà poi sul ruolo delle istituzioni, e l'impresa è, appunto, una istituzione e della proprietà e del management e dell'imprenditore e sui rapporti che ne discendono</p> <p>In definitiva, allo scopo di sviluppare capacità critiche e di giudizio e rendere di conseguenza gli studenti capaci di risolvere, autonomamente, problematiche aziendali di carattere manageriale, il corso farà riferimento a tecniche e strumenti in grado di favorire l'apprendimento e la conoscenza degli studenti; in tale direzione durante il corso si svolgeranno alcune attività, quali:</p> <p>Esercitazioni di natura teorica e pratica sulle tematiche affrontate durante il corso;</p> <p>Presentazione di casi aziendali e di relativi report scritti, anche con il supporto di testimonial esterni;</p> <p>Testimonianze aziendali;</p> <p>Lavori di gruppo consistenti in Presentazioni di project work e discussione di papers</p> <p>Al termine del corso lo studente sarà in grado di conoscere ed interpretare in maniera critica i diversi modelli di impresa e la loro evoluzione nei diversi ambiti, le funzioni e l'importanza di figure come quella del manager e dell'imprenditore e la loro evoluzione nel lungo periodo. Pertanto, lo studente sarà in grado di contribuire allo sviluppo dell'impresa e alla sua creazione di valore in coerenza le norme nazionali e internazionali rilevanti in materia.</p>				
10616822 TECNOLOGIE DIGITALI PER LE DECISIONI D'IMPRESA	1°	1°	9	ITA
TECNOLOGIE DIGITALI PER LE DECISIONI D'IMPRESA - CASI E APPLICAZIONI	1°	1°	3	ITA
TECNOLOGIE DIGITALI PER LE DECISIONI D'IMPRESA - FONDAMENTI	1°	1°	6	ITA

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
1047612 ORGANIZZAZIONE E SVILUPPO DELLE RISORSE UMANE CORSO AVANZATO	1°	2°	9	ITA

Obiettivi formativi

Obiettivi generali

Il corso di Organizzazione e Sviluppo delle Risorse Umane fornisce agli studenti le conoscenze necessarie per l'implementazione e la valutazione delle politiche di gestione e sviluppo delle risorse umane, con particolare riguardo ai processi di programmazione, selezione, assunzione, retribuzione, formazione e valorizzazione del personale in azienda. Attraverso lo studio di casi, esercitazioni in aula e lavori di gruppo, gli studenti potranno acquisire capacità e competenze avanzate tanto nell'applicazione degli strumenti di analisi organizzativa quanto nella misurazione dell'efficacia e dell'efficienza dei processi e delle prassi istituite. L'adozione di una prospettiva configurazionale completa il profilo formativo del corso, consolidando nello studente la capacità di valutare i sistemi di gestione delle RU nel loro complesso, in una duplice prospettiva di coerenza interna ed esterna.

Obiettivi specifici

Conoscenze e capacità di comprensione: Il corso fornisce agli studenti le conoscenze teoriche fondamentali per operare nell'ambito della gestione delle risorse umane. In particolare, esso consente allo studente di apprendere le principali teorie, framework di riferimento, approcci, principi e variabili da utilizzare nella costruzione di sistemi di gestione delle risorse umane. Tali conoscenze sono costantemente aggiornate tenendo conto dei risultati più recenti provenienti dalla ricerca e dalla pratica manageriale, grazie anche al ricorso di testimonianze in aula da parte di manager ed esperti in ambito HR.

Capacità applicative: Attraverso lo svolgimento di esercitazioni in aula, test, studio di casi e lavori di gruppo, il presente corso supporta gli studenti nell'applicazione pratica delle nozioni teoriche apprese, rafforzandone al tempo stesso le capacità di analisi e sintesi. Al termine del corso, gli studenti saranno in grado di utilizzare i modelli decisionali appresi, nonché le tecniche, gli indicatori e gli strumenti generalmente impiegati per l'analisi organizzativa e la misurazione dell'efficienza e dell'efficacia dei processi e delle prassi di gestione delle risorse umane di volta in volta considerate.

Capacità critiche e di giudizio: I contenuti e le modalità di svolgimento del corso incoraggiano fortemente lo sviluppo del pensiero critico dello studente nell'approcciarsi all'analisi, gestione e risoluzione di situazioni complesse. In particolare, il corso mira a sviluppare le capacità di osservazione, interpretazione, riflessione e giudizio attraverso l'assegnazione di diverse tipologie di task che prevedono simulazioni, condivisione di opinioni, discussioni di gruppo e/o la predisposizione di relazioni scritte su querelle scientifiche e/o etico-sociali su tematiche riguardanti l'organizzazione del lavoro e la gestione del personale in azienda.

Capacità comunicative: Momento fondamentale del corso è la presentazione in aula dei risultati dei diversi task, progetti, esercizi e lavori di gruppo assegnati e svolti durante il corso stesso. Tali presentazioni sono diversamente articolate in relazione ai contenuti dei task da esporre (peer discussion in una tavola rotonda, presentazione frontale con il supporto di strumenti multimediali, gruppi di discussione informale) e mirano a rafforzare le capacità di esposizione orale, di espressione chiara ed efficace del proprio pensiero e di condivisione chiara e completa delle informazioni con i propri interlocutori.

Capacità di apprendimento: Infine, il corso garantisce l'acquisizione di un elevato livello di autonomia nella gestione dello studio e del proprio apprendimento. Questo è reso possibile attraverso il ricorso a diversi strumenti, tra cui: l'utilizzo della piattaforma e-learning Sapienza per la gestione dei materiali didattici; l'indicazione dei riferimenti bibliografici e degli articoli scientifici utilizzati durante le lezioni; l'indicazione di materiali di riferimento che possono essere utilizzati dagli studenti per approfondire i temi trattati durante il corso.

10612211 VALUTAZIONI D'IMPRESA	1°	2°	9	ITA
VALUTAZIONI D'IMPRESA - FONDAMENTI	1°	2°	6	ITA
VALUTAZIONI D'IMPRESA - CASI E APPLICAZIONI	1°	2°	3	ITA

Lo studente deve acquisire 6 CFU fra i seguenti esami

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
--------------	------	----------	-----	--------

10600276 |
STARTUP E
CREAZIONE DI
IMPRESA

2°

1°

6

ITA

Obiettivi formativi

Obiettivi generali

Il corso di "Startup e Creazione di Impresa" fornisce agli studenti le conoscenze teoriche e pratiche necessarie per l'avvio di iniziative imprenditoriali, in coerenza con gli obiettivi formativi del Corso di Laurea. Particolare enfasi sarà attribuita allo studio delle condizioni per la nascita e lo sviluppo di nuove imprese nelle componenti sia di origine soggettiva, legate alla figura dell'imprenditore e dello startupper (motivazioni, requisiti soggettivi, propensione al rischio, spirito innovativo), che di origine ambientale (territorio ed ecosistema). Il corso intende stimolare lo studente a mettere a fuoco un'eventuale vocazione a livello personale, mediante lo studio del processo di creazione d'impresa e la sua valorizzazione attraverso il business planning. Attraverso un modello didattico improntato al project-based learning, l'insegnamento approfondisce gli approcci tradizionali allo sviluppo di iniziative imprenditoriali e approcci che richiamano esigenze flessibili di sperimentazione e apprendimento. Per tale motivo è prevista una "Business Plan Competition" tra gli studenti, che sarà oggetto di valutazione finale

Obiettivi specifici

Conoscenze e capacità di comprensione: Al termine del corso lo studente sarà in grado di ricordare, comprendere e applicare con piena padronanza i principali concetti relativi alla creazione di una nuova impresa innovativa e di sapere comprendere, comparare e spiegare le problematiche principali che un potenziale imprenditore deve affrontare dal momento della generazione dell'idea di business al momento dell'avvio dell'iniziativa. Tali conoscenze sono costantemente aggiornate tenendo conto dei risultati più recenti provenienti dalla ricerca e dalla pratica manageriale, grazie anche al ricorso di testimonianze in aula da parte di imprenditori, startupper e manager.

Conoscenza e capacità di comprensione applicate: Attraverso lo svolgimento di esercitazioni in aula, studio di casi, lavori di gruppo e testimonianze aziendali, al termine del corso, gli studenti saranno in grado di analizzare, valutare e applicare i principali metodi e strumenti per lo sviluppo di un progetto di start-up. Lo studente sarà in grado di creare e sviluppare un business model canvas e un business plan, una nuova business idea e relativa formalizzazione del modello di business, presentare la propria idea imprenditoriale.

Autonomia di giudizio: I contenuti e le modalità di svolgimento del corso incoraggiano fortemente lo sviluppo del pensiero critico dello studente nell'approcciarsi alla comprensione, analisi, gestione e risoluzione di situazioni di impresa. In particolare, il corso mira a sviluppare le capacità di autonomia di giudizio e capacità di collegamento tra gli argomenti teorici e i relativi piani applicativi, con particolare riferimento al progetto di ideazione e creazione di impresa valutandone sia le potenzialità di successo sia le principali criticità.

Abilità comunicative: lo studente acquisirà abilità comunicative e appropriatezza nell'impiego del linguaggio tecnico relativo al processo di avvio di una iniziativa imprenditoriale, presentazione di una business idea mediante un Pitch imprenditoriale e redazione di un business plan. In particolare, momento fondamentale del corso è la presentazione in aula dei risultati di task assegnati dal docente (ad esempio presentazione frontale con il supporto di strumenti multimediali, gruppi di discussione informale) la quale mira a rafforzare le capacità di esposizione orale e di espressione chiara ed efficace del proprio pensiero.

Capacità di apprendere: Al termine del corso lo studente sarà grado di analizzare casi di studio circa storie di creazione di start-up e valutare materiale di approfondimento circa i metodi e gli strumenti per la creazione di impresa. Grazie alla combinazione di lezioni frontali e approfondimenti scientifici, lo studente sarà in grado di proseguire autonomamente nello studio e avere consapevolezza nella frequenza di ulteriori corsi di natura avanzata.

1038375 | Finanza
internazionale e
creazione di valore

2°

2°

6

ITA

10616825 |
MANAGEMENT E
CULTURA
D'IMPRESA

2°

2°

6

ITA

Lo studente deve acquisire 3 CFU fra i seguenti esami

Insegnamento

Anno

Semestre

CFU

Lingua

AAF1981 LABORATORIO DI BUSINESS ENGLISH	2°	1°	3	ENG
AAF2167 LABORATORIO DI SOFT SKILLS	2°	1°	3	ITA
AAF2168 LABORATORIO DI INFORMATICA ED EXCEL PER LE IMPRESE	2°	1°	3	ITA
AAF1149 altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	2°	1°	3	ITA
AAF2476 LABORATORIO DI FINANZA AGEVOLATA PER LE IMPRESE	2°	1°	3	ITA

Obiettivi formativi

Il Corso di Laurea Magistrale MANAGEMENT DELLE IMPRESE mira a fornire una formazione manageriale di livello avanzato per l'assunzione di responsabilità direttive e gestionali e/o posizioni qualificate di natura specialistica in diversi contesti organizzativi e in diverse funzioni aziendali quali la direzione strategica, l'amministrazione e il controllo, la finanza, il marketing, la gestione della qualità e della sostenibilità. Il corso di laurea è, infatti, organizzato in curricula che permettono agli studenti di specializzarsi in ambiti specifici della gestione di impresa. Il profilo culturale e professionale che caratterizza il corso di studi in MANAGEMENT DELLE IMPRESE, e che lo contraddistingue da tutti gli altri corsi di studio della stessa classe, si può sintetizzare con l'ambizione di formare i quadri dirigenziali delle imprese e delle organizzazioni pubbliche e private, ponendo una particolare enfasi al trasferimento di competenze che consentano ai discenti di sviluppare la capacità di analisi e di interpretazione dei fenomeni aziendali integrando i linguaggi e gli strumenti chiave di diverse discipline. I nuovi scenari dell'economia, infatti, richiedono figure in grado di confrontarsi con un contesto più competitivo ed innovativo, nonché specializzato, così da potenziare le conoscenze, le competenze e le attitudini del laureato in discipline relative al governo di organizzazioni complesse sia private sia pubbliche a carattere nazionale, internazionale e sovranazionale. Il processo formativo proposto, caratterizzato da elementi di elasticità rispondenti alla complessità e al dinamismo dell'ambiente economico circostante, forma profili specialistici in grado di:

- condurre ricerche su concetti, teorie e metodi per analizzare la strategia, la struttura e il ciclo di produzione di imprese e/o di organizzazioni per migliorarne le prestazioni e individuare le risposte più adeguate alle sollecitazioni provenienti dal sistema economico;
- esaminare, analizzare ed interpretare informazioni per formulare pareri, indicazioni e proposte su questioni di natura economico-finanziarie, anche in ottica di determinazione del rischio aziendale;
- definire strategie e ricerche per rilevare il gradimento sul mercato di beni/servizi, condizioni di mercato e possibilità di penetrazione commerciale di prodotti o servizi mediante l'individuazione di situazioni di competizione, prezzi e tipologie di consumatori;
- analizzare, organizzare e presentare in maniere rilevante e significativa contenuti a carattere economico aziendale che riguardano politiche, strategie ed attività aziendali.

Attraverso un percorso vivamente interdisciplinare lo studente potrà integrare sinergicamente strumenti, metodologie e apparati concettuali tipici dell'approccio manageriale, economico, matematico e giuridico. L'obiettivo formativo finale è quello di attrezzare il laureato a sviluppare una comprensione più profonda, articolata ed ecologica dell'agire degli attori economici e sociali. Gli obiettivi formativi specifici del Corso e le rispettive attività formative sono i seguenti: Obiettivo 1: trasmettere approfondite conoscenze delle problematiche tipiche delle imprese con particolare riferimento alla capacità di formulare strategie e piani, assumere decisioni in contesti concorrenziali a livello nazionale ed internazionale, nonché programmare la struttura organizzativa più idonea così da gestire efficacemente le risorse umane Obiettivo 2: fornire una preparazione sugli scenari di analisi economica e aziendale e sugli istituti giuridici funzionali a sviluppare solide competenze manageriali e imprenditoriali utili per affrontare in maniera efficace le problematiche delle imprese in una società in rapido cambiamento; Obiettivo 3: fornire una preparazione sugli

strumenti statistico-matematici, funzionali a valutare in maniera integrata le scelte finanziarie e di rischio aziendale. Obiettivo 4: trasmettere approfondite conoscenze relative a tematiche della direzione, governo e ristrutturazione delle imprese, sviluppando capacità di analisi e di interpretazione dei fenomeni aziendali integrando linguaggi e strumenti innovativi; Obiettivo 5: trasmettere approfondite conoscenze relative a tematiche della sostenibilità e della qualità; Obiettivo 6: trasmettere approfondite conoscenze su tematiche di marketing e comunicazione, sia con riferimento al profilo business-to-business che business-to-consumer.

Profilo professionale

Profilo

Responsabile del controllo di Gestione per l'Ambiente e della Qualità

Funzioni

I laureati in Management delle imprese potranno svolgere con discreti margini di autonomia diverse funzioni manageriali e consulenziali inerenti la gestione, monitoraggio e la valutazione della qualità e dell'ambiente. In azienda, tali funzioni possono riguardare la stesura e revisione dei piani di qualità aziendale e per la riduzione dell'impatto ambientale; la definizione delle procedure, standard di prodotto e processi; il monitoraggio, applicazione e il rispetto di procedure e protocolli; la pianificazione delle attività di controllo qualità e ispezioni interne; l'analisi dei dati ambientali e valutazione delle forniture/ semilavorati/ prodotti secondo gli obiettivi di sostenibilità ambientale; la conoscenza del processo di certificazione 14001. Nello svolgimento di tali funzioni il laureato in Management delle imprese potrà essere chiamato a interfacciarsi di volta in volta con figure apicali dell'organizzazione aziendale, e grazie ai metodi specialistici e avanzati nell'analisi dei flussi, dei dati statistici, della analisi dei dati, saper condurre studi, individuare e progettare soluzioni avanzate volte a far ottenere risultati di produttività e redditività importanti.

Competenze

Competenze manageriali nella programmazione di indicatori per monitorare le performance e garantire un livello di qualità costante nel tempo. Competenze di pianificazione strategica ed analisi dell'impatto ambientale e di green economy. Competenze applicative dei seguenti strumenti: Tecniche di Gestione dei processi Six sigma, BPR, BPI; Strumenti di controllo della qualità; Diagramma di Hishikawa; Diagramma di Pareto; Diagramma SIPOC (Supplier, Inputs, Process, Outputs, Customers). Competenze nell'attivazione di un programma Kaizen e uso di particolari strumenti applicativi.

Sbocchi lavorativi

Le funzioni e le competenze sopra delineate saranno svolte nell'ambito di imprese industriali e di servizi di diversa dimensione e settore di attività, sia profit che non profit, nazionali ed internazionali. In particolare, i principali profili manageriali che vengono formati sono i seguenti: Manager della Qualità, Responsabile dei SGQ, Consulente per la Qualità, HSE Manager, ECO manager, Responsabili e coordinatori di attività di audit, professionisti e consulenti che operano sui sistemi di gestione aziendali, sustainability expert.

Frequentare

Laurearsi

La prova finale consiste nella preparazione e nella discussione di una tesi elaborata in modo originale dallo studente sotto la guida di uno o più docenti ed avente per oggetto l'approfondimento, anche tramite ricerca empirica, di una disciplina che sia stata oggetto di accertamento nel percorso formativo magistrale. La prova finale potrà essere sviluppata anche attraverso tirocini svolti presso imprese ed organizzazioni pubbliche e private. La tesi qualifica in modo significativo il percorso formativo ed è il risultato di un'attività di ricerca, svolta sotto la guida di un docente relatore, su un tema riconducibile alle discipline che caratterizzano il curriculum dello studente. Nella tesi lo studente deve dimostrare padronanza delle basi metodologiche degli ambiti disciplinari rilevanti e deve approfondire un argomento specifico sviluppando aspetti teorici o aspetti applicativi e di natura empirica. Nello svolgimento della tesi, lo studente potrà svolgere anche tirocini presso imprese ed organizzazioni pubbliche e private a livello sia italiano che internazionale.

Organizzazione

Presidente del Corso di studio - Presidente del Consiglio di area didattica

Salvatore Esposito De Falco

Tutor del corso

SALVATORE ESPOSITO DE FALCO
MARIO CALABRESE
FEDERICA CECCOTTI
NICOLA CUCARI
MICHELA PATRIZI
ANTONIO RENZI
STEFANIA ZANDA
MARCELO ENRIQUE CONTI

Manager didattico

Hermes Setti

Rappresentanti degli studenti

LORENZO NICODEMI
VALERIA QUINTAVALLE

Docenti di riferimento

ANTONIO RENZI
FEDERICA CECCOTTI
MARIA VERNUCCIO
STEFANIA ZANDA
MARCELO ENRIQUE CONTI
SALVATORE ESPOSITO DE FALCO
GIUSEPPE SANCETTA
GIUSEPPINA GUAGNANO
MARIO CALABRESE
ALBERTO PASTORE
SERGIO BARILE
MAURO ROTA
JACOB LOUIS WEISDORF
BERNARDINO QUATTROCIOCCHI
NICOLA CUCARI
CRISTINA SIMONE
FEDERICA RICCA
MICHEL MARTONE
EUGENIO DELLA VALLE
ANTONIO LUCIANO MARTIRE
ENRICA DE MARCO
MAURO GATTI
GIANLUCA VAGNANI
MICHELA PATRIZI
ALESSIA MATANO
ANTONIO LA SALA

Regolamento del corso

Nell'ambito degli obiettivi più generali della classe LM-77, il Corso ha inteso adottare un approccio interdisciplinare funzionale ad un'analisi sistemica delle imprese e delle organizzazioni imprenditoriali, nonché del contesto di riferimento. L'obiettivo è quello di favorire un trasferimento delle conoscenze in linea con le attuali dinamiche evolutive; il tutto allo scopo di contribuire ad un arricchimento delle conoscenze dei laureati di primo livello. Il percorso formativo offre specifiche competenze in ambito gestionale-aziendale, economico, matematico-statistico e giuridico, utili alla formazione di nuovi profili professionali orientato al management ed alla gestione d'impresa, al marketing e alla sostenibilità in grado di gestire con approcci multidisciplinari i processi di innovazione, di competizione internazionale e di sviluppo sostenibile. Il percorso formativo dei laureati magistrali punta, quindi, all'acquisizione delle seguenti capabilities: - conoscenze avanzate nell'ambito gestionale-aziendale, economico, matematico-statistico e giuridico funzionali a sviluppare capacità manageriali ed utili ad affrontare dinamiche aziendali in una nuova prospettiva, meno tradizionale e schematica e più sistemica, olistica e multidisciplinare. L'obiettivo è quello di formare esperti e specialisti nella direzione, nel governo e nella gestione delle imprese anche con particolare riferimento agli aspetti relativi alla governance, ai sistemi di ristrutturazione aziendale, al marketing, alla sostenibilità ed alle analisi e valutazione dei rischi economico, finanziari e manageriali; - conoscenze avanzate sul sistema impresa nella prospettiva imprenditoriale e manageriale dell'economista di impresa con l'intento di dotare i laureati di una "nuova cassetta degli attrezzi" in grado di favorire il controllo dei fenomeni evolutivi delle imprese nelle variegate prospettive che attengono alla strategia, all'organizzazione, al mercato, alla sostenibilità e ai sistemi finanziari nella prospettiva nazionale ed internazionale; - conoscenze linguistiche, sia in forma scritta sia orale, di una lingua dell'Unione Europea, oltre l'italiano, con riferimento ai lessici disciplinari; - conoscenze degli applicativi Excel e dei sistemi statistici per l'elaborazione dei dati. La figura professionale che il CdS propone punta ai seguenti aspetti professionalizzanti: - competenze relative al governo ed alla gestione delle imprese anche in contesti internazionali, con particolare riguardo: al management, alle strategie d'impresa, al marketing ed alla comunicazione d'impresa, all'organizzazione, alla gestione finanziaria, alla gestione della governance e dei processi di ristrutturazione aziendale, al management della sostenibilità; - competenze relative alla comprensione generale dei fenomeni economico-generalisti nell'ottica del sistema impresa, al quadro della legislazione d'impresa, alle metodologie quantitative, matematiche e statistiche a supporto delle decisioni ed alla interpretazione dei fenomeni del macro e micro-ambiente; - competenze relative alle problematiche specifiche delle imprese industriali, commerciali, di servizi, nonché delle organizzazioni pubbliche e non profit, con uno specifico orientamento al tema della sostenibilità. Il Corso eroga un percorso formativo in lingua italiana e un percorso formativo in lingua inglese (Management). Il percorso formativo in lingua italiana è articolato in due anni. Il primo anno - comune a tutti i curricula - in linea con le normative vigenti (LM-77), comprende insegnamenti di carattere aziendale, economico, giuridico e matematico-statistico così suddivisi: 4 insegnamenti di ambito aziendale per un totale di 36 CFU, 1 insegnamento di ambito giuridico per un totale di 9 CFU, 1 insegnamento di ambito statistico per un totale di 9 CFU, 2 insegnamenti di ambito economico per un totale di 12 CFU. L'obiettivo è quello di approfondire le principali strategie adottate dalle organizzazioni imprenditoriali per la creazione del valore socio-economico. Lo studente ha la possibilità di personalizzare il proprio percorso formativo, optando, tra gli insegnamenti proposti, quelli più vicini ai propri interessi, nel rispetto dei CFU previsti per ciascun ambito. Il secondo anno si differenzia in base allo specifico curriculum scelto dallo studente. Quest'ultimo infatti, potrà scegliere tra: • Curriculum in Direzione e Gestione d'Impresa. In questo curriculum il know-how in materia di management e di strategia si mescola con la conoscenza specifica delle problematiche gestionali e delle situazioni di avvio e crisi di imprese. Si tratta di un curriculum specifico per formare le future generazioni di dirigenti di impresa, di consulenti e di esperti nel management delle imprese pubbliche e private; • Curriculum in Marketing. Il curriculum è finalizzato alla formazione di competenze e conoscenze specialistiche nel marketing strategico delle imprese con particolare riferimento alla conoscenza più avanzate in tema di comunicazione, digital marketing e ricerche di mercato; • Curriculum in Management e Sostenibilità. Il curriculum propone un percorso integrato in cui il tema del management viene rivisto alla luce delle più recenti tendenze sulla sostenibilità intesa in senso ampio. La prospettiva adottata è quella di proporre una conoscenza del management sostenibile inteso in senso sociale, economico ed ambientale. Nel secondo anno - caratterizzante in funzione del curriculum scelto - lo studente dovrà scegliere insegnamenti (prevalentemente nel settore scientifico disciplinare tra SECS P 08 e SECS P13) per un totale di 24 CFU. Completano la formazione degli studenti in termini di conoscenze e competenze moduli relativi ad "ulteriori attività formative" (3 CFU) e un insegnamento a scelta dello studente (9 CFU). Infine, 18 crediti sono assegnati alla prova finale. Il percorso formativo in lingua inglese - Management - offre insegnamenti di carattere aziendale, economico, giuridico e matematico-statistico, utili per un adeguato ed efficace svolgimento delle funzioni direzionali, anche in chiave internazionale. Inoltre, permette di conseguire, per un numero limitato di studenti, un doppio titolo di laurea con alcune importanti e qualificate Università straniere. Per il percorso formativo in lingua inglese, nel primo anno lo studente dovrà scegliere: - 4 insegnamenti di ambito aziendale per un totale di 45 CFU - 1 insegnamento di ambito statistico per un totale di 9 CFU - 2 insegnamenti di ambito economico per un totale di 12 CFU Nel secondo anno: - 1 insegnamento di ambito giuridico per un totale di 9 CFU - 2 insegnamenti di ambito aziendale per un totale di 9 CF - 1 insegnamento Completano la formazione

degli studenti in termini di conoscenze e competenze moduli relativi ad “ulteriori attività formative” (3 CFU) e un insegnamento a scelta dello studente (9 CFU). Infine, 18 crediti sono assegnati alla prova finale.

Assicurazione qualità

Consultazioni iniziali con le parti interessate

La Facoltà ha svolto, nel corso degli ultimi diciotto mesi, una serie di incontri allo scopo di focalizzare gli interventi e formalizzare un percorso analitico volto al miglioramento dell'offerta formativa; in ultimo il 20 novembre 2007 le parti sociali hanno espresso apprezzamento e condivisione di tutte le proposte avanzate. Nell'incontro finale della consultazione del 24 gennaio 2008, sulla base delle motivazioni presentate e tenuto conto della consultazione e delle valutazioni effettuate precedentemente dalle facoltà proponenti, considerando favorevolmente la razionalizzazione dell'offerta complessiva con riduzione del numero dei corsi, in particolare dei corsi di laurea, preso atto che nessun rilievo è pervenuto nella consultazione telematica che ha preceduto l'incontro e parimenti nessun rilievo è stato formulato durante l'incontro, viene espresso parere favorevole all'istituzione dei singoli corsi, in applicazione del D.M. 270/2004 e successivi decreti.

Consultazioni successive con le parti interessate

Il CdS è costantemente impegnato ad ampliare il numero e la qualità degli interlocutori, migliorando le modalità di consultazione. Gli interlocutori sono scelti in funzione delle aree di interesse del CdS, quali ad esempio direzione di impresa, imprenditorialità e sostenibilità, marketing, HR ed aree trasversali di interesse regionale e nazionale. L'interlocuzione si concretizza sia in attività di consultazione di tipo aperto sia in convegni specifiche utili per un continuo confronto sulla domanda e offerta di formazione. Circa le attività di consultazioni successive si annoverano: i) Caffè Scientifici MANIMP: un ciclo di eventi in collaborazione con Talent Garden finalizzato ad intensificare le attività di engagement e collaborazioni tra manager, imprenditori, componente accademica e studenti; ii) evento Welcome Day MANIMP (15 ottobre 2022) sui temi della digitalizzazione che ha visto la partecipazione di realtà aziendali quali Atos – Italia, DeRev e Alterside e di ex studenti coinvolti. Ciascun evento è stato utile per un ascolto diretto tanto con gli studenti che con nuove realtà imprenditoriali per una migliore comprensione dei fabbisogni formativi. Alla luce di tali consultazioni, il Corso di Laurea MANIMP ha confermato le quattro traiettorie sulle quali occorre continuare ad investire e a migliorare: • Placement: accompagnamento e avvicinamento degli studenti al mercato del lavoro e supporto agli studenti nell'orientamento in uscita dal percorso universitario. Si punta ad una maggiore personalizzazione dei percorsi di crescita; • Internazionalizzazione: consolidamento e sviluppo dell'offerta formativa internazionale (Double Degree) e degli scambi interuniversitari docenti/discenti. Si creano le premesse per un più forte scambio culturale orientato alla formazione di nuovi cittadini del mondo; • Eccellenza e qualità della didattica: rafforzamento del percorso di qualità orientato all'eccellenza, in linea con gli standard internazionali, con incentivazione dei programmi di talent development. L'intento è quello di cavalcare la trasformazione tecnologica, in cui il sapere tecnico si integri con quello dei bisogni degli individui e del nostro territorio; • Promozione e comunicazione esterna: azione continua di sensibilizzazione di tutti gli stakeholder attraverso l'avvio di un programma duraturo di comunicazione e sensibilizzazione verso l'ambiente interno ed esterno. Rafforzamento dei processi di comunicazione delle nostre attività formative e di ricerca scientifica (dissemination) sia verso gli studenti, sia verso l'esterno (public engagement). L'obiettivo è quello di valorizzare e comunicare le competenze acquisite durante il percorso di laurea MANIMP.

Organizzazione e responsabilità della AQ del Cds

Il Sistema di Assicurazione Qualità (AQ) di Sapienza è descritto diffusamente nelle Pagine Web del Team Qualità consultabili all'indirizzo <https://www.uniroma1.it/it/pagina/team-qualita>. Nelle Pagine Web vengono descritti il percorso decennale sviluppato dall'Ateneo per la costruzione dell'Assicurazione Qualità Sapienza, il modello organizzativo adottato, gli attori dell'AQ (Team Qualità, Comitati di Monitoraggio, Commissioni Paritetiche Docenti-Studenti, Commissioni Qualità dei Corsi di Studio), i Gruppi di Lavoro attivi, le principali attività sviluppate, la documentazione predisposta per la gestione dei processi e delle attività di Assicurazione della Qualità nella Didattica, nella Ricerca e nella Terza Missione. Le Pagine Web rappresentano inoltre la piattaforma di comunicazione e di messa a disposizione dei dati di riferimento per le attività di Riesame, di stesura delle relazioni delle Commissioni Paritetiche Docenti-Studenti e dei Comitati di Monitoraggio e per la compilazione delle Schede SUA-Didattica e SUA-Ricerca. Ciascun Corso di Studio e ciascun Dipartimento ha poi facoltà di declinare il Modello di Assicurazione Qualità Sapienza definito nelle Pagine Web del Team Qualità nell'Assicurazione Qualità del CdS/Dipartimento mutuandolo ed adattandolo alle proprie specificità organizzative pur nel rispetto dei modelli e delle procedure definite dall'Anvur e dal Team Qualità. Le Pagine Web di

CdS/Dipartimento rappresentano, unitamente alle Schede SUA-Didattica e SUA-Ricerca, gli strumenti di comunicazione delle modalità di attuazione del Sistema di Assicurazione Qualità a livello di CdS/Dipartimento.