

Regolamento didattico del corso di studio **MAGISTRALE** in “**Management**”

<p>Art. 1 Premessa e ambito di competenza</p>	<p>Il presente Regolamento, in conformità allo Statuto e al Regolamento Didattico di Ateneo, disciplina gli aspetti organizzativi dell'attività didattica del corso di Laurea Magistrale in “Management”, nonché ogni diversa materia ad esso devoluta da altre fonti legislative e regolamentari.</p> <p>Il Regolamento didattico del corso di LM Management, ai sensi dell'articolo 18, comma 3 del Regolamento Didattico di Ateneo, parte generale, è deliberato dal competente consiglio a maggioranza dei componenti e sottoposto all'approvazione del consiglio di dipartimento di riferimento e dei consigli degli eventuali dipartimenti associati, sentita la scuola.</p>
<p>Art. 2 Requisiti di ammissione. Modalità di verifica</p>	<p>I requisiti di accesso che devono possedere gli studenti precedentemente all'iscrizione sono riconducibili a due differenti tipologie, ovvero:</p> <ul style="list-style-type: none"> • il “possesso dei requisiti curriculari” espressi in termini di CFU riferiti a specifici SSD; • la “adeguatezza della preparazione personale”. <p>Verifica requisiti curriculari.</p> <p>Ai fini della verifica dei requisiti curriculari per l'accesso alla LM “Management” si identificano, come concordato per tutte le LM del Dipartimento di Economia dell'Università di Genova, due categorie di studenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • laureati in continuità • laureati non in continuità <p>Per la LM “Management” i laureati in continuità sono tutti i laureati nella LT “Economia Aziendale”, classe L-18, e tutti i laureati nella LT “Economia Aziendale”, classe 17, dell'Università di Genova.</p> <p>Per i laureati in continuità è garantita l'iscrizione al corso di LM “Management” e dunque la verifica dei requisiti curriculari si considera virtualmente assolta.</p> <p>I laureati non in continuità devono presentare una domanda di valutazione dei requisiti curriculari per ottenere il nulla osta che dovrà essere accompagnato alla domanda di immatricolazione ai fini dell'effettiva iscrizione al corso</p> <p>Il CCS, tramite apposita commissione, provvede all'esame delle domande di valutazione, entro 30 giorni dalla loro presentazione, sulla base delle seguenti regole per la verifica del possesso dei requisiti curriculari.</p> <p>In termini generali, i requisiti curriculari corrispondono ai CFU, ai SSD e ai contenuti generali degli insegnamenti delle LT delle classi 17 e L-18 dell'Ateneo Genovese utili ai fini dell'ammissione dello studente alla LM. Ad essi va aggiunta una adeguata capacità di uso degli strumenti e software informatici per applicazioni economiche, aziendali, finanziarie e quantitative e della lingua inglese nella comprensione orale e scritta e nella comunicazione orale su temi economici.</p> <p>In particolare, si procederà alla verifica dei requisiti curriculari, acquisiti anche dopo la laurea, anche attraverso iscrizione a singole attività formative (ai sensi dell'art. 7 del Regolamento di Ateneo per gli Studenti), accertando il possesso di:</p> <ul style="list-style-type: none"> • almeno 12 CFU tra i SSD IUS/01, IUS/04, IUS/07, IUS/09 e IUS/10 • almeno 12 CFU tra i SSD SECS-P/01, SECS-P/02, SECS-P/03, SECS-P/06 e SECS-P/12 • almeno 18 CFU tra i SSD SECS-P/07 e SECS-P/10 • almeno 18 CFU di SSD SECS-P/08 • almeno 12 CFU tra i SSD SECS-S/01, SECS-S/03 e SECS-S/06. <p>Se nella verifica dei SSD si riscontra una mancanza di CFU nei SSD sopra indicati, il nulla osta non sarà rilasciato.</p> <p>Possono presentare domanda di valutazione dei requisiti curriculari anche i laureandi, purché in debito del solo esame di laurea.</p> <p>Annualmente il Dipartimento si riserva di dare pubblicazione di eventuali ulteriori indicazioni in merito sul Sitoweb del Dipartimento.</p> <p>Verifica adeguatezza preparazione personale</p> <p>Con una votazione uguale o superiore a 99/110 (o votazione equivalente per i titoli di studio conseguiti all'estero) la verifica della preparazione individuale si considera virtualmente assolta.</p> <p>I laureandi “in continuità” e con tutti gli esami completati e i laureati in possesso dei requisiti e con una votazione inferiore a 99/110 dovranno</p>

	<p>preimmatricolarsi per sostenere la verifica che verrà effettuata tramite un test e verterà sulle nozioni fondamentali necessarie alla LM "Management", secondo una lista di argomenti resa disponibile agli studenti stessi. La Commissione esaminatrice, nominata dal Consiglio di Corso di Studio, dichiarerà non idoneo chi dimostrerà lacune gravi. La non idoneità preclude l'iscrizione al corso e lo studente potrà ripetere la verifica fino al conseguimento dell'idoneità stessa.</p> <p>I test verranno svolti nei seguenti mesi: luglio, settembre, novembre e febbraio nelle date pubblicate annualmente sul sito di Dipartimento.</p> <p>Tutti gli studenti con titolo di studio conseguito all'estero saranno sottoposti anche ad una specifica prova di conoscenza di lingua italiana. Il suo mancato superamento comporta l'attribuzione di attività formative integrative.</p>
<p>Art. 3 Attività formative</p>	<p>Le attività formative offerte comprendono: insegnamenti, seminari, tirocini, altre attività (culturali, relazionali, informatiche, linguistiche) volte all'acquisizione di conoscenze e competenze complementari alla formazione istituzionale impartita, secondo quando stabilito per ogni anno accademico nel Manifesto del Corso.</p> <p>L'offerta formativa, l'elenco degli insegnamenti attivabili e delle altre attività formative, con i corrispondenti numeri di CFU e l'eventuale articolazione in moduli, sono riportati nella parte speciale del presente Regolamento.</p> <p>La frazione dell'impegno didattico complessivo riservato allo studio personale dello studente o ad altre attività formative è pari ad almeno 2/3, esclusi i casi di attività formative a elevato contenuto interattivo in aula.</p> <p>Il Corso non prevede un numero minimo di crediti acquisibile in tempi determinati da studenti iscritti a tempo parziale.</p> <p>Il corso di studi può procedere alla verifica periodica dei crediti acquisiti e può prevedere prove integrative, qualora siano riconosciuti obsoleti i contenuti essenziali, culturali e professionali degli insegnamenti.</p>
<p>Art. 4 Curricula</p>	<p>Il corso di LM "Management" è articolato in un unico curriculum che prevede alcuni insegnamenti a scelta.</p>
<p>Art. 5 Piani di studio</p>	<p>Lo studente dovrà compilare annualmente il piano di studi nei termini indicati dal Dipartimento. I piani di studio conformi all'offerta formativa inserita nella banca ministeriale vengono approvati automaticamente. Lo studente può presentare un piano di studio individuale, purché coerente con il progetto culturale e adeguato agli obiettivi formativi e ai contenuti specifici del corso di Studio. Il piano di studi individuale conforme all'ordinamento didattico è approvato dal Consiglio di Corso di Studio.</p> <p>Il piano di studio individuale non aderente al percorso inserito nella banca dati ministeriale dell'offerta formativa, ma conforme all'ordinamento didattico, ovvero articolato su una durata più breve rispetto a quella normale, è approvato sia dal consiglio di corso di studio sia dal consiglio di dipartimento.</p>
<p>Art. 6 Frequenza e modalità di svolgimento delle attività didattiche</p>	<p>La frequenza delle lezioni, utile e perciò consigliata, non è obbligatoria e non può in alcun modo costituire criterio di ingiustificate differenze di trattamento tra studenti. Il corso di Laurea si avvale, nei limiti delle disponibilità di risorse umane e finanziarie, di opportuni strumenti didattici (informatici, supporti on-line, e aulaweb) per agevolare gli studenti, ed in particolare gli studenti diversamente abili ed i lavoratori, nell'accesso ai contenuti formativi delle attività didattiche</p> <p>Sono previste lezioni frontali, esercitazioni e seminari.</p> <p>Ogni anno di corso è suddiviso in due periodi didattici, con una congrua interruzione delle attività formative al termine della quale si svolgono gli appelli ordinari di esame.</p> <p>Puntuali indicazioni relative ai periodi di svolgimento delle attività didattiche e delle relative sospensioni, sono contenute sul sito web di Dipartimento.</p> <p>Gli orari e le sedi di svolgimento delle lezioni, esercitazioni e delle altre attività didattiche sono pubblicati sul sito web di Dipartimento.</p>
<p>Art. 7 Esami e altre verifiche del profitto</p>	<p>Le verifiche del profitto degli studenti (in forma scritta e/o informatica e/o orale) avverranno al termine dello svolgimento di ogni attività formativa, senza un limite massimo entro il quale la verifica debba essere superata, secondo modalità stabilite dai singoli docenti.</p> <p>Nel rispetto dell'organizzazione complessiva della didattica, i docenti potranno effettuare verifiche in itinere durante il corso, nelle ore di lezione del docente stesso, che possono rappresentare un elemento di valutazione delle diverse fasi di apprendimento della disciplina.</p> <p>Forme specifiche di verifica potranno essere definite per attività formative diverse dagli insegnamenti.</p> <p>Per ogni anno accademico sono previsti per tutti gli insegnamenti:</p> <p>- 4 appelli nella sessione d'esame prevista alla fine del semestre in cui è stato svolto l'insegnamento;</p>

	<p>-2 appelli nella sessione d'esame prevista alla fine del semestre in cui non è stato svolto l'insegnamento;</p> <p>- 1 appello nella sessione autunnale</p> <p>secondo quanto verrà pubblicato sul sito web di Dipartimento.</p> <p>Il Regolamento didattico di Ateneo prevede che l'esame fallito al seguito del quale lo studente sia stato respinto può essere ripetuto almeno due volte all'interno dell'anno accademico; la limitazione al numero di appelli a cui lo studente si può presentare, se ritenuta necessaria, deve essere adeguatamente resa pubblica dai singoli docenti; il salto di appello non si applica se implica un salto di sessione.</p> <p>Il calendario degli esami di profitto dei singoli insegnamenti e degli esami finali per il conferimento di titoli accademici è pubblicato sul sito web di Dipartimento e reso noto nelle forme ritenute opportune, entro la data stabilita dall'art. 25 del Regolamento Didattico di Ateneo, per l'anno accademico successivo.</p> <p>Per studenti diversamente abili possono essere organizzate prove equipollenti, con tempi più lunghi per le prove scritte o che richiedono l'utilizzo di strumenti informatici, consentendo l'ausilio degli strumenti individuali necessari e di assistenti per l'autonomia e/o la comunicazione in relazione alla specifica disabilità individuale.</p>
<p>Art. 8</p> <p>Riconoscimento di crediti</p>	<p>Compete al Consiglio del Corso di Studio il riconoscimento totale o parziale dei crediti acquisiti dallo studente frequentando altri corsi di studio o corsi equipollenti presso l'Ateneo genovese o altri Atenei italiani ed esteri. Qualora i crediti conseguiti siano relativi a insegnamenti congrui con gli obiettivi formativi del corso di laurea magistrale in Management il loro riconoscimento sarà totale; in caso diverso sarà parziale a discrezione del Consiglio di Corso di Laurea. Solo in casi straordinari, debitamente motivati, si potrà operare un riconoscimento di crediti che dia luogo a un piano di studi non aderente al percorso inserito nella banca dati, ma conforme all'ordinamento didattico.</p> <p>Il Consiglio del Corso di Laurea potrà riconoscere crediti formativi per attività "altre" rispetto alle attività didattiche e formative proposte dal Dipartimento.</p> <p>Per le attività per le quali lo studente chieda il riconoscimento il Consiglio di corso di laurea deve poter esaminare documentazioni che attestino l'impegno orario complessivo dell'attività svolta e i suoi contenuti (che devono essere valutati coerenti con gli obiettivi formativi del CdS), oltre alla presenza di una prova finale che ne dichiari il superamento.</p>
<p>Art. 9</p> <p>Mobilità e studi compiuti all'estero</p>	<p>Il corso di LM "Management" promuove e incoraggia, anche con il riconoscimento nell'ambito dei crediti altri, la partecipazione degli studenti e dei docenti ai programmi di scambi internazionali (Socrates/Erasmus, ecc.). Per l'approvazione dei progetti degli studenti e per la congruità complessiva delle attività proposte in questi ultimi si rimanda all'art. 32, comma 2 del Regolamento d'Ateneo.</p>
<p>Art. 10</p> <p>Prova finale</p>	<p>Per essere ammesso alla prova finale lo studente deve aver conseguito i crediti previsti dall'ordinamento.</p> <p>La prova finale consiste nella discussione pubblica della tesi, dinanzi ad apposita Commissione, guidata dal relatore con la partecipazione di un correlatore appartenente all'area scientifica dell'insegnamento nel cui ambito è stata svolta la tesi (salvo richiesta di correlatore di altra area, preventivamente formulata dal relatore, per tesi di argomento interdisciplinare).</p> <p>Lo studente può richiedere la tesi a un qualunque docente del Dipartimento, purché titolare di insegnamento afferente ad un raggruppamento scientifico disciplinare presente nel piano di studi magistrale dello studente stesso. Tuttavia nel caso in cui con il docente individuato, sulla base di quanto detto sopra, non sia stato sostenuto alcun esame nel percorso magistrale è necessario ottenere preventiva autorizzazione da parte del Coordinatore. La tesi si qualifica per metodo di ricerca, adeguata conoscenza e utilizzazione di una bibliografia e/o di una ricerca giurisprudenziale completa ed aggiornata, padronanza della materia ed impegno critico.</p> <p>Per eventuali ulteriori specificazioni in merito si fa rinvio al documento "Caratteristiche e valutazione della prova finale" pubblicato sul sito web del Dipartimento alla pagina http://www.economia.unige.it/index.php/component/content/article?id=471.</p>
<p>Art. 11</p> <p>Orientamento e tutorato</p>	<p>Il Corso di studio partecipa alle attività di orientamento e tutorato istituite dal Dipartimento e coordinate dalla Commissione Orientamento del Dipartimento.</p> <p>Il tutorato degli studenti iscritti al corso di LM "Management" rientra nei compiti istituzionali dei docenti. Il corso di LM "Management" prevede un docente tutor ogni 20 studenti immatricolati, designato dal Consiglio di Corso di Laurea. I nominativi dei docenti tutor, nonché gli orari di ricevimento, diversi da quelli riservati agli studenti e ai laureandi, sono reperibili sul sito web di Dipartimento.</p>
<p>Art. 12</p> <p>Verifica periodica dei crediti</p>	<p>Ogni due anni il Consiglio del Corso di studio verifica se i CFU attribuiti a ciascuna attività formativa sono coerenti con gli obiettivi formativi.</p> <p>Annualmente apposita Commissione procede alla revisione del presente Regolamento</p>
<p>Art. 13</p>	<p>Nel passaggio dall'ordinamento didattico ex DM 509 a quello ex DM 270 gli insegnamenti da 5 CFU sono considerati equivalenti a quelli da 6</p>

Norme transitorie e finali	CFU; analogamente, gli insegnamenti da 9 CFU sono considerati equivalenti a quali da 10 CFU, solo per gli studenti provenienti dai corsi di laurea offerti dal Dipartimento di Economia. Questa regola varrà per i passaggi e per la verifica dei requisiti curriculari per l'accesso alla LM "Management".
-----------------------------------	--

Parte speciale-elenco attività formative attivabili

Anni	Codice_ins	Nome_ins	Nome_ins EN	CFU	SSD	Tipologia	Ambito	Lingua	Propedeuticità	Obiettivi formativi	Ore riservate attività didattica assistita	Ore riservate allo studio personale
1	80386	CAMBIAMENTO ORGANIZZATIVO	ORGANIZATIONAL CHANGE	9	SECS-P/10	CARATTERIZZANTI	Aziendale	Italiano		Il corso propone, con una didattica attiva e l'articolazione in Gruppi di Lavoro, una serie di approfondimenti su temi o casi di processi organizzativi tipici delle organizzazioni complesse. Non solo l'impresa, pertanto. Anche altre organizzazioni complesse il cui approfondimento è essenziale nelle attuali dinamiche economico-sociali. I due Moduli in cui è articolato il Corso sono strettamente coordinati, anche se affrontano casi o problemi diversi.	72	153
1	87046	DIGITAL COMMUNICATION	DIGITAL COMMUNICATION	3		ALTRE ATTIVITA'	Altre Conoscenze Utili per l'Inserimento Nel Mondo del	Italiano		Il corso si propone di fornire agli studenti i fondamenti dei meccanismi di funzionamento della comunicazione, applicabili anche alla comunicazione digitale, e un panorama completo delle modalità di comunicazione on-line, nonché delle loro funzioni correlate agli specifici obiettivi di marketing/comunicazione dell'impresa. Si propone inoltre di formare, attraverso lavori di gruppo e approfondimenti con esperti del settore, le competenze di base utili per affrontare, in modo corretto e funzionale agli obiettivi aziendali, la scelta del mix di strumenti digitali di comunicazione e i relativi criteri di pianificazione.	24	51
1	59783	DIRITTO DELLE CRISI D'IMPRESA	BUSINESS CRISIS LAW	9	IUS/04	CARATTERIZZANTI	Giuridico	Italiano		Il corso si propone: - in prospettiva istituzionale, di fornire le nozioni fondamentali relative alle procedure proprie delle imprese in crisi; - in prospettiva metodologica e formativa di fornire un approccio alla ricerca, alla lettura e all'analisi della giurisprudenza; - in prospettiva applicativa, di fornire alcune testimonianze qualificate per la soluzione di problemi specifici ad una procedura.	72	153

1	2469 4	DIRITTO DELLE RELAZIONI INDUSTRIALI	INDUSTRIAL RELATIONS LAW	6	IUS/07	AFFINI O INTEGRATIVE	Attività Formative Affini o Integrative	Italiano	La prima parte del corso è dedicata allo studio del diritto che regola l'organizzazione sindacale, la contrattazione collettiva nei settori privato e pubblico, il conflitto collettivo (con particolare riguardo al settore dei pubblici servizi). Nella seconda parte del corso saranno approfondite alcune delle tematiche trattate nella prima parte, mediante analisi della giurisprudenza. Il corso ha come oggetto il diritto che regola la libertà e l'organizzazione sindacale, la contrattazione collettiva, il conflitto collettivo; l'analisi della giurisprudenza relativa a vicende sindacali e contrattuali di attualità. Obiettivo del corso è la comprensione del complesso sistema italiano di relazioni sindacali e del suo linguaggio tecnico, acquisendo la capacità di affrontare e risolvere con autonoma capacità di valutazione problemi riferiti specialmente alla c.d. agibilità sindacale (diritti sindacali e rappresentanza dei lavoratori); all'applicazione dei contratti collettivi e ai rapporti tra contratti di diverso livello; alle caratteristiche e alla disciplina legale e contrattuale del conflitto industriale. Per l'apprendimento è necessario avere acquisito le nozioni giuridiche di base (diritto privato e diritto costituzionale); molto utile la conoscenza delle nozioni di base di diritto del lavoro.	48	102
1	8047 2	E-BUSINESS	E-BUSINESS	3		ALTRE ATTIVITA'	Altre Conoscenze Utili per	Italiano	L'attività si propone di trasmettere conoscenze relativamente ai business fondati su tecnologie internet-based e sull'impatto delle ICT nelle attività e processi aziendali. L'obiettivo è quello di introdurre gli studenti alla conoscenza delle organizzazioni dot-com, alle problematiche relative all'integrazione degli strumenti internet-based nel business tradizionale delle imprese, al commercio e alla comunicazione via internet.	24	51
1	4544 1	ETICA ECONOMICA E RESP SOCIALE DELLE IMPRESSE	BUSINESS ETHICS AND CORPORATE SOCIAL RESPONSABILITY	6	SECS-P/08	AFFINI O INTEGRATIVE	Attività Formative Affini o Integrative	Italiano	Gli assunti di base del corso sono due. Il primo. L'etica e intrinseca, connaturata alla razionalità economica. L'economia di mercato richiede di essere inserita in un sistema interdependente di coordinate morali, giuridiche, istituzionali attraverso le quali essa si rapporta al bene della società. Il secondo. L'impresa produce sia beni e servizi per il mercato sia relazioni di convivenza interne ed esterne. La responsabilità sociale è chiave interpretativa e normativa dell'essere e fare impresa. Dopo aver approfondito i due assunti il corso svilupperà le principali tematiche connesse alla governance, gestione e strumentazione della "corporate social responsibility".	48	102

1	8048 9	GRUPPI, COALIZIONI E RETI DI IMPRESE	GROUPS, COALITIONS AND BUSINESS NETWORKS	3	SECS-P/08	A SCELTA	A Scelta dello Studente	Italiano		Il corso si propone di approfondire le problematiche connesse con l'attuazione della strategia d'impresa, nel momento in cui occorre cioè attivare l'acquisizione delle risorse e delle competenze necessarie per realizzare, per via interna o esterna, il processo di crescita definito in sede di formulazione del disegno strategico aziendale. A tale scopo, oggetto principale di analisi sarà la vasta gamma di strumenti disponibili per attuare i processi di crescita da cui derivano profondi cambiamenti nelle architetture e negli assetti di governo delle imprese. In particolare, l'attenzione sarà rivolta: a) ai processi di crescita esterna che, attraverso operazioni di acquisizione del controllo di realtà aziendali esistenti o di nuova creazione, si risolvono nella formazione di reti di imprese organizzate in forma di gruppo; b) alle relazioni cooperative tra imprese, ovvero ai rapporti regolati da forme contrattuali (di tipo equity o non equity) che, pur ampliando l'ambito competitivo in cui l'impresa può posizionarsi, non comporta significative espansioni dimensionali.	24	51
1	8047 3	IMPRENDITORIALITÀ, START-UP E BUSINESS PLAN	ENTREPRENEURSHIP, START-UP AND BUSINESS PLAN	3		ALTRE ATTIVITA'	Altre Conoscenze Utili per l'Inserimento Nel	Italiano		L'attività in oggetto si propone di promuovere la diffusione della cultura di impresa e di trasmettere conoscenze utili in ordine ai fattori che condizionano lo sviluppo dell'imprenditorialità e delle imprese; in questo quadro verranno affrontate le problematiche principali relative all'avvio di un'attività imprenditoriale, sia di tipo industriale, sia di servizi, sia di tipo professionale. Particolare attenzione verrà poi fornita alla definizione del business model ed alla predisposizione del business plan.	24	51
1	8042 7	MANAGEMENT DELLE OPERAZIONI E DEI PROCESSI	MANAGEMENT OF OPERATIONS AND PROCESSES	6	SECS-P/08	CARATTERIZZANTI	Aziendale	Italiano		Il corso mira a fornire agli studenti le conoscenze e competenze utili alla comprensione del ruolo del Management delle operazioni e dei processi nella creazione di valore, evidenziandone il fondamentale contributo alla acquisizione di un vantaggio competitivo durevole su scala globale. Il corso affronterà, sia in ottica di innovazione radicale che di innovazione incrementale, l'analisi e implementazione di principi, metodologie e strumenti relativi a molteplici contesti aziendali, dai cluster industriali high-tech ai servizi ad elevato contenuto relazionale.	48	102

1	8042 6	MANAGEMENT E MARKETING DELL'INNOVAZIONE	MANAGEMENT AND MARKETING OF INNOVATION	6	SECS-P/08	CARATTERIZZANTI	Aziendale	Italiano		Il corso affronta i temi dell'innovazione nell'impresa come fattore chiave per competere sui mercati, approfondendo le strategie e i comportamenti delle imprese, nonché i comportamenti dei consumatori/utilizzatori. Il corso persegue due obiettivi formativi: - fornire all'aula conoscenze e strumenti utili per inquadrare il tema della gestione strategica dell'innovazione nell'impresa, nelle sue molteplici dimensioni (innovazione tecnologica, di mercato, organizzativa) - approfondire le problematiche di gestione della tecnologia come fonte di vantaggio competitivo, alla luce delle dinamiche introdotte dalla diffusione del paradigma di open innovation.	48	102
1	6090 2	MANAGEMENT STRATEGICO E CORPORATE GOVERNANCE	STRATEGIC MANAGEMENT AND CORPORATE GOVERNANCE	9	SECS-P/08	CARATTERIZZANTI	Aziendale	Italiano		Il corso è focalizzato sul management strategico e sulle connesse problematiche di governo delle imprese. Il corso è articolato in due parti fondamentali. La prima parte si propone di approfondire i contenuti delle strategie di sviluppo e di sopravvivenza dell'impresa e le problematiche centrali della formulazione della strategia d'impresa. Particolare attenzione sarà dedicata alla valutazione ex ante ed ex post delle strategie, a partire dalla comprensione delle relazioni intercorrenti tra creazione del valore e strategia d'impresa. La seconda parte intende fornire allo studente un quadro conoscitivo sul tema del governo dell'impresa, focalizzandosi su: i diversi modelli di corporate governance; chi governa, come e perché; i rapporti tra proprietà e direzione; le diverse tipologie di proprietà azionaria e management; governo e organi sociali; i conflitti di interesse. In particolare, verranno analizzati i rapporti che intercorrono tra corporate governance, mercati finanziari e competitività delle imprese.	72	153
1	6463 5	STORIA D'IMPRESA	BUSINESS HISTORY	6	SECS-P/12	CARATTERIZZANTI	Economico	Italiano		Il corso si propone di indagare origine, trasformazione e comportamenti in prospettiva storica dell'impresa quale istituzione centrale dello sviluppo economico moderno. Partendo dalla definizione di un quadro teorico sulla concezione di impresa e sulla sua evoluzione nel corso del tempo, ci si focalizzerà poi sulle imprese dinamiche, in grado di influenzare con le loro strategie e comportamenti l'ambiente circostante. Se ne analizzeranno sotto il profilo sia quantitativo che qualitativo i mutamenti nella forma, dimensione e performance, in termini generali e con particolare riferimento al caso italiano.	48	102

1	5745 1	TIROCINIO	APPRENTICESHIPS	6		A SCELTA	A Scelta dello Studente			I tirocini di formazione ed orientamento sono i percorsi di apprendimento pratico-applicativo svolti, presso imprese o enti convenzionati con il Dipartimento o con l'Ateneo, durante il periodo di iscrizione ad uno dei corsi attivati dal Dipartimento di Economia (corsi di Laurea di primo livello o corsi di Laurea Magistrale). Il progetto formativo dei tirocini ha finalità pratico-applicative che integrano le conoscenze teoriche già acquisite o in corso di acquisizione nel percorso formativo universitario.	0	150
2	8704 6	DIGITAL COMMUNICATION	DIGITAL COMMUNICATION	3		ALTRE ATTIVITA'	Altre Conoscenze Utili per l'Inserimento Nel Mondo del	Italiano		Il corso si propone di fornire agli studenti i fondamenti dei meccanismi di funzionamento della comunicazione, applicabili anche alla comunicazione digitale, e un panorama completo delle modalità di comunicazione on-line, nonché delle loro funzioni correlate agli specifici obiettivi di marketing/comunicazione dell'impresa. Si propone inoltre di formare, attraverso lavori di gruppo e approfondimenti con esperti del settore, le competenze di base utili per affrontare, in modo corretto e funzionale agli obiettivi aziendali, la scelta del mix di strumenti digitali di comunicazione e i relativi criteri di pianificazione.	24	51
2	8047 2	E-BUSINESS	E-BUSINESS	3		ALTRE ATTIVITA'	Altre Conoscenze Utili per	Italiano		L'attività si propone di trasmettere conoscenze relativamente ai business fondati su tecnologie internet-based e sull'impatto delle ICT nelle attività e processi aziendali. L'obiettivo è quello di introdurre gli studenti alla conoscenza delle organizzazioni dot-com, alle problematiche relative all'integrazione degli strumenti internet-based nel business tradizionale delle imprese, al commercio e alla comunicazione via internet.	24	51
2	9055 7	ECONOMIA DELL'INDUSTRIA E DELLA CONCORRENZA	ECONOMY INDUSTRY AND COMPETITION	9	SECS-P/01	CARATTERIZZANTI	Economico	Italiano		Il corso persegue un duplice obiettivo. Da un lato, esaminare in dettaglio, utilizzando un approccio di teoria dei giochi, i principali modelli teorici utilizzati per analizzare i comportamenti strategici delle imprese, che verranno poi impiegati anche al fine di introdurre agli studenti l'economia della concorrenza. Il secondo obiettivo è invece quello di fornire agli studenti alcuni strumenti empirici e talune chiavi interpretative utili al fine di esaminare le principali criticità che attualmente contraddistinguono l'economia italiana.	72	153
2	8046 9	GESTIONE DELLE RISORSE UMANE	HUMAN RESOURCES MANAGEMENT	9	SECS-P/10	CARATTERIZZANTI	Aziendale	Italiano		Il corso intende esaminare le principali problematiche connesse alla gestione delle persone negli assetti organizzativi, evidenziando come la centralità delle risorse umane non possa che tradursi in scelte gestionali conseguenti. Vengono quindi presentate le fasi in cui si articola la gestione ed i relativi strumenti, evidenziando come i compiti gestionali possano essere diversamente allocati in funzione delle scelte di coerenza strategica.	72	153

2	8048 9	GRUPPI, COALIZIONI E RETI DI IMPRESE	GROUPS, COALITIONS AND BUSINESS NETWORKS	3	SECS-P/08	A SCELTA	A Scelta dello Studente	Italiano		Il corso si propone di approfondire le problematiche connesse con l'attuazione della strategia d'impresa, nel momento in cui occorre cioè attivare l'acquisizione delle risorse e delle competenze necessarie per realizzare, per via interna o esterna, il processo di crescita definito in sede di formulazione del disegno strategico aziendale. A tale scopo, oggetto principale di analisi sarà la vasta gamma di strumenti disponibili per attuare i processi di crescita da cui derivano profondi cambiamenti nelle architetture e negli assetti di governo delle imprese. In particolare, l'attenzione sarà rivolta: a) ai processi di crescita esterna che, attraverso operazioni di acquisizione del controllo di realtà aziendali esistenti o di nuova creazione, si risolvono nella formazione di reti di imprese organizzate in forma di gruppo; b) alle relazioni cooperative tra imprese, ovvero ai rapporti regolati da forme contrattuali (di tipo equity o non equity) che, pur ampliando l'ambito competitivo in cui l'impresa può posizionarsi, non comporta significative espansioni dimensionali.	24	51
2	8047 3	IMPRENDITORIALITÀ, START-UP E BUSINESS PLAN	ENTREPRENEURSHIP, START-UP AND BUSINESS PLAN	3		ALTRE ATTIVITA'	Altre Conoscenze Utili per	Italiano		L'attività in oggetto si propone di promuovere la diffusione della cultura di impresa e di trasmettere competenze utili per considerare l'avvio di attività imprenditoriali come opzione possibile di inserimento nel mondo del lavoro; in questo quadro si affronterà il problema della predisposizione del business plan, come strumento di verifica della fattibilità economico finanziaria di una nuova iniziativa e di gestione del suo lavoro.	24	51
2	7223 8	MANAGEMENT INTERNAZIONALE	INTERNATIONAL MANAGEMENT	9	SECS-P/08	AFFINI O INTEGRATIVE	Attività Formative Affini	Italiano		Il corso si propone di fornire le categorie concettuali ed interpretative dei processi di globalizzazione dell'economia. Vengono approfonditi i principali strumenti a disposizione delle imprese per operare e competere nei settori globali, nel terziario e nei business internet-based. E' prevista la realizzazione di un business plan per l'internazionalizzazione.	72	153
2	6444 7	MARKETING PROGREDITO	ADVANCED MARKETING	9	SECS-P/08	CARATTERIZZANTI	Aziendale	Italiano		Il corso persegue l'obiettivo di accrescere le capacità applicative dei concetti di marketing, nell'ambito delle nuove tendenze evolutive e delle problematiche che le imprese devono affrontare in risposta all'evoluzione dei mercati e della domanda. In particolare, il corso si propone di: delineare le tendenze evolutive del marketing; far acquisire conoscenze specialistiche sui nuovi approcci alla formulazione delle strategie e politiche di marketing; far comprendere il concetto centrale di valore per il cliente e sviluppare adeguate metodologie e strumenti di analisi e misurazione del valore per il cliente, quale elemento di guida delle politiche di marketing; far apprendere capacità operative di pianificazione.	72	153

2	4489 2	POLITICA ECONOMICA II	Political Economics II	9	SECS-P/02	CARATTERIZZANTI	Economico	Italiano		Il corso affronta temi di politica economica associati all'invecchiamento della popolazione, al sostegno dell'innovazione tecnologica ed all'interazione tra cultura ed economia. Si trattano anche aspetti di politica economica quali l'incoerenza temporale e le implicazioni forme di razionalità limitata	72	153
2	6007 2	PROVA FINALE LM	FINAL EXAM	15		PROVA FINALE	Per la Prova Finale	Italiano		La prova finale consiste nella discussione pubblica della tesi, dinanzi ad apposita Commissione, guidata dal relatore con la partecipazione di un correlatore appartenente all'area scientifica dell'insegnamento nel cui ambito è stata svolta la tesi. La tesi si qualifica per metodo di ricerca, adeguata conoscenza e utilizzazione di una bibliografia e/o di una ricerca giurisprudenziale completa ed aggiornata, padronanza della materia ed impegno critico.	0	375
2	6007 7	RICERCA OPERATIVA PER IL MANAGEMENT	OPERATION RESEARCH FOR MANAGEMENT	9	MAT/09	CARATTERIZZANTI	Statistico-Matematico	Italiano		Il corso intende fornire gli strumenti per poter affrontare consapevolmente problemi di pianificazione e di scelte tattiche e operative utilizzando tecniche proprie del management science (programmazione matematica e project management). I metodi proposti saranno applicati per l'analisi di recenti casi aziendali tramite l'utilizzo del foglio elettronico (Excel) come strumento per il problem solving e di alcuni tra i più diffusi ambienti software di ottimizzazione.	72	153
2	8047 0	STATISTICA PER IL MARKETING E IL MANAGEMENT	STATISTICS FOR MARKETING AND MANAGEMENT	9	SECS-S/01	CARATTERIZZANTI	Statistico-Matematico	Italiano		Il corso si compone di tre parti organizzate modularmente: - nella prima, si forniscono le basi delle principali metodologie di campionamento statistico; - nella seconda vengono illustrate le principali tecniche per l'analisi di mercato; - nella terza vengono introdotte le più comuni tecniche per il controllo della qualità on-line e off-line. Al termine del corso lo studente è in grado di: utilizzare le principali tecniche di rilevazione dei dati e costruire campioni probabilistici; analizzare i comportamenti di acquisto e segmentare il mercato; utilizzare le carte per il controllo della qualità del processo produttivo ed applicare i principi della pianificazione sperimentale per progettazione di prodotto.	72	153

2	5745 1	TIROCINIO	APPRENTICESHIPS	6		A SCELTA	A Scelta dello Studente			<p>I tirocini di formazione ed orientamento sono i percorsi di apprendimento pratico-applicativo svolti, presso imprese o enti convenzionati con il Dipartimento o con l'Ateneo, durante il periodo di iscrizione ad uno dei corsi attivati dal Dipartimento di Economia (corsi di Laurea di primo livello o corsi di Laurea Magistrale).</p> <p>Il progetto formativo dei tirocini ha finalità pratico-applicative che integrano le conoscenze teoriche già acquisite o in corso di acquisizione nel percorso formativo universitario.</p>	0	150
---	-----------	-----------	-----------------	---	--	----------	-------------------------	--	--	---	---	-----