



Piano di Studio del Corso in Gestione di Impresa (L18)

Sommario

Obiettivo del documento	3
Presentazione.....	4
Tabella Piano di Studio	7
Schede didattiche dei singoli insegnamenti.....	9

Obiettivo del documento

Nella presentazione dell'offerta formativa è disponibile:

- L'elenco completo degli insegnamenti previsti dal piano dell'offerta formativa;
- L'articolazione didattica per CFU e la relativa distribuzione in termini di ore e tipologia attività formative previste, suddivise per Didattica Erogativa (lezioni in presenza; lezioni videoregistrate; Ambienti multimediali attivi; Erogazione integrativa (e-tivity, partecipazioni a discussioni; attività collaborative, studi di caso: esercizi reali; Didattica Interattiva; Autoapprendimento (tempo e materiali di studio previsti);
- Metodologia - valutazione adottata (sommativa/formativa);

Presentazione

Il Corso di Laurea in Gestione di Impresa appartiene alla classe delle Lauree universitarie in Scienze dell'economia e della gestione aziendale (classe L-18) e si divide in due indirizzi diversi:

Indirizzo Statutario

Esso mira a fornire le conoscenze teoriche, metodologiche e tecnico-professionali dal punto di vista strutturale e di funzionamento delle aziende, con particolare riferimento a quelle della pubblica amministrazione, manifatturiere, hightech e commerciali. A questo fine, esso presuppone l'acquisizione di una adeguata conoscenza delle discipline aziendali, economiche, giuridiche, matematiche e statistiche; le prime rappresentano, comunque, il nucleo fondamentale degli insegnamenti impartiti e vengono declinate per aree funzionali e per settori aziendali.

Il Corso intende, altresì, sviluppare negli studenti le capacità di base necessarie per interpretare i principali fenomeni economici, analizzare i fenomeni aziendali e utilizzare i più diffusi strumenti applicabili ai processi gestionali.

Coerentemente con questa impostazione, il corso di laurea propone un percorso formativo strutturato come segue. Il primo anno si caratterizza per insegnamenti culturali di base, rispettivamente riconducibili all'area dell'economia politica (focus macroeconomia), dell'economia aziendale, del diritto privato e della statistica. Inoltre, è previsto il sostenimento della prova di idoneità di lingua inglese. In questo modo, il primo anno vengono "gettate" le basi delle principali traiettorie culturali e professionali che saranno sviluppate negli anni successivi.

Il secondo anno presenta un'articolazione di maggior approfondimento rispetto alle aree culturali indicate nell'anno antecedente. L'area aziendale trova sviluppi funzionali nelle discipline, tra l'altro, di controllo di gestione, di marketing e direzione d'impresa. L'area dell'economia politica approfondisce, tra l'altro, i temi della microeconomia. L'area matematico-statistica offre insegnamenti di statistica economica. Nell'area giuridica trovano collocazione gli insegnamenti di diritto commerciale e di diritto del lavoro.

Infine, il terzo anno prevede discipline specifiche riguardanti la tutela dei consumatori e le relative politiche di marketing, i sistemi di gestione per le aziende family business, i sistemi informativi aziendali, le ricerche di mercato. Si sosterranno anche le idoneità informatiche e di una seconda lingua.

Complessivamente, grazie a questa impostazione, il laureato alla fine del percorso formativo disporrà di conoscenze fondamentali rispetto:

- a. meccanismi di funzionamento dei sistemi di controllo economico-finanziario delle aziende;
- b. aree funzionali della produzione, dell'organizzazione, del marketing;

c. comprensione della struttura economica, del funzionamento delle istituzioni e dei mercati monetari e finanziari;

d. all'espletamento di professioni che richiedono un'adeguata padronanza della strumentazione giuridica;
e. il ruolo del settore pubblico, delle logiche e delle problematiche che tipicamente ispirano e caratterizzano il funzionamento delle aziende e delle amministrazioni pubbliche.

E' previsto uno stage obbligatorio al termine del percorso formativo.

Indirizzo Economia Digitale

Esso mira a fornire le conoscenze teoriche, metodologiche e tecnico-professionali dal punto di vista strutturale e di funzionamento delle aziende, con particolare attenzione alla creazione di un profilo focalizzato sul digitale, studiato per rispondere alle esigenze della new economy, contribuendo così allo sviluppo di questo importante settore dell'Economia anche in linea con l'indagine Excelsior 2016 che pone l'indirizzo economico al primo posto (50,3%) per richiesta di digital skills. A questo fine, esso presuppone l'acquisizione di una adeguata conoscenza delle discipline aziendali, economiche, giuridiche, matematiche e statistiche e delle discipline di marketing digitale, data management e intellectual property.

Il Corso intende, altresì, sviluppare negli studenti le capacità di base necessarie per interpretare i principali fenomeni economici, analizzare i fenomeni aziendali e utilizzare i più diffusi strumenti applicabili ai processi gestionali, con particolare attenzione agli strumenti della digital economy.

Coerentemente con questa impostazione, il corso di laurea propone un percorso formativo strutturato come segue. Il primo anno si caratterizza per insegnamenti culturali di base, rispettivamente riconducibili all'area dell'economia politica (focus macroeconomia), dell'economia aziendale, del diritto privato, della statistica e nell'area dell'economia digitale. Inoltre, è previsto il sostenimento della prova di idoneità di lingua inglese. In questo modo, il primo anno vengono "gettate" le basi delle principali traiettorie culturali e professionali che saranno sviluppate negli anni successivi.

Il secondo anno presenta un'articolazione di maggior approfondimento rispetto alle aree culturali indicate nell'anno antecedente. L'area aziendale trova sviluppi funzionali nelle discipline, tra l'altro, di controllo di gestione, di marketing digitale e direzione d'impresa. L'area dell'economia politica approfondisce, tra l'altro, i temi della microeconomia. L'area matematico-statistica offre insegnamenti di statistica economica. Nell'area giuridica trovano collocazione gli insegnamenti di intellectual property, competition and data management.

Infine, il terzo anno prevede discipline specifiche riguardanti la tutela dei consumatori e le relative politiche di marketing, i sistemi di gestione per le aziende family business, approfondimenti su finance e venture capital e i sistemi informativi aziendali con focus sulla computer science (network and data management). Si sosterranno anche le idoneità informatiche e di una seconda lingua.

Complessivamente, grazie a questa impostazione, il laureato alla fine del percorso formativo disporrà di conoscenze fondamentali rispetto:

- a. meccanismi di funzionamento dei sistemi di controllo economico-finanziario delle aziende e gestione di sistemi informatici e data;
- b. aree funzionali della produzione, dell'organizzazione, del marketing con focus sul marketing digitale;
- c. comprensione della struttura economica, del funzionamento delle istituzioni e dei mercati monetari e finanziari con focus sulla finance e i venture capital;
- d. all'espletamento di professioni che richiedono un'adeguata padronanza della strumentazione giuridica in materia anche digitale e di proprietà intellettuale;
- e. il ruolo del settore pubblico, delle logiche e delle problematiche che tipicamente ispirano e caratterizzano il funzionamento delle aziende e delle amministrazioni pubbliche nella nuova era digitale.

E' previsto uno stage obbligatorio al termine del percorso formativo.

Tabella Piano di Studio

Indirizzo Statutario



ANNO	ATTIVITA'	SSD	INSEGNAMENTO	CFU	DOCENTE DI RIFERIMENTO
1° ANNO	BASE	SECS-P/01	ECONOMIA POLITICA I	8	Giulio PICCIRILLI
	BASE	SECS-P/07	ECONOMIA AZIENDALE	12	Riccardo TISCINI
	BASE	SECS-P/08	ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE	8	FIorentino
	BASE	SECS-S/01	STATISTICA	8	Simona ANDREANO
	BASE	IUS/01	DIRITTO PRIVATO	10	Gianluca TARANTINO
	Altre attività	L-LIN/12	LINGUA INGLESE	4	Colomba LA RAGIONE
	AFFINE	SECS-S/06	METODI QUANTITATIVI PER LE DECISIONI AZIENDALI	8	Gaetano SPARTA'
2° ANNO	CARATTERIZZANTE	SECS-P/07	CONTABILITA' E BILANCIO	12	Laura MARTINIELLO
	CARATTERIZZANTE	SECS-P/01	ECONOMIA POLITICA II	8	Gaetano Fausto ESPOSITO
	CARATTERIZZANTE	IUS/04	DIRITTO COMMERCIALE	10	Paolo REVIGLIONE
	CARATTERIZZANTE	SECS-P/08	STRATEGIE D'IMPRESA E MARKETING	10	Maria Antonella FERRI
	CARATTERIZZANTE	SECS-S/03	STATISTICA ECONOMICA	10	Andrea MAZZITELLI
	AFFINE	SECS-P/08	INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE	10	Riccardo MONTI
3° ANNO	CARATTERIZZANTE	SECS-P/09	FINANZA AZIENDALE	10	Laura MARTINIELLO
	CARATTERIZZANTE	IUS/07	DIRITTO DEL LAVORO E RELAZIONI INDUSTRIALI	12	Marco MARAZZA
	CARATTERIZZANTE	SECS-P/08	ECONOMIA E MANAGEMENT DELL'INNOVAZIONE	10	Bernardo MATTARELLA
	Altre attività		A SCELTA DELLO STUDENTE*	12	
	Altre attività	INF/01	ABILITÀ INFORMATICHE E TELEMATICHE	4	Angelo SGROI
	Altre attività		SECONDA LINGUA	4	Daniela CIVITILLO - Patrizia CONSALVO
	Altre attività		PROVA FINALE	4	
	Altre attività		TIROCINI	6	

Indirizzo Economico Digitale

ANNO	ATTIVITA'	SSD	INSEGNAMENTO	CFU	DOCENTE DI RIFERIMENTO
1° ANNO	BASE	SECS-P/01	ECONOMIA POLITICA I	8	Giulio PICCIRILLI
	BASE	SECS-P/07	ECONOMIA AZIENDALE	12	Riccardo TISCINI
	BASE	SECS-P/08	ECONOMIA DIGITALE	8	Carlo DE MATTEO
	BASE	SECS-S/01	STATISTICA	8	Simona ANDREANO
	BASE	IUS/01	DIRITTO PRIVATO	10	Gianluca TARANTINO
	Altre attività	L-LIN/12	LINGUA INGLESE	4	Colomba LA RAGIONE
	AFFINE	SECS-S/06	METODI QUANTITATIVI PER IBIG DATA	8	CARTONE
2° ANNO	CARATTERIZZANTE	SECS-P/07	CONTABILITA' E BILANCIO	12	Laura MARTINIELLO
	CARATTERIZZANTE	SECS-P/01	ECONOMIA POLITICA II	8	Gaetano Fausto ESPOSITO
	CARATTERIZZANTE	IUS/04	INTELLECTUAL PROPERTY, COMPETITION AND MANAGEMENT	10	Bruno TASSONE
	CARATTERIZZANTE	SECS-P/08	DIGITALE STRATEGIE DI MARKETING	10	Da definire
	CARATTERIZZANTE	SECS-S/03	STATISTICA ECONOMICA	10	Andrea MAZZITELLI
	AFFINE	SECS-P/08	INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE	10	Riccardo MONTI
3° ANNO	CARATTERIZZANTE	SECS-P/09	FINANZA AND VENTURE CAPITAL	10	Angelo DEIANA
	CARATTERIZZANTE	IUS/07	DIRITTO DEL LAVORO E RELAZIONI INDUSTRIALI	12	Marco MARAZZA
	CARATTERIZZANTE	SECS-P/08	ECONOMIA E MANAGEMENT DELL'INNOVAZIONE	10	Bernardo MATTARELLA
	Altre attività		A SCELTA DELLO STUDENTE*	12	
	Altre attività	INF/01	COMPUTER SCIENCE (NETWORK E DATA MANAGEMENT)	4	Angelo SGROI
	Altre attività		SECONDA LINGUA	4	Daniela CIVITILLO - Patrizia CONSALVO
	Altre attività		TIROCINI	6	
	Altre attività		PROVA FINALE	4	

Schede didattiche dei singoli insegnamenti

Facoltà di Economia

Denominazione Corso di Laurea “Gestione di Impresa”– Classe L18

Il percorso di formazione complessivo è stato progettato sulla base dei requisiti previsti dal SUA-CdS .

La progettazione didattica di dettaglio dei singoli insegnamenti di base, caratterizzanti e affini avviene, da parte dei docenti sotto la supervisione del coordinatore del Corso di Laurea, attraverso compilazione delle schede di progettazione. Gli insegnamenti a scelta vengono pianificati ogni entro giugno dell’anno solare di inizio dell’attività accademica.

Di seguito si presentano le schede di progettazione didattica dei singoli corsi per ordine di anno accademico

Denominazione insegnamento	ECONOMIA POLITICA 1 ☒ PROFILO STATUTARIO ☒ PROFILO DIGITALE
Indicazione del docente	Giulio Piccirilli (Professore Associato)
Settore disciplinare	SECSP/01
Anno di corso	Primo anno
Tipologia di attività formativa	Caratterizzante X Affine ☐ A scelta studente ☐
Area di apprendimento	ECONOMICO QUANTITATIVA
Numero di crediti	8
Eventuali propedeuticità	Nessuna
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti nella Scheda SUA

Il corso ha lo scopo di insegnare agli studenti i principi che governano le decisioni economiche ed il funzionamento dei mercati.

Gli studenti impareranno come si formano e a quali obiettivi rispondono sia le decisioni dei consumatori che le decisioni delle imprese. Inoltre, gli studenti impareranno come funzionano i mercati concorrenziali e monopolistici e quali sono gli effetti degli interventi pubblici - es. tassazione - sul funzionamento di questi mercati.

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione

Il corso consentirà allo studente di comprendere cosa determina le scelte di acquisto da parte dei consumatori e le scelte di produzione da parte delle imprese. Inoltre, lo studente comprenderà come si formano i prezzi e quali sono le cause delle loro variazioni. Infine, lo studente comprenderà come gli scambi di mercato convogliano le risorse verso la soddisfazione dei bisogni dei consumatori e perché questa funzione è svolta con maggiore efficienza dai mercati concorrenziali piuttosto che da quelli monopolistici.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Le videolezioni sono progettate in modo da intrecciare principi teorici ed esempi tratti dalla realtà mentre le dispense propongono una serie di esercizi applicativi. Lo studente, pertanto, viene stimolato a compiere uno sforzo di analisi dei fenomeni economici di immediata osservazione. Ad esempio, lo studente sarà in grado di utilizzare la teoria per fare una previsione sui possibili effetti di una nuova imposta sul consumo o sulla produzione di un bene. Sarà in grado di valutare come questi effetti dipendono dalle caratteristiche della domanda e dell'offerta. Saprà valutare come cambia il mercato di riferimento di un'impresa in seguito all'ingresso di nuovi concorrenti oppure in seguito ad un intervento delle autorità antitrust.

Autonomia di giudizio

E' opportuno salvare l'Alitalia con ulteriori finanziamenti pubblici oppure sarebbe meglio abbandonarla al suo destino? Quali sono i costi ed i benefici delle due opzioni? E' opportuno inasprire la tassazione sulle imbarcazioni di lusso? Siamo sicuri che gli unici soggetti ad esserne colpiti saranno i ricchi?

Questo tipo di questioni animano il dibattito pubblico e sono spesso veicolo di manipolazione della pubblica opinione. Coloro che trarranno profitto dal corso saranno in grado di elaborare in autonomia le informazioni disponibili sulle questioni di natura economica e di valutare, alla luce di queste informazioni, la fondatezza delle opinioni altrui.

Abilità comunicative

L'esposizione del materiale didattico e l'ascolto delle lezioni consentiranno agli studenti di argomentare con un lessico preciso ed appropriato.

Capacità di apprendimento

Pur contenendo numerosi esempi, l'elemento centrale delle lezioni sono i principi teorici. E' la padronanza di questi principi che consentirà agli studenti di continuare ad imparare anche dopo aver terminato il corso e superato l'esame. Nelle società avanzate le informazioni economiche abbondano ma solo chi conosce i principi di base è in grado di elaborarle in modo corretto e di migliorare la propria cultura economica.

Programma didattico

1. Cos'è un'economia di mercato 2. Domanda ed offerta 3. L'equilibrio di mercato 4. Il problema del consumatore 5. La curva di indifferenza 6. I gusti del consumatore 7. Il saggio marginale di sostituzione (SMS) 8. Utilità marginali e SMS 9. Il vincolo di bilancio 10. Il paniere ottimo 11. Casi particolari 12. Domanda individuale e domanda di mercato 13. Applicazioni 14. La posizione della domanda 15. Elasticità della domanda 16. Elasticità: approfondimenti ed estensioni 17. Elasticità: calcolo 18. Elasticità: la relazione tra prezzo e fatturato 19. La nozione di profitto 20. Il costo economico 21. Profitto e livello di produzione 22. La regola del profitto marginale 23. La regola di chiusura ed il costo d'uso del capitale 24. La separazione tra proprietà e controllo	25. La funzione di produzione 26. Il breve ed il lungo periodo 27. Rendimenti marginali e rendimenti di scala 28. I costi nel breve periodo 29. Costi totali e costi marginali di breve periodo 30. Costi medi e costi marginali di breve periodo 31. Il mix economicamente efficiente 32. Il costo medio ed il costo marginale nel lungo periodo 33. L'impresa che non fa il prezzo 34. La curva di offerta individuale 35. La concorrenza perfetta 36. L'equilibrio di concorrenza perfetta nel breve periodo 37. Il prezzo di equilibrio di lungo periodo 38. L'equilibrio concorrenziale di lungo periodo 39. La dinamica di un settore concorrenziale 40. Il surplus del consumatore 41. Il surplus del produttore 42. L'efficienza del mercato concorrenziale 43. Gli effetti di un'imposta sulla quantità 44. Prezzi massimi e prezzi minimi 45. Il monopolio 46. Monopolio: il ricavo marginale 47. Monopolio ed efficienza 48. Monopolio ed antitrust
--	---

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

Il corso si raccorda con il corso di Economia Politica II insegnato dallo stesso docente.

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

L'esame può essere sostenuto sia in forma scritta che in forma orale. Gli appelli orali sono previsti nella sola sede centrale di Roma. Gli esami scritti, invece, possono essere sostenuti sia nelle sede centrale che nelle sedi periferiche.

L'esame orale consiste in un colloquio nel corso del quale il docente formula di solito tre domande. L'esame scritto consiste nello svolgimento di un test con 31 domande. Per ogni domanda lo studente deve scegliere una di 4 possibili risposte. Solo una risposta è corretta.

Sia le domande orali che le domande scritte sono formulate per valutare sia il grado di comprensione delle nozioni teoriche sia la capacità di ragionare utilizzando tali nozioni. Le domande sulle nozioni teoriche consentiranno di valutare il livello di comprensione. Le domande che richiedono l'elaborazione di un ragionamento consentiranno di valutare il livello di competenza e l'autonomia di giudizio maturati dallo studente.

Le abilità di comunicazione e la capacità di apprendimento saranno valutate attraverso le interazioni dirette tra docente e studente che avranno luogo durante la fruizione del corso (videoconferenze ed elaborati proposti dal docente).

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette l'iscrizione ai corsi, la fruizione delle lezioni, la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico e la comunicazione con il docente. Un tutor assisterà gli studenti nello svolgimento di queste attività.
Attività di didattica erogativa (DE)	➔ 48 Videolezioni + 48 test di autovalutazione Impegno totale stimato: 48 ore
Attività di didattica interattiva (DI)	➔ Redazione di un elaborato ➔ Partecipazione a una web conference ➔ Svolgimento delle prove in itinere con feedback ➔ Svolgimento della simulazione del test finale Totale 8 ore
Attività di autoapprendimento	➔ 144 ore per lo studio individuale
Libro di riferimento	➔ Dispense del docente. ➔ Microeconomia (5° ediz.), di Katz, Rosen, Bollino e Morgan, McGraw-Hill

Denominazione insegnamento	ECONOMIA AZIENDALE ☒ PROFILO STATUTARIO ☒ PROFILO DIGITALE
Indicazione del docente	Riccardo Tiscini
Settore disciplinare	SECS P/07
Anno di corso	Primo anno
Tipologia di attività formativa	Caratterizzante X Affine ☐ A scelta studente ☐
Area di apprendimento	AZIENDALE
Numero di crediti	12
Eventuali propedeuticità	Nessuna
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti nella Scheda SUA

Il corso si propone di fornire agli studenti strumenti manageriali per la comprensione delle dinamiche economiche e finanziarie dell'impresa e per l'effettuazione delle principali operazioni contabili. In particolare il programma di insegnamento consentirà allo studente di avere una panoramica approfondita del funzionamento dell'azienda e delle principali strategie da essa poste in essere. Lo studente acquisirà conoscenze di base sulla tipologie di imprese, sulla loro governance, sui principali documenti contabili e sulle problematiche connesse alla rilevazione contabile di costi, ricavi, investimenti, ecc.

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione. Il corso intende fornire le conoscenze utili per comprendere gli aspetti principali dell'economia aziendale.

Specifica attenzione è dedicata alla definizione e al funzionamento dell'impresa dal punto di vista organizzativo e strategico. Attraverso lo studio di queste tematiche lo studente sarà in grado di comprendere le dinamiche d'impresa e le modalità di contabilizzazione delle operazioni di gestione.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione. Il corso, anche attraverso l'analisi di casi di studio, è finalizzato a fornire strumenti di analisi e valutazione delle imprese nonché capacità di rilevare operazioni contabili al fine della redazione del bilancio di esercizio.

Autonomia di giudizio: Attraverso le competenze acquisite, lo studente potrà migliorare la propria capacità di giudizio e di proposta in relazione alla comprensione dei fenomeni aziendali ed alla alle varie fattispecie di rilevazione contabile.

Abilità comunicative. La presentazione dei profili tecnici connessi alla gestione d'impresa e alle scelte d'investimento, sarà svolta in modo da consentire l'acquisizione della padronanza di un linguaggio tecnico e di una terminologia specialistica adeguati.

Lo sviluppo di abilità comunicative, sia orali che scritte, sarà anche stimolata attraverso la didattica interattiva (con la redazione di elaborati da parte dello studente) e i momenti di videoconferenza attivati, ivi compreso la prova finale di esame.

Capacità di apprendimento. La capacità di apprendimento sarà stimolata attraverso la somministrazione di esercitazioni operative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata anche a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. La capacità di apprendimento sarà anche stimolata da supporti didattici integrativi (casi di studio, articoli e quotidiani economici) in modo da sviluppare le capacità applicative.

Programma didattico

- | | |
|---|---|
| 1. Introduzione all'azienda | 36. Esercitazione 1 di bilancio |
| 2. L'azienda. Concetti base | 37. Esercitazione 2 di bilancio |
| 3. Teoria dell'impresa: esistenza e confini | 38. Il principio di competenza economica |
| 4. Teoria dell'impresa: obiettivi | 39. Rettifiche: svalutazione crediti e ammortamento |
| 5. Assetti istituzionali. La fase di startup | 40. Rettifiche: rimanenze di materie prime |
| 6. Assetti istituzionali. La corporate governance | 41. Rettifiche: i risconti attivi |
| 7. I modelli di governance | 42. Rettifiche: i risconti passivi |
| 8. L'organizzazione aziendale | 43. Rettifiche: i ratei passivi |
| 9. La struttura semplice e la struttura funzionale | 44. Rettifiche: i ratei passivi su servizi e interessi |
| 10. La struttura divisionale e la struttura matriciale | 45. L'utile di esercizio |
| 11. La strategia aziendale | 46. La perdita di esercizio |
| 12. L'attrattività del business | 47. Le decisioni sull'utile |
| 13. Le strategie di corporate | 48. Le decisioni sulla perdita |
| 14. Le strategie di business | 49. I crediti svalutati |
| 15. Le strategie funzionali | 50. I fondi |
| 16. Introduzione al marketing | 51. Le rimanenze di materie nel nuovo esercizio |
| 17. Marketing strategico e operativo | 52. Le rimanenze di prodotti nel nuovo esercizio |
| 18. Marketing mix | 53. Esercitazione 3 di bilancio |
| 19. Le operazioni di gestione: concetti base | 54. Esercitazione 4 di bilancio |
| 20. La rilevazione delle operazioni di gestione - Finanziamento e impiego | 55. Esercitazione 5 di bilancio |
| 21. La rilevazione delle operazioni di gestione - Incassi, pagamenti e vendite | 56. Schemi di bilancio - Codice civile e Oic |
| 22. La stima del reddito - Stato patrimoniale e Conto economico | 57. Schemi di bilancio - Ifrs |
| 23. La stima del reddito - Ammortamenti, svalutazioni, rimanenze di materie, fondi, ratei e risconti su costi | 58. La performance dell'impresa - introduzione |
| 24. La stima del reddito - Ratei e risconti su ricavi, rimanenze prodotti | 59. Analisi della performance finanziaria - Riclassificazione finanziaria |
| 25. Il finanziamento | 60. Analisi della solidità |
| 26. L'acquisizione dei fattori produttivi | 61. Analisi della liquidità - Liquidità corrente e tesoreria |
| 27. Fattori produttivi: scritture contabili | 62. Analisi della liquidità - Ciclo del circolante |
| 28. Operazioni su fattori produttivi e finanziamenti | 63. Analisi della performance economica - Riclassificazione funzionale |
| 29. Acconti a fornitori e operazioni di vendita | 64. Analisi della redditività - ROE e determinanti |
| 30. La tavola dei valori e il reddito d'impresa | 65. Analisi della redditività - ROI e leva operativa |
| 31. La costituzione e il finanziamento | 66. Analisi della redditività - Capital Turnover e ROS |
| 32. Il prestito obbligazionario | 67. Analisi della redditività - Leva finanziaria |
| 33. Il factoring | 68. Fase terminale dell'azienda |
| 34. Gli acconti e i resi | 69. PARTE STARTUP E DIGITAL |
| | 70. PARTE STARTUP E DIGITAL |
| | 71. PARTE STARTUP E DIGITAL |
| | 72. PARTE STARTUP E DIGITAL |

35. Alienazione di immobilizzazioni, ritenute al personale e crediti svalutati

15

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

Il corso si raccorda in particolare i corsi di principi contabili e finanza aziendale.

Il raccordo avverrà tramite la preliminare condivisione del programma tra i docenti finalizzata ad evitare duplicazioni/sovrapposizioni del programma ed assicurare la completezza degli argomenti trattati.

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

Lo studente per superare l'esame può scegliere di effettuare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma.

Il test finale si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte.

Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande sul programma del corso
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione attraverso domande specifiche che consentano la valutazione rispetto a casi concreti
- Autonomia di giudizio attraverso domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alla scelte da compiere

Gli esercizi e gli elaborati di Didattica erogativa consentono invece di verificare i risultati di apprendimento raggiunti rispetto alle abilità comunicative e alla capacità di apprendimento.

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette sia l'iscrizione ai corsi sia la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico, la comunicazione con il docente. E' previsto un tutor che supporterà gli studenti durante il corso.
Attività di didattica erogativa (DE)	➔ 72 Videolezioni Totale 72 ore

Attività di didattica interattiva (DI)	→ Redazione di un elaborato → Partecipazione a una web conference → Svolgimento delle prove in itinere con feedback → Svolgimento della simulazione del test finale Totale 12 ore
Attività di autoapprendimento	→ 216 ore per lo studio individuale
Libro di riferimento	Tiscini R. Fiori G., Economia aziendale, Padova, Egea 2014

Denominazione insegnamento	ECONOMIA E GESTIONE D'IMPRESA ☒ PROFILO STATUTARIO
Indicazione del docente	FIORENTINO
Settore disciplinare	SECS-P/08
Anno di corso	Primo anno
Tipologia di attività formativa	Base X Caratterizzante ☐ Affine ☐ A scelta studente ☐
Area di apprendimento	AZIENDALE
Numero di crediti	8
Eventuali propedeuticità	Nessuna
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti nella Scheda SUA

Obiettivo dell'insegnamento è fornire le conoscenze teoriche e gli strumenti tecnico-professionali per la gestione strategica ed operativa dell'impresa al fine di competere in un contesto ambientale e sociale sempre più complesso. Il programma consentirà allo studente di sviluppare le capacità necessarie all'interpretazione dei fenomeni aziendali declinati per aree funzionali e ad utilizzare i più diffusi strumenti inerenti i processi gestionali. In particolare, nella prima parte dell'insegnamento sono approfondite le conoscenze e competenze alla base del sistema impresa, dell'ambiente competitivo e dell'analisi di settore; nella seconda parte sono fornite le più significative tecniche e metodologie per applicare tali conoscenze, anche alla luce di un modello di business centrato sulle esigenze delle start up nell'ottica della sostenibilità.

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione. L'insegnamento intende fornire le conoscenze utili per comprendere la struttura ed il funzionamento del sistema impresa e per individuare i fenomeni critici del contesto ambientale e competitivo di riferimento.

Specificata attenzione è dedicata al processo di pianificazione strategica sia a livello corporate che di area di business, nonché all'analisi delle variabili da valutare nei percorsi di crescita dell'impresa. Attraverso lo studio di tali tematiche lo studente sarà in grado di comprendere il percorso che porta il management alla creazione di valore per l'impresa e gli stakeholder di riferimento.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione. L'insegnamento, mediante l'impiego di tecniche e metodologie gestionali (analisi di matrici strategiche, studio di diversi modelli di business, presentazione di casi aziendali, esercitazioni e verifiche in itinere), consente allo studente di applicare le conoscenze teoriche di base acquisite, in differenti contesti di settore e di individuare, a fronte delle criticità riscontrate, un metodo per la soluzione delle problematiche d'impresa.

Autonomia di giudizio: Lo studente, anche tramite il confronto con i casi di studio e la discussione nella aula virtuali in occasione delle video conferenze, potrà sviluppare la propria capacità di giudizio e di proposta in relazione all'analisi delle soluzioni che il manager e/o l'imprenditore intende prendere ai fini della sopravvivenza, gestione, crescita dell'impresa.

Abilità comunicative. L'insegnamento intende attivare nello studente le necessarie capacità comunicative e comportamentali nell'esporre le proprie idee e proposte, nonché le possibili soluzioni alle problematiche da affrontare.

Lo sviluppo di tali abilità comunicative, è supportata dalla didattica interattiva (con la redazione di elaborati da parte dello studente e la conseguente correzione) e da momenti di videoconferenza programmati sulla base dello stato di avanzamento del programma. La stessa prova finale d'esame, nella modalità orale, è un momento utile per stimolare lo sviluppo delle abilità comunicative dello studente.

Capacità di apprendimento. La capacità di apprendimento sarà stimolata mediante la somministrazione di esercitazioni operative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. Concorrono a sviluppare la capacità di apprendimento anche i supporti didattici integrativi (casi aziendali, esercitazioni scritte, momenti di aula virtuale), soprattutto per i risultati connessi alle capacità applicative.

Programma didattico

1. Le risorse nel sistema Impresa	25. La gestione strategica della ASA
2. Le competenze	26. Modelli di portafoglio
3. Il sistema Impresa e l'ambiente competitivo	27. Le implicazioni strategiche delle matrici
4. L'impresa proattiva	28. Strategie competitive e creazione di valore
5. Gli stili Manageriali	29. Un'applicazione della catena del valore
6. I Compiti del Manager	30. Le imprese benefit
7. Il concetto di Strategia	31. Strategie di marketing sostenibile
8. Uno schema per l'analisi strategica	32. Percorsi strategici nell'orientamento alla sostenibilità
9. La pianificazione strategica	33. Un modello di business sostenibile
10. Gli schemi organizzativi	34. Il caso del settore turismo
11. La progettazione organizzativa	35. Le start up d'impresa
12. Il legame tra strategia e struttura	36. Business plan e start up
13. La strat. a livello corporate	37. Descrizione del business e del contesto
14. Le Strategie di crescita	38. Strategie e posizionamento
15. Strategie di diversificazione	39. Il piano operativo
16. Il Vantaggio Competitivo	40. Il piano di marketing
17. Le determinanti il V.C.	41. Struttura e management
18. Le strategie competitive	42. Risorse di finanziamento
19. La catena del valore.	43. Schemi economico-finanziari
20. L'analisi dei concorrenti	44. Oltre Il Business Plan
21. L'analisi del settore	45. La valutazione degli investimenti
22. La struttura del settore	46. Crow funding
23. Le barriere all'entrata	47. Caso di studio
24. L'ASA	48. Caso di studio

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

L'insegnamento si raccorda in particolare all'insegnamento di Economia Aziendale (SECS-P/07) e di Finanza Aziendale (SECS-P09).

Il raccordo avverrà tramite la preliminare condivisione del programma tra i docenti finalizzata ad evitare duplicazioni/sovrapposizioni del programma ed assicurare la completezza degli argomenti trattati.

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

Lo studente per superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma. Per poter effettuare la prenotazione di esame lo studente deve aver seguito almeno l'80% delle video lezioni.

Il test finale si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte da redigere in 45 minuti.

Nel corso dell'anno sono previste almeno 4 sessioni di esami in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all'inizio dell'anno accademico.

Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alla gestione d'impresa ed alle scelte strategiche;
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano la valutazione rispetto a casi concreti;
- Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alla scelte da compiere ed alle soluzioni da proporre.

Gli esercizi e gli elaborati di Didattica Erogativa consentono invece di verificare i risultati di apprendimento raggiunti rispetto alle Abilità comunicative e alla Capacità di apprendimento

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette sia l'iscrizione ai corsi sia la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico, la comunicazione con il docente. E' previsto un tutor che supporterà gli studenti durante il corso.
Attività di didattica erogativa (DE)	➔ 48 Videolezioni Totale 48 ore

Attività di didattica interattiva (DI)	→ Redazione di un elaborato → Partecipazione a una web conference → Lettura area FAQ → Svolgimento delle prove in itinere con feedback → Svolgimento della simulazione del test finale Totale 8 ore
Attività di autoapprendimento	→ 144 ore per lo studio individuale
Libro di riferimento	F. Fontana, M.Caroli, Economia e Gestione d'Impresa, McGraw-Hill, 2017. A. Kingsley Borello, Excellent Business Plan, Hoepli, 2015.

Denominazione insegnamento	DIRITTO PRIVATO ☒ PROFILO STATUTARIO ☒ PROFILO DIGITALE
Indicazione del docente	Gianluca TARANTINO Docente a contratto
Settore disciplinare	IUS/01
Anno di corso	Primo Anno
Tipologia di attività formativa	Base X Caratterizzante ☐ Affine ☐ A scelta studente ☐
Area di apprendimento	GIURIDICA
Numero di crediti	10
Eventuali propedeuticità	Nessuna
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti nella Scheda SUA

Obiettivo dell'insegnamento è illustrare i principali istituti del diritto privato - in particolare, le fonti del diritto, le situazioni giuridiche soggettive, i soggetti dell'attività giuridica, i diritti reali, i contratti, i contratti del consumatore, le obbligazioni, la responsabilità civile - favorendo i profili applicativi degli istituti in esame.

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione. Il corso intende fornire le conoscenze di base metodologiche degli strumenti statistici utili per comprendere e analizzare in maniera organica i principali atti e negozi giuridici e le connesse responsabilità. Il corso, in quanto impartito in una Facoltà di Economia, si sofferma particolarmente sugli aspetti contrattuali riservando al diritto di famiglia solo dei cenni.

Lo studio di tali tematiche permetterà allo studente di comprendere quali strumenti giuridici applicare in ordine alle diverse fattispecie, e di interpretare correttamente la realtà di riferimento.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione. Nel corso sono presenti molteplici casi applicativi che affiancano gli argomenti metodologici, al fine di permettere allo studente di applicare quanto appreso durante le lezioni, con l'obiettivo di usare empiricamente le fattispecie giuridiche analizzate e, soprattutto, analizzarne le connesse responsabilità.. Vengono inoltre fornite conoscenze basilari del contratto telematico e della firma digitale in linea con le prescrizioni del processo telematico e dell'Agenda digitale..

Autonomia di giudizio: Lo studio degli atti e dei negozi giuridici, in un'ottica critica applicativa, affiancato da esempi ed esercitazioni, permetterà allo studente di acquisire e migliorare la propria capacità di giudizio. In questo modo egli sarà capace di comprendere quale strumento è più appropriato all'analisi in oggetto e come proporre le correlate soluzioni.

Abilità comunicative. La presentazione e il commento durante il corso di sentenze e contratti connessi permette di acquisire un linguaggio tecnico appropriato e di una terminologia specialistica adeguata all'argomento.

Lo sviluppo di abilità comunicative, sia orali che scritte, sarà anche stimolata attraverso la didattica interattiva, con la redazione di elaborati da parte dello studente e l'accesso alla videoconferenza.

Capacità di apprendimento. La capacità di apprendimento sarà stimolata attraverso la somministrazione di esercitazioni applicative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata anche a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. Altri strumenti didattici integrativi online, quali documenti ufficiali, articoli di riviste e link a siti specifici, permettono di migliorare e sviluppare la capacità di apprendimento.

Programma didattico

1. I fatti giuridici
2. Atti e negozi
3. Teorie generali del negozio giuridico
4. Esercitazione 1
5. La disciplina applicabile ai fatti e ai negozi
6. Critica alla dottrina tradizionale
7. L'autonomia negoziale secondo Rescigno
8. Esercitazione 2
9. La libertà di concludere il contratto
10. Il contratto imposto dalla legge
11. Distinzione tra contratti consensuali e contratti reali e tra contratti a effetti reali e a effetti obbligatori
12. Collegamento negoziale funzionale e strutturale
13. Il contratto preliminare
14. Quesiti sul contratto preliminare e soluzione di casi pratici
15. Esecuzione in forma specifica dell'obbligo di contrarre
16. Mandato con e senza rappresentanza
17. L'incapacità giuridica generale e le incapacità giuridiche speciali
18. Le inabilità e le incompatibilità
19. La libertà di determinare il contenuto del contratto: art. 1322, comma 1, cod. civ.. I contratti normativi
20. I contratti aperti all'adesione di tutti e i contratti per adesione. Clausole vessatorie nel Codice civile.
21. Clausole vessatorie nel Codice del consumo
22. I capitolati d'onori. Natura giuridica dei capitolati.
23. L'inserzione automatica di clausole
24. La nullità e le sue cause
25. Ordine pubblico e buon costume
26. Nullità successiva, nullità relativa e nullità di

31. Libertà di apporre elementi accidentali al negozio giuridico. Significato di accidentalità.
32. Condizione termine modo. Condizione risolutiva di inadempimento
33. Gli *actus legitimi*
34. La teoria della falsa presupposizione
35. Libertà della scelta della forma negoziale
36. Contratto telematico e firma digitale
37. Le forme convenzionali
38. Libertà di farsi sostituire nell'attività negoziale
39. Contratto per conto di chi spetta e per persona da nominare
40. Gestione del negozio
41. Prelazione legale
42. Patto di preferenza
43. Opzione
44. Contratto a terzo
45. Contratto a favore di terzo, contratto a danno di terzo, contratto a carico di terzo.
46. Invalidità e inefficacia
47. Nullità
48. Annullabilità
49. Risolubilità
50. Rescindibilità
51. Inopponibilità
52. Le situazioni giuridiche soggettive attive e soggettive passive
53. La responsabilità civile
54. La responsabilità per colpa
55. La responsabilità oggettiva
56. La responsabilità aggravata
57. La responsabilità indiretta
58. Le categorie di danno
59. L'accessione invertita e l'usucapione acquisitiva
60. Cenni di diritto di famiglia ed ereditario

- | | |
|---|--|
| protezione
27. Conservazione del contratto
28. Libertà di concludere contratti atipici: art. 1322, comma 2, cod. civ.. Causa e tipo nella teoria del negozio giuridico
29. Causa tipica e funzione economico individuale.
30. Meritevolezza di tutela e inesistenza del contratto | |
|---|--|

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

Il corso si raccorda alle altre materie a carattere giuridico ed in particolare al corso di diritto commerciale. Il coordinamento è assicurato attraverso la preliminare condivisione dei rispettivi programmi, finalizzata ad evitare duplicazioni/sovrapposizioni e ad assicurare la completezza degli argomenti trattati.

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

Lo studente per superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma. Per poter effettuare la prenotazione di esame lo studente deve aver seguito almeno l'80% delle video lezioni.

Il test finale si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte da redigere in 45 minuti.

Nel corso dell'anno sono previste almeno 4 sessioni di esami in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all'inizio dell'anno accademico.

Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alla gestione d'impresa ed alle scelte strategiche;
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano la valutazione rispetto a casi concreti;
- Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alla scelte da compiere ed alle soluzioni da proporre.

Gli esercizi e gli elaborati di Didattica Erogativa consentono invece di verificare i risultati di apprendimento raggiunti rispetto alle Abilità comunicative e alla Capacità di apprendimento

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette sia l'iscrizione ai corsi sia la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico, la comunicazione con il docente. E' previsto un tutor che supporterà gli studenti durante il corso.
Attività di didattica erogativa (DE)	➔ 60 Videolezioni Totale 60 ore

Attività di didattica interattiva (DI)	➔ Partecipazione a 1 caso studio, project work, esercizio o lavoro di gruppo con feedback del docente ➔ Lettura area FAQ ➔ Svolgimento delle prove in itinere con feedback Totale 10 ore
Attività di autoapprendimento	➔ 180 ore per lo studio individuale
Libro di riferimento	➔ Francesco Santoro Passarelli, DOTTRINE GENERALI DEL DIRITTO CIVILE, Jovene; ➔ Pietro Rescigno, MANUALE DI DIRITTO PRIVATO, Ipsoa (limitatamente agli argomenti trattati a lezione); ➔ Antonio Catricalà, L'ESAME DI DIRITTO CIVILE, Maggioli 2015; ➔ Andrea Torrente, MANUALE DI DIRITTO PRIVATO, Giuffrè; ➔ Francesco Gazzoni, MANUALE DI DIRITTO PRIVATO, Edizioni Scientifiche Italiane; ➔ Cesare M. Bianca, IL CONTRATTO, Giuffrè; ➔ ENCICLOPEDIA DEL DIRITTO, Giuffrè (nelle voci corrispondenti agli istituti elencati nello schema).

Denominazione insegnamento	ECONOMIA DIGITALE
Indicazione del docente	Carlo De Matteo, Professore Straordinario
Settore disciplinare	SECS-P/08
Anno di corso	Primo anno
Tipologia di attività formativa	Base X Caratterizzante ☐ Affine ☐ A scelta studente ☐
Area di apprendimento	AZIENDALE
Numero di crediti	8
Eventuali propedeuticità	Nessuna
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti nella Scheda SUA

Obiettivo dell'insegnamento è fornire le conoscenze teoriche e i principi economici per la gestione strategica ed operativa dell'impresa al fine di competere in un contesto ambientale e sociale sempre più complesso con un focus specifico relativo all'Economia Digitale. Il programma consentirà allo studente di sviluppare le capacità necessarie all'interpretazione dei fenomeni aziendali e a comprendere e anticipare le evoluzioni del proprio settore. Durante il corso sono approfondite le conoscenze e competenze alla base dell'impresa digitale con particolare attenzione ai principi, la storia, l'ambiente competitivo e l'analisi degli impatti che l'Economia Digitale ha determinato nella società; L'insegnamento si compone di due parti: La prima interamente dedicato all'approfondimento dell'Economia Digitale e il secondo agli strumenti di Gestione Digitale d'impresa. Alla fine del corso sono forniti alcuni business case significativi in ambito dell'applicazione dell'Economia Digitale allo scopo di consentire allo studente di poter apprendere applicare tali conoscenze, anche alla luce di un modello di business centrato sull'evoluzione del mercato.

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione. L'insegnamento intende fornire le conoscenze utili per comprendere la struttura ed il funzionamento del sistema impresa e per individuare i fenomeni critici del contesto ambientale e competitivo di riferimento in una prospettiva di economia digitale. Attraverso lo studio di tali tematiche lo studente sarà in grado di comprendere il percorso che porta il management alla creazione di valore per l'impresa e gli stakeholder di riferimento sempre con riferimento all'economia digitale.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione. L'insegnamento, mediante l'impiego di tecniche e metodologie gestionali (studio di diversi modelli di business, presentazione di casi aziendali, esercitazioni e verifiche in itinere), consente allo studente di applicare le conoscenze

teoriche di base acquisite, in differenti contesti di settore e di individuare, a fronte delle criticità riscontrate, un metodo per la soluzione delle problematiche d'impresa.

Autonomia di giudizio: Lo studente, anche tramite il confronto con i casi di studio e la discussione nella aula virtuale in occasione delle video conferenze, potrà sviluppare la propria capacità di giudizio e di proposta in relazione all'analisi delle soluzioni che il manager e/o l'imprenditore intende prendere ai fini della sopravvivenza, gestione, crescita dell'impresa digitale.

Abilità comunicative. L'insegnamento intende attivare nello studente le necessarie capacità comunicative e comportamentali nell'esporre le proprie idee e proposte, nonché le possibili soluzioni alle problematiche da affrontare.

Lo sviluppo di tali abilità comunicative, è supportata dalla didattica interattiva (con la redazione di elaborati da parte dello studente e la conseguente correzione) e da momenti di videoconferenza programmati sulla base dello stato di avanzamento del programma. La stessa prova finale d'esame, nella modalità orale, è un momento utile per stimolare lo sviluppo delle abilità comunicative dello studente.

Capacità di apprendimento. La capacità di apprendimento sarà stimolata mediante la somministrazione di esercitazioni operative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. Concorrono a sviluppare la capacità di apprendimento anche i supporti didattici integrativi (casi aziendali, esercitazioni scritte, momenti di aula virtuale), soprattutto per i risultati connessi alle capacità applicative.

Programma didattico

PARTE I ECONOMIA DIGITALE	PART II GESTIONE DIGITALE D'IMPRESA
1. Principi di economia digitale 2. La rivoluzione digitale 3. L'economia dell'informazione 4. Storia dei computer 5. IT Business applications 6. La Network Economy 7. Il Global Backbone 8. Internet 9. I motori di ricerca 10. I Social Networks 11. Mobile 12. Il Media Digitale 13. eCommerce 14. La Sharing Economy 15. La Data Economy 16. Big Data 17. I players nel mercato digitale 18. La digital transformation 19. Internet of Things 20. A.I. - Intelligenza artificiale	23. L'impresa nell'era digitale 24. Modelli di Business 25. La catena del valore 26. Le risorse aziendali 27. Gli assets 28. Sistemi IT per l'impresa 29. Company Strategy 30. Pianificazione Strategica 31. Il Management 32. HR e competenze digitali 33. Design di organizzazione 34. Strategia e Organizzazione 35. Analisi di mercato 36. Analisi della concorrenza 37. Strategie di mercato e posizionamento 38. Scalabilità vs. mercato di nicchia 39. Creazione del valore and UVP 40. Il marketing digitale 41. Strategie commerciali 42. Le Start-ups

21. Impatto dei robot sull'economia
 22. L'uomo ai tempi dell'economia digitale

43. Imprenditoria e aspetti societari
 44. Il Business Plan
 45. Fundraising e analisi degli investimenti
 46. Sviluppo del prodotto e MVP
 47. Case Study
 48. Case Study

27

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

L'insegnamento si raccorda in particolare all'insegnamento di Economia Aziendale (SECS-P/07) e di Finanza Aziendale (SECS-P09).

Il raccordo avverrà tramite la preliminare condivisione del programma tra i docenti finalizzata ad evitare duplicazioni/sovrapposizioni del programma ed assicurare la completezza degli argomenti trattati.

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

Lo studente per superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma. Per poter effettuare la prenotazione di esame lo studente deve aver seguito almeno l'80% delle video lezioni.

Il test finale si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte da redigere in 45 minuti.

Nel corso dell'anno sono previste almeno 4 sessioni di esami in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all'inizio dell'anno accademico.

Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alla gestione d'impresa ed alle scelte strategiche;
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano la valutazione rispetto a casi concreti;
- Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alla scelte da compiere ed alle soluzioni da proporre.

Gli esercizi e gli elaborati di Didattica Erogorativa consentono invece di verificare i risultati di apprendimento raggiunti rispetto alle Abilità comunicative e alla Capacità di apprendimento

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti

L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette sia l'iscrizione ai corsi sia la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico, la comunicazione con il docente.

E' previsto un tutor che supporterà gli studenti durante il corso.

Attività di didattica erogativa (DE)	➔ 48 Videolezioni Totale 48 ore
Attività di didattica interattiva (DI)	➔ Redazione di un elaborato ➔ Partecipazione a una web conference ➔ Lettura area FAQ ➔ Svolgimento delle prove in itinere con feedback ➔ Svolgimento della simulazione del test finale Totale 8 ore
Attività di autoapprendimento	Totale 144 ore
Libro di riferimento	Economia Digitale e Gestione Digitale d'Impresa – Carlo A. De Matteo

Denominazione insegnamento	METODI QUANTITATIVI E APPLICAZIONI PER I BIG DATA ☒ PROFILO DIGITALE
Indicazione del docente	CARTONE Docente a contratto
Settore disciplinare	SECS-S/06
Anno di corso	Primo anno
Tipologia di attività formativa	Base ☐ Caratterizzante ☐ Affine X A scelta studente ☐
Area di apprendimento	ECONOMICO QUANTITATIVA
Numero di crediti	8
Eventuali propedeuticità	Nessuna
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti nella Scheda SUA

La rivoluzione digitale ha portato ad una esplosione della quantità di dati e informazioni disponibili (Big Data), la capacità di analizzare e correlare queste informazioni sta diventando un elemento basilare della competizione d'impresa e fonte di nuovo valore economico e d'innovazione. I Big data sono tuttavia informazioni non facili da gestire utilizzando i tradizionali strumenti dell'Information Technologies a causa della loro mole, della loro eterogeneità e delle loro numerose peculiarità. Per questo motivo stanno nascendo nuove architetture, metodologie e strumenti a disposizione di chi questi dati li deve trasformare in valore per l'azienda per supportare il processo decisionale: il Data Scientist. In questo modulo verranno analizzati le diverse tipologie di dati a disposizione, tecniche di accesso alle informazioni, le metodologie per gestirli e le architetture e strumenti per memorizzarli ed elaborarli.

Il corso, dopo un focus metodologico sulle principali applicazioni matematiche per le decisioni aziendali, mira a illustrare le moderne soluzioni tecniche e metodologiche al problema della gestione dei big data, ovvero collezioni di dati destrutturati le cui dimensioni superano le capacità di memorizzazione, gestione e analisi tipiche dei tradizionali sistemi per basi di dati. Partendo dai requisiti delle moderne applicazioni, verranno affrontate le diverse problematiche di memorizzazione e uso dei big data, illustrando le soluzioni hardware e software che sono state proposte per la loro gestione. Durante il corso verranno coniugati aspetti metodologici e tecnologici mediante esercitazioni pratiche con l'ausilio di sistemi reali, seminari aziendali e progetti pratici

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione. Il corso intende fornire le conoscenze di base metodologiche degli strumenti statistici utili per comprendere e analizzare in maniera organica il fenomeno dei big data.

Un'attenzione specifica è dedicata alle diverse fonti disponibili in ambito nazionale e internazionale, per orientare l'utente nell'ambito delle molteplici banche dati, utili all'individuazione dei giacimenti informativi.

Lo studio di tali tematiche permetterà allo studente di comprendere quali strumenti applicare per l'analisi dei dati a disposizione, e di interpretare correttamente la realtà sotto studio.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione. Nel corso sono presenti molteplici esercizi applicativi che affiancano gli argomenti metodologici, al fine di permettere allo studente di applicare quanto appreso durante le lezioni, con l'obiettivo di usare empiricamente le formule presentate e, soprattutto, interpretare i risultati statistici ottenuti. Vengono inoltre fornite conoscenze basilari di programmi informatici e strumenti web, per una migliore comprensione e applicazione di quanto appreso nel corso.

Autonomia di giudizio: Lo studio degli strumenti statistici, in un'ottica critica applicativa al mondo dei big data, affiancato da esempi ed esercitazioni, permetterà allo studente di acquisire e migliorare la propria capacità di giudizio. In questo modo egli sarà capace di comprendere quale strumento è più appropriato all'analisi in oggetto e come interpretare correttamente i risultati ottenuti.

Abilità comunicative. La presentazione e il commento durante il corso di alcuni rapporti statistici connessi al fenomeno dei big data, permette di acquisire un linguaggio tecnico appropriato e di una terminologia specialistica adeguata all'argomento.

Lo sviluppo di abilità comunicative, sia orali che scritte, sarà anche stimolata attraverso la didattica interattiva, con la redazione di elaborati da parte dello studente e l'accesso alla videoconferenza. Si forniscono inoltre le basi tecniche di alcuni strumenti informatici (Excel e Moduli Google) per migliorare e stimolare le capacità comunicative.

Capacità di apprendimento. La capacità di apprendimento sarà stimolata attraverso la somministrazione di esercitazioni applicative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata anche a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. Altri strumenti didattici integrativi online, quali documenti ufficiali, articoli di riviste e link a siti specifici, permettono di migliorare e sviluppare la capacità di apprendimento.

Programma didattico

1. Gli insiemi.
2. Funzioni. Insiemi numerici.
3. Numeri reali. Potenze.

26. Funzioni continue.
27. Proprietà delle funzioni continue.
28. Derivate: Definizione e significato.
29. Derivabilità e continuità. Derivate di ordine

4. Logaritmi, intervalli, valore assoluto. 5. Massimo comune divisore e minimo comune multiplo. 6. Alcuni prodotti notevoli. 7. Equazioni di primo grado. 8. Equazioni di secondo grado. 9. Polinomi. Equazioni fratte. 10. Disequazioni di primo grado. 11. Disequazioni di secondo grado. 12. Sistemi di disequazioni. Disequazioni fratte. 13. Geometria analitica: Segmenti e rette. 14. Geometria analitica: Circonferenze e parabole. 15. Funzioni di una variabile reale: Prime definizioni. 16. Funzioni di una variabile reale: Iniettività, invertibilità, composizione. 17. Funzioni lineari. 18. Funzioni potenza, radice, valore assoluto. 19. Funzione esponenziale. 20. Funzione logaritmo. 21. Monotonia, convessità, massimi e minimi: alcune definizioni. 22. Successioni reali. 23. Limite di una funzione. 24. Proprietà dei limiti. 25. Calcolo dei limiti.	superiore. 30. Derivate delle funzioni elementari. 31. Regole di derivazione. 32. Calcolo delle derivate. 33. Applicazioni delle derivate: esempi e regola di de L'Hopital. 34. Teoremi di Rolle e di Lagrange. 35. Teorema di Fermat. 36. Ricerca di massimi e minimi. Al programma suindicato si aggiungono n. 12 unit specifiche sui big data in fase di progettazione
--	---

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

Il corso si raccorda con gli insegnamenti di Statistica e Statistica economica.

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

Lo studente per superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma. Per poter effettuare la prenotazione di esame lo studente deve aver seguito almeno l'80% delle video lezioni.

Il test finale si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte da redigere in 45 minuti.

Nel corso dell'anno sono previste almeno 4 sessioni di esami in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all'inizio dell'anno accademico.

Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alla gestione d'impresa ed alle scelte strategiche;
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano la valutazione rispetto a casi concreti;

- Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alla scelte da compiere ed alle soluzioni da proporre.

Gli esercizi e gli elaborati di Didattica Erogativa consentono invece di verificare i risultati di apprendimento raggiunti rispetto alle Abilità comunicative e alla Capacità di apprendimento

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette sia l'iscrizione ai corsi sia la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico, la comunicazione con il docente. È previsto un tutor che supporterà gli studenti durante il corso.
Attività di didattica erogativa (DE)	➔ 48 Videolezioni Totale 48 ore
Attività di didattica interattiva (DI)	➔ Partecipazione a 1 caso studio, project work, esercizio o lavoro di gruppo con feedback del docente ➔ Lettura area FAQ ➔ Svolgimento delle prove in itinere con feedback Totale 8 ore
Attività di autoapprendimento	➔ 144 ore per lo studio individuale
Libro di riferimento	Il docente indicherà uno o più testi di riferimento

Denominazione insegnamento	STATISTICA ☒ PROFILO STATUTARIO ☒ PROFILO DIGITALE
Indicazione del docente	Simona ANDREANO Professore Associato
Settore disciplinare	SECS-S/01
Anno di corso	Secondo Anno
Tipologia di attività formativa	Base X Caratterizzante ☐ Affine ☐ A scelta studente ☐
Area di apprendimento	ECONOMICO QUANTITATIVA
Numero di crediti	8
Eventuali propedeuticità	Nessuna
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti nella Scheda SUA

Il corso ha come obiettivo quello di fornire agli studenti i principali strumenti di base della statistica al fine di poter effettuare analisi e interpretare i risultati delle principali tecniche statistiche. Le esercitazioni e i casi studi analizzati durante il corso permettono di avere una visione empirica delle diverse tematiche affrontate e di sviluppare la capacità di applicare le conoscenze teoriche allo studio dei fenomeni reali.

Le tecniche statistiche verranno applicate a problemi in campo aziendale mediante l'uso di opportuni software.

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione. Il corso intende fornire le conoscenze di base metodologiche degli strumenti statistici utili per comprendere e analizzare in maniera organica la complessa realtà economica sotto studio.

Un'attenzione specifica è dedicata alle diverse fonti disponibili in ambito nazionale e internazionale, per orientare l'utente nell'ambito delle molteplici banche dati, utili all'analisi del settore.

Lo studio di tali tematiche permetterà allo studente di comprendere quali strumenti applicare per l'analisi dei dati a disposizione, e di interpretare correttamente la realtà sotto studio.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione. Nel corso sono presenti molteplici esercizi applicativi che affiancano gli argomenti metodologici, al fine di permettere allo studente di applicare quanto appreso durante le lezioni, con l'obiettivo di usare empiricamente le formule presentate e, soprattutto, interpretare i risultati statistici ottenuti. Sono, inoltre fornite conoscenze basilari di programmi informatici e strumenti web, per una migliore comprensione e applicazione di quanto appreso nel corso.

Autonomia di giudizio: Lo studio degli strumenti statistici, in un'ottica critica applicativa, affiancato da esempi ed esercitazioni, permetterà allo studente di acquisire e migliorare la propria

capacità di giudizio. In questo modo sarà capace di comprendere quale strumento è più appropriato all'analisi in oggetto e come interpretare correttamente i risultati ottenuti.

Abilità comunicative. La presentazione e il commento durante il corso di alcuni rapporti statistici connessi al settore del turismo, permette di acquisire un linguaggio tecnico appropriato e di una terminologia specialistica adeguata all'argomento.

Lo sviluppo di abilità comunicative, sia orali che scritte, sarà anche stimolata attraverso la didattica interattiva, con la redazione di elaborati da parte dello studente e l'accesso alla videoconferenza. Si forniscono inoltre le basi tecniche di alcuni strumenti informatici (Excel e Moduli Google) per migliorare e stimolare le capacità comunicative.

Capacità di apprendimento. La capacità di apprendimento sarà stimolata attraverso la somministrazione di esercitazioni applicative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata anche a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. Altri strumenti didattici integrativi online, quali documenti ufficiali, articoli di riviste e link a siti specifici, permettono di migliorare e sviluppare la capacità di apprendimento.

Programma didattico

1 - Obiettivi E Programma Del Corso Di Statistica 2 - Organizzazione Del Corso 3 - Introduzione Alla Statistica 4 - Classificazione Dei Fenomeni Statistici 5 - Le Distribuzioni Di Frequenza 6 - Le Diverse Tipologie Di Frequenza 7 - Esercitazione Sulle Frequenze 8 - Rappresentazioni Grafiche 9 - L'istogramma 10 - Esercitazione Sulle Rappresentazioni Grafiche 11 - Introduzione Alle Medie 12 - La Mediana 13 - I Quantili E I Quartili 14 - La Media Aritmetica 15 - Esercitazione Sulle Medie 16 - Introduzione Alla Variabilità 17 - La Varianza E Lo Scarto Quadratico Medio 18 - Approfondimenti Sulla Variabilità 19 - Esercitazione Sulla Variabilità 20 - La Tabella Doppia 21 - Esercitazione Sulla Tabella Doppia 22 - La Connessione E L'indipendenza 23 - L'indice Del Chi Quadrato 24 - Esercitazione Sul Chi Quadrato 25 - Concordezza E Discordezza	29 - La Bontà Di Adattamento 30 - Esercitazione Sulla Retta Di Regressione 31 - Approfondimenti Sulla Retta Di Regressione 32 - Introduzione Alla Probabilità 33 - Le Variabili Casuali 34 - Introduzione Alla Variabile Casuale Binomiale 35 - La Variabile Casuale Binomiale 36 - Esercitazione Sulla Variabile Casuale Binomiale 37 - Introduzione Alla Variabile Casuale Normale 38 - La Normale Standardizzata 39 - La Tavola Della Normale 40 - Esercitazione Sulla Normale 41 - Introduzione Al Campionamento 42 - Introduzione All'inferenza 43 - La Verifica Delle Ipotesi 44 - Introduzione Ad Excel 45 - L'analisi Descrittiva Con Excel 46 - La Regressione Con Excel 47 - La Binomiale Con Excel 48 - La Normale Con Excel 49 - Un Caso Studio
---	--

26 - La Correlazione
 27 - Esercitazione Sulla Correlazione
 28 - La Retta Di Regressione

35

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

Il corso si raccorda con l'insegnamento di Statistica Economica.

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

Lo studente per superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma. Per poter effettuare la prenotazione di esame lo studente deve aver seguito almeno l'80% delle video lezioni.

Il test finale si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte da redigere in 45 minuti.

Nel corso dell'anno sono previste almeno 4 sessioni di esami in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all'inizio dell'anno accademico.

Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alla gestione d'impresa ed alle scelte strategiche;
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano la valutazione rispetto a casi concreti;
- Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alle scelte da compiere ed alle soluzioni da proporre.

Gli esercizi e gli elaborati di Didattica Erogativa consentono invece di verificare i risultati di apprendimento raggiunti rispetto alle Abilità comunicative e alla Capacità di apprendimento

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette sia l'iscrizione ai corsi sia la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico, la comunicazione con il docente e con il tutor. È previsto un tutor che supporterà gli studenti durante il corso.
Attività di didattica erogativa (DE)	 49 Videolezioni Totale 48 ore

Attività di didattica interattiva (DI)	➔ Partecipazione a 1 caso studio, project work, esercizio o lavoro di gruppo con feedback del docente ➔ Lettura area FAQ ➔ Svolgimento delle prove in itinere con feedback Totale 8 ore
Attività di autoapprendimento	➔ 144 ore per lo studio individuale
Libro di riferimento	Vitale C. (2011), Introduzione alla Statistica per le Applicazioni Economiche, vol. I e II, ESI, Napoli

Denominazione insegnamento	METODI QUANTITATIVI PER LE DECISIONI AZIENDALI ☒ PROFILO STATUTARIO
Indicazione del docente	Docente a contratto da individuare
Settore disciplinare	SECS-S/06
Anno di corso	Primo Anno
Tipologia di attività formativa	Base ☐ Caratterizzante ☐ Affine X A scelta studente ☐
Area di apprendimento	ECONOMICO - QUANTITATIVA
Numero di crediti	8
Eventuali propedeuticità	Nessuna
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti nella Scheda SUA

Il corso si pone l'obiettivo di fornire i principali strumenti matematici di base utilizzati nei modelli economici.

Alla fine del corso gli studenti conosceranno i principali concetti alla base del calcolo infinitesimale e le proprietà delle funzioni reali. Inoltre, potranno comprendere semplici modelli quantitativi. In particolare, il corso tratta i seguenti argomenti:

- Insiemi. Numeri reali. Equazioni e disequazioni.
- Funzioni di una variabile, limiti, continuità, derivate.
- Ricerca di massimi e minimi. Studio di funzioni. Integrali.
- Cenni sulle funzioni di due variabili

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione. Il corso intende fornire le conoscenze di base metodologiche degli strumenti matematici utili per comprendere e analizzare in maniera organica i fenomeni aziendali ed economici.

Concetti come funzioni, integrali, equazioni, disequazioni rappresenteranno un bagaglio che accompagnerà gli studenti in tutto il corso di laurea.

Lo studio di tali tematiche permetterà allo studente di comprendere quali strumenti applicare per l'analisi dei dati a disposizione, e di interpretare correttamente la realtà oggetto di analisi.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione. Nel corso sono presenti molteplici esercizi applicativi che affiancano gli argomenti metodologici, al fine di permettere allo studente di applicare quanto appreso durante le lezioni, con l'obiettivo di usare empiricamente le formule presentate e, soprattutto, interpretare i risultati matematici ottenuti. Vengono inoltre fornite conoscenze basilari di programmi informatici e strumenti web, per una migliore comprensione e applicazione di quanto appreso nel corso.

Autonomia di giudizio: Lo studio degli strumenti matematici, in un'ottica critica applicativa,

affiancato da esempi ed esercitazioni, permetterà allo studente di acquisire e migliorare la propria capacità di giudizio. In questo modo egli sarà capace di comprendere quale strumento è più appropriato all'analisi in oggetto e come interpretare correttamente i risultati ottenuti.



Abilità comunicative. La presentazione e il commento durante il corso di alcune funzioni permette di acquisire un linguaggio tecnico appropriato e di una terminologia specialistica adeguata all'argomento.

Lo sviluppo di abilità comunicative, sia orali che scritte, sarà anche stimolata attraverso la didattica interattiva, con la redazione di elaborati da parte dello studente e l'accesso alla videoconferenza. Si forniscono inoltre le basi tecniche di alcuni strumenti informatici (Excel e Moduli Google) per migliorare e stimolare le capacità comunicative.

Capacità di apprendimento. La capacità di apprendimento sarà stimolata attraverso la somministrazione di esercitazioni applicative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata anche a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. Altri strumenti didattici integrativi online, quali documenti ufficiali, articoli di riviste e link a siti specifici, permettono di migliorare e sviluppare la capacità di apprendimento.

Programma didattico

1. Gli insiemi. 2. Funzioni. Insiemi numerici. 3. Numeri reali. Potenze. 4. Logaritmi, intervalli, valore assoluto. 5. Massimo comune divisore e minimo comune multiplo. 6. Alcuni prodotti notevoli. 7. Equazioni di primo grado. 8. Equazioni di secondo grado. 9. Polinomi. Equazioni fratte. 10. Disequazioni di primo grado. 11. Disequazioni di secondo grado. 12. Sistemi di disequazioni. Disequazioni fratte. 13. Geometria analitica: Segmenti e rette. 14. Geometria analitica: Circonferenze e parabole. 15. Funzioni di una variabile reale: Prime definizioni. 16. Funzioni di una variabile reale: Iniettività, invertibilità, composizione. 17. Funzioni lineari. 18. Funzioni potenza, radice, valore assoluto. 19. Funzione esponenziale. 20. Funzione logaritmo. 21. Monotonia, convessità, massimi e minimi: alcune definizioni.	26. Funzioni continue. 27. Proprietà delle funzioni continue. 28. Derivate: Definizione e significato. 29. Derivabilità e continuità. Derivate di ordine superiore. 30. Derivate delle funzioni elementari. 31. Regole di derivazione. 32. Calcolo delle derivate. 33. Applicazioni delle derivate: esempi e regola di de L'Hopital. 34. Teoremi di Rolle e di Lagrange. 35. Teorema di Fermat. 36. Ricerca di massimi e minimi. 37. Studio di monotonia e concavità. 38. Studio di funzioni. 39. La misura delle aree. 40. L'integrale definito. 41. L'integrale indefinito. 42. Calcolo degli integrali. 43. Teorema fondamentale del calcolo integrale. 44. Funzioni di due variabili: definizioni. 45. Funzioni di due variabili: grafici. 46. Funzioni di due variabili: limiti e continuità. 47. Funzioni di due variabili: derivate parziali. 48. Studio di un modello economico.
--	--

- | | |
|---|--|
| 22. Successioni reali.
23. Limite di una funzione.
24. Proprietà dei limiti.
25. Calcolo dei limiti. | |
|---|--|

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

Il corso si raccorda con gli insegnamenti di Statistica e Statistica Economica.

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

Lo studente per superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma. Per poter effettuare la prenotazione di esame lo studente deve aver seguito almeno l'80% delle video lezioni.

Il test finale si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte da redigere in 45 minuti.

Nel corso dell'anno sono previste almeno 4 sessioni di esami in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all'inizio dell'anno accademico.

Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alla gestione d'impresa ed alle scelte strategiche;
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano la valutazione rispetto a casi concreti;
- Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alla scelte da compiere ed alle soluzioni da proporre.

Gli esercizi e gli elaborati di Didattica Erogativa consentono invece di verificare i risultati di apprendimento raggiunti rispetto alle Abilità comunicative e alla Capacità di apprendimento

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette sia l'iscrizione ai corsi sia la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico, la comunicazione con il docente. È previsto un tutor che supporterà gli studenti durante il corso.
Attività di didattica erogativa (DE)	➔ 48 Videolezioni Totale 48 ore

Attività di didattica interattiva (DI)	➔ Partecipazione a 1 caso studio, project work, esercizio o lavoro di gruppo con feedback del docente ➔ Lettura area FAQ ➔ Svolgimento delle prove in itinere con feedback Totale 8 ore
Attività di autoapprendimento	➔ 144 ore per lo studio individuale
Libro di riferimento	A. Guerraggio. Matematica (seconda edizione). Pearson. 2009.

Denominazione insegnamento	LINGUA INGLESE ☒ PROFILO STATUTARIO ☒ PROFILO DIGITALE
Indicazione del docente	COLOMBA LA RAGIONE docente a contratto
Settore disciplinare	L-LIN/12
Anno di corso	Primo Anno
Tipologia di attività formativa	Base ☐ Caratterizzante ☐ Affine ☐ A scelta studente ☐ Altre attività X
Area di apprendimento	RELAZIONALE E APPLICATIVA
Numero di crediti	4
Eventuali propedeuticità	Nessuna
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti nella Scheda SUA

Gli obiettivi formativi sono stabiliti in base alle indicazioni del Quadro Comune Europeo di Riferimento per la conoscenza delle lingue (QCECR). Acquisizione delle strutture di base del sistema linguistico Inglese (livelli B1/B2) al fine di sviluppare competenze comunicative, sia scritte che orali, per poter interagire in maniera corretta su un'ampia gamma di argomenti.

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione. Il corso intende fornire le conoscenze di base per leggere tradurre e comprendere i testi di lingua inglese.

Il programma didattico è il seguente. Strutture di base del sistema linguistico Inglese. Elementi di fonetica e fonologia, grammatica e sintassi. Esercizi di comprensione e produzione scritta e orale. Particolare attenzione è rivolta ai seguenti aspetti grammaticali: - A1: fonetica e fonologia, il nome, l'aggettivo, gli articoli, gli aggettivi e i pronomi dimostrativi, possessivi, i numerali, i pronomi personali soggetto e complemento, i pronomi interrogativi, le principali preposizioni di tempo e luogo, il modo indicativo nei tempi Simple Present e Present Progressive, i verbi ausiliari, la forma interrogativa, la forma negativa, modali (can/can't); - A2: tempi verbali del past simple, present perfect, present perfect continuous, il condizionale, le forme del futuro, il periodo ipotetico di primo tipo, phrasal verbs; - B1: il periodo ipotetico di secondo tipo, comparativi e superlativi, i tempi del past continuous e del past perfect; 2 - B2: l'uso dei modi e dei tempi verbali, modali (must, may, might, should, could, have to), le preposizioni relative, il periodo ipotetico di terzo tipo

Capacità di applicare conoscenza e comprensione. Nel corso sono presenti molteplici esercizi

applicativi che affiancano gli argomenti metodologici, al fine di permettere allo studente di applicare quanto appreso durante le lezioni.

Autonomia di giudizio: Lo studio delle regole grammaticali, affiancato da esempi ed esercitazioni, permetterà allo studente di acquisire e migliorare la propria capacità di giudizio. In questo modo egli sarà capace di comprendere la formula linguistica più adatta ai vari contesti.

Abilità comunicative. Il corso favorisce le abilità comunicative in contesti aziendali ed economici.

Capacità di apprendimento. La capacità di apprendimento sarà stimolata attraverso la somministrazione di esercitazioni applicative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata anche a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. Altri strumenti didattici integrativi online, quali documenti ufficiali, articoli di riviste e link a siti specifici, permettono di migliorare e sviluppare la capacità di apprendimento.

Programma didattico

1. Il verbo 'to be' e le forme del presente 2. Il verbo 'to have'; sostantivi, aggettivi, pronomi. 3. I tempi del passato; le preposizioni. 4. Introduzione ai verbi modali. 5. Strategie di lettura; futuro; 'question tags' 6. Present Perfect; 'first/second conditional'; comparativi; superlativi. 7. Titles; present simple/pr. progressive; to think; to look/to feel; Possessive case. 8. Past tenses; irregular verbs; spelling. 9. Grande/molto/quanto/troppo/tanto/fino a; prepositions; conjunctions; auxiliary verbs. 10. Modal verbs; to make/to do. 11. to see, to watch, to hear, to feel, to perceive; Some and any; when and how long; for and since; (n)either..(n)or. Situational dialogue: 'In a restaurant'. 12. Future; present continuous and future; to be going to; Situational dialogue: 'Asking the way'. 3	13. Adjectives Situational dialogue: 'On a bus'. 14. Pronouns. Situational dialogue: 'In a pub'. 15. Adverbs Situational dialogue: 'At a railway station'. 16. Comparatives; superlatives; Situational Dialogue: 'The London underground'. 17. Should (ought to) and would; Situational dialogue: 'At lunch' 18. Shall/should; must/have to; must/can't; will/would; want/wish; Situational dialogue: 'Tea time'.
---	---

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

Nessun raccordo

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

43

Lo studente per superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma. Per poter effettuare la prenotazione di esame lo studente deve aver seguito almeno l'80% delle video lezioni.

Il test finale si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte da redigere in 45 minuti.

Nel corso dell'anno sono previste almeno 4 sessioni di esami in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all'inizio dell'anno accademico.

Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alla gestione d'impresa ed alle scelte strategiche;
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano la valutazione rispetto a casi concreti;
- Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alla scelte da compiere ed alle soluzioni da proporre.

Gli esercizi e gli elaborati di Didattica Erogativa consentono invece di verificare i risultati di apprendimento raggiunti rispetto alle Abilità comunicative e alla Capacità di apprendimento

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette sia l'iscrizione ai corsi sia la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico, la comunicazione con il docente. È previsto un tutor che supporterà gli studenti durante il corso.
Attività di didattica erogativa (DE)	➔ 18 Videolezioni Totale 24 ore
Attività di didattica interattiva (DI)	➔ Autoapprendimento e preparazione esame Totale 4 ore
Attività di autoapprendimento	➔ 72 ore per lo studio individuale
Libro di riferimento	R.MURPHY, English Grammar in Use, Cambridge, CUP, u.e. COTTON, FALVEY, KENT, Language Leader(intermediate), Longman u.e. J. .and L. SOARS, New Headway, English Course (intermediate), Oxford, OUP, u.e. M.VINCE, First Certificate Language Practice, with Key, Oxford, Heinemen, u.e.. Dizionari consigliati: J. SINCLAIR COLLINS COBUILD, English Language Dictionary, Collins, u.e. MERRIAN-WEBSTER'S Advanced Learner's English Dictionary, Merriam-Webster, Incorporated Springfield, Massachusetts, USA.

Denominazione insegnamento	INTELLECTUAL PROPERTY, COMPETITION AND DATA MANAGEMENT ☒ PROFILO DIGITALE
Indicazione del docente	Bruno Tassone
Settore disciplinare	IUS/04
Anno di corso	Secondo anno
Tipologia di attività formativa	☐ Base ☒ Caratterizzante X ☐ Affine ☐ A scelta studente
Area di apprendimento	GIURIDICA
Numero di crediti	10
Eventuali propedeuticità	Nessuna
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti nella Scheda SUA

Obiettivo dell'insegnamento è fornire gli elementi di base di conoscenza del diritto commerciale e industriale in relazione alla disciplina dell'imprenditore, delle società di persone e di capitali con specifico riferimento alla tutela dei diritti dei marchi e dei brevetti.

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione. Il corso intende fornire le conoscenze utili per comprendere gli aspetti principali degli istituti che regolano il diritto commerciale in riferimento all'imprenditore, alle società di persone e di capitali.

Specifica attenzione è dedicata al Diritto Industriale per la Tutela della proprietà industriale in chiave comparata.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione. Il corso, anche attraverso l'analisi di documenti tipo (delibere, atti costitutivi, statuti, ricerche di anteriorità, titoli di proprietà industriale), è finalizzato a fornire strumenti di analisi e valutazione degli effetti connessi alle varie decisioni della vita dell'impresa e alle relative forme di pubblicità e tutela.

Autonomia di giudizio: Attraverso la ricognizione dei diversi strumenti giuridici , lo studente potrà migliorare la propria capacità di giudizio e di proposta in relazione alla selezione degli atti rilevanti per le varie decisioni dell'impresa.

Abilità comunicative. La presentazione dei profili tecnici connessi al diritto commerciale sarà svolta in modo da consentire l'acquisizione della padronanza di un linguaggio tecnico e di una terminologia specialistica adeguati.

Lo sviluppo di abilità comunicative, sia orali che scritte, sarà anche stimolata attraverso la didattica interattiva (con la redazione di elaborati da parte dello studente) e i momenti di videoconferenza attivati, ivi compreso la prova finale di esame.

Capacità di apprendimento. La capacità di apprendimento sarà stimolata attraverso la somministrazione di esercitazioni operative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata anche a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. Concorrono a sviluppare la capacità di apprendimento anche i supporti didattici integrativi (documenti ufficiali, articoli di riviste e quotidiani economici) in modo da sviluppare le capacità applicative.

Programma didattico

1. Introduzione alla proprietà intellettuale 2. I fondamenti costituzionali e la normativa euro unitaria 3. I beni immateriali ed i profili economici evolutivi della proprietà intellettuale 4. Diritto d'autore e diritto industriale: oggetto e differenze fondamentali di disciplina 5. Evoluzione storica e prospettiva comparata della proprietà intellettuale 6. La dimensione internazionale della proprietà intellettuale 7. Il titolo d'acquisto e la SIAE 8. L'autore 9. Il carattere creativo 10. Le opere protette e il diritto d'autore d'impresa 11. I diritti morali e i diritti di utilizzazione economica 12. L'alienazione dei diritti e i contratti 13. I diritti connessi 14. Le violazioni del diritto e le difese civili 15. Diritto d'autore e Internet 16. Elementi di diritto commerciale 17. L'imprenditore 18. Le categorie di imprenditore: piccolo imprenditore e imprenditore commerciale 19. L'imprenditore agricolo 20. Lo statuto dell'imprenditore commerciale 21. L'azienda 22. Nozione di società e principi generali 23. Le società di persone: disciplina generale 24. Le società di persone: posizione dei creditori, amministrazione e rappresentanza, modificazioni all'atto costitutivo 25. La società in accomandita semplice 26. La società per azioni: nozione e caratteri essenziali 27. La costituzione della società per azioni 28. La società a responsabilità limitata: nozione, profili generali ed atto costitutivo	29. Società a responsabilità limitata semplificata e a capitale ridotto: profili generali 30. S.r.l.s. e a capitale ridotto: la disciplina relativa al capitale sociale ed il passaggio da s.r.l.s. a s.r.l. e viceversa 31. La s.r.l. con capitale inferiore a 10.000 euro. Operazioni straordinarie nella s.r.l.s. e s.r.l. con capitale inferiore a 10.000 euro 32. Start-up innovativa ed incubatore certificato: profili generali 33. Start-up: deroghe al diritto societario 34. Start-up innovative s.r.l.: struttura finanziaria e particolari casi applicativi. Start-up e crowdfunding come modalità di finanziamento: la evoluzione legislativa 35. Il crowdfunding 36. I segni distintivi 37. Le tipologie di marchio 38. Il titolo costitutivo 39. I requisiti del marchio 40. Nullità ed estinzione del diritto 41. Altri tipi di marchio 42. Circolazione dei segni distintivi 43. Violazione del diritto e tutele civili 44. Le invenzioni 45. Le invenzioni II 46. I requisiti di brevettabilità 47. Il trasferimento 48. I nuovi brevetti 49. Ulteriori profili di disciplina 50. La violazione del diritto e le tutele civili 51. La concorrenza sleale 52. I vari rimedi e la giurisprudenza di riferimento 53. L'antitrust e l'AGCM 54. I soggetti e le intese 55. L'abuso di posizione dominante 56. L'attività di controllo sul digital marketing 57. Introduzione alla Privacy 58. La disciplina 59. Il nuovo regolamento Privacy 60. Privacy e diritto all'immagine
--	--

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

Il corso si raccorda altre materie a carattere giuridico ed aziendale. In particolare ai corsi di economia aziendale e diritto privato.

Il raccordo tra le materie avverrà tramite la preliminare condivisione dei programmi tra i docenti finalizzata ad evitare duplicazioni/sovrapposizioni del programma ed assicurare la completezza degli argomenti trattati.

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

Lo studente per superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma. Per poter effettuare la prenotazione di esame lo studente deve aver seguito almeno l'80% delle video lezioni.

Il test finale si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte da redigere in 45 minuti.

Nel corso dell'anno sono previste almeno 4 sessioni di esami in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all'inizio dell'anno accademico.

Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alla gestione d'impresa ed alle scelte strategiche;
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano la valutazione rispetto a casi concreti;
- Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alla scelte da compiere ed alle soluzioni da proporre.

Gli esercizi e gli elaborati di Didattica Erogativa consentono invece di verificare i risultati di apprendimento raggiunti rispetto alle Abilità comunicative e alla Capacità di apprendimento

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette sia l'iscrizione ai corsi sia la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico, la comunicazione con il docente. e' previsto un tutor che supporterà gli studenti durante il corso.
Attività di didattica erogativa (DE)	➔ 60 Videolezioni Totale 60 ore
Attività di didattica interattiva (DI)	➔ Redazione di un elaborato su traccia del docente ➔ Partecipazione a una web conference ➔ Svolgimento delle prove in itinere con feedback ➔ Svolgimento della simulazione del test finale Impegno totale stimato: 10 ore
Attività di autoapprendimento	Autoapprendimento e preparazione esame ➔ Totale 180 ore

Libro di riferimento	A. Vanzetti e D. Di Cataldo, Manuale di diritto industriale, ultima ed., Giuffrè,	48
-----------------------------	---	----

Denominazione insegnamento	STRATEGIE DI MARKETING DIGITALE ☒ PROFILO DIGITALE
Indicazione del docente	Maria Antonella Ferri Professore Associato
Settore disciplinare	SECS-P/08
Anno di corso	Secondo anno
Tipologia di attività formativa	Base ☐ Caratterizzante X Affine ☐ A scelta studente ☐
Area di apprendimento	AZIENDALE
Numero di crediti	10
Eventuali propedeuticità	Nessuna
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti nella Scheda SUA

Obiettivo dell'insegnamento è fornire le conoscenze teoriche e gli strumenti tecnico-professionali per la gestione strategica e di marketing dell'impresa al fine di comprendere la sua funzione nei mercati, anche alla luce delle sfide portate dalla rivoluzione digitale. Il programma consentirà allo studente di sviluppare le capacità necessarie ad avviare un processo decisionale, capace di rispondere a tali sfide, valutando scelte di natura strategica ed operativa. In particolare, nella prima parte dell'insegnamento sono approfondite le conoscenze e competenze necessarie all'analisi della concorrenza in un ottica allargata a tutto l'ambiente competitivo; nella seconda parte sono fornite le più significative tecniche e metodologie per applicare tali conoscenze relativamente alla funzione di marketing, considerando un modello di business fortemente condizionato dall'innovazione digitale.

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione. L'insegnamento intende fornire le conoscenze utili per comprendere il rapporto tra il sistema impresa e l'ambiente competitivo, al fine di individuare la formula imprenditoriale in grado di operare con successo nei mercati di riferimento. Specifica attenzione è dedicata alle fasi che compongono il piano di marketing, nonché alla variabili operative di marketing mix sulle quali si sviluppa il processo decisionale dell'impresa. Attraverso lo studio di tali tematiche lo studente sarà in grado di comprendere come il management può soddisfare le richieste di un consumatore sempre più esigente e dotato di autonomia di giudizio nei propri processi di scelta.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione. L'insegnamento, mediante l'impiego di tecniche e metodologie gestionali (analisi del piano di marketing, studio di matrici strategiche, presentazione di casi aziendali, esercitazioni e verifiche in itinere), consente allo studente di applicare le conoscenze teoriche di base acquisite, in mercati sempre più complessi anche alla luce delle innovazioni introdotte dalla "rivoluzione digitale".

Autonomia di giudizio: Lo studente, anche tramite il confronto con i casi di studio e la discussione nella aula virtuale in occasione delle video conferenze, potrà sviluppare la propria capacità di giudizio e di proposta in relazione all'analisi delle soluzioni che il manager intende prendere per competere con successo nel mercato e per soddisfare la domanda.

Abilità comunicative. L'insegnamento intende attivare nello studente le necessarie capacità comunicative e comportamentali nell'esporre le proprie idee e proposte, nonché le possibili soluzioni alle problematiche da affrontare.

Lo sviluppo di tali abilità comunicative, è supportata dalla didattica interattiva (con la redazione di elaborati da parte dello studente e la conseguente correzione) e da momenti di videoconferenza programmati sulla base dello stato di avanzamento del programma. La stessa prova finale d'esame, nella modalità orale, è un momento utile per stimolare lo sviluppo delle abilità comunicative dello studente.

Capacità di apprendimento. La capacità di apprendimento sarà stimolata mediante la somministrazione di esercitazioni operative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. Concorrono a sviluppare la capacità di apprendimento anche i supporti didattici integrativi (casi aziendali, esercitazioni scritte, momenti di aula virtuale), soprattutto per i risultati connessi alle capacità applicative.

Programma didattico

1. Scelte e decisioni in ambiti complessi:l'approccio strutturalista 2. Impresa e ambiente 3. Dall'analisi dell'ambiente all'analisi di settore 4. La formula imprenditoriale 5. Strategie di crescita 6. Dinamiche organizzative e progettazione organizzativa 7. Progettazione organizzativa 8. I modelli organizzativi 9. Sistemi informativi e ambiente virtuale 10. Capacità e competenze per chi vuole fare impresa 11. Le tipologie di impresa e funzioni dell'imprenditore 12. Attitudini di chi vuole fare impresa 13. Attitudini emotivo-personali 14. Conoscenze e competenze dell'imprenditore 15. Il piano di marketing 16. La comunicazione nel marketing 17. Il programma della comunicazione 18. Gli strumenti della comunicazione 19. Strumenti di comunicazione turistica 20. Strategie di marca 21. Marketing Communication 22. Il prodotto 23. Domanda turistica e prodotto gastronomico 24. Il valore della marca per il consumatore 25. Metodi per determinare il prezzo 26. La distribuzione 27. Il geomarketing 28. Il posizionamento 29. Analisi SWOT 30. Strumenti di comunicazione pubblica	31. Strumenti di marketing turistico 32. Lo sviluppo del Brand Image 33. La comunicazione ambientale 34. Web marketing 35. I comportamenti di consumo nel web 36. Marketing 3.0 37. Il digital marketing 38. Strumenti di digital marketing 39. I primi passi nel web 40. Start up e strumenti web 41. Le attività delle start up nel web 42. Web marketing e comunicazione 43. Approcci alla comunicazione web 44. Advertising e impresa 4.0 45. Il modello della comunicazione 4.0 46. E.commerce 47. L'infrastruttura di e.commerce 48. La gestione dell'e.commerce 49. le attività di e.commerce 50. I mercati dell'e.commerce 51. Digital marketing turistico 52. Il sito web 53. Come essere visibili al proprio target 54. Social media marketing 55. La reputazione on -line 56. Un modello per lo sviluppo sostenibile 57. Prodotto culturale e DIPSIR 58. Un'introduzione al Marketing internazionale 59. Strategie di marketing internazionale 60. Un caso di marketing internazionale
---	--

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

L'insegnamento si raccorda in particolare all'insegnamento di Economie e Gestione d'impresa Economia Aziendale (SECS-P/07) e di Finanza Aziendale (SECS-P09).

Il raccordo avverrà tramite la preliminare condivisione del programma tra i docenti finalizzata ad evitare duplicazioni/sovrapposizioni del programma ed assicurare la completezza degli argomenti trattati.

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

Lo studente per superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma. Per poter effettuare la prenotazione di esame lo studente deve aver seguito almeno l'80% delle video lezioni.

Il test finale si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte da redigere in 45 minuti.

Nel corso dell'anno sono previste almeno 4 sessioni di esami in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all'inizio dell'anno accademico.

Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alla gestione strategica ed alle scelte di marketing;
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano la valutazione rispetto a casi concreti;
- Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alla scelte da compiere ed alle soluzioni da proporre.

Gli esercizi e gli elaborati di Didattica Erogrativa consentono invece di verificare i risultati di apprendimento raggiunti rispetto alle Abilità comunicative e alla Capacità di apprendimento

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette sia l'iscrizione ai corsi sia la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico, la comunicazione con il docente. E' previsto un tutor che supporterà gli studenti durante il corso.
Attività di didattica erogativa (DE)	➔ 60 Videolezioni Totale 60 ore
Attività di didattica interattiva (DI)	➔ Redazione di un elaborato ➔ Partecipazione a una web conference ➔ Lettura area FAQ ➔ Svolgimento delle prove in itinere con feedback ➔ Svolgimento della simulazione del test finale Totale 10 ore
Attività di autoapprendimento	➔ 180 ore per lo studio individuale
Libro di riferimento	A.Mattiacci, A. Pastore, Marketing, Hoepli, 2014.

Denominazione insegnamento	CONTABILITA' E BILANCIO ☒ PROFILO STATUTARIO ☒ PROFILO DIGITALE
Indicazione del docente	Laura Martiniello Professore Associato Fabrizio Marchetti Docente integrativo a contratto
Settore disciplinare	SECS P/07
Anno di corso	Secondo anno
Tipologia di attività formativa	Caratterizzante X Affine ☐ A scelta studente ☐
Area di apprendimento	AZIENDALE
Numero di crediti	12
Eventuali propedeuticità	Nessuna
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti nella Scheda SUA

Il corso si propone di fornire agli studenti per la comprensione del funzionamento del sistema contabile di una impresa a partire da principi contabili che caratterizzano le rilevazioni, con particolare riferimento a quelli nazionali, e fino ai principali adempimenti fiscali concernenti imposte diretti, IVA, IMU, ecc.

Lo studente acquisirà, inoltre, conoscenze di base sulle attività di audit e di revisione contabile con l'obiettivo di offrire preparazione completa in merito alla redazione di bilancio ed alle relative attività di controllo.

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione.

Il corso intende fornire le conoscenze utili in materia di contabilità, bilancio ed effettuazione di attività di controllo contabile sui bilanci. Specifica attenzione è dedicata all'applicazione dei principi contabili ed alle rilevazioni in partita doppia.

Attraverso lo studio di queste tematiche lo studente sarà in grado di comprendere le dinamiche e le modalità di rilevazione contabile d'impresa.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione. Il corso, anche attraverso l'analisi di casi di studio ed esercitazioni, è finalizzato a fornire strumenti di analisi e valutazione della situazione contabile delle imprese nonché capacità di effettuazione di scritture contabili, redazione del bilancio di esercizio e calcolo delle imposte.

Autonomia di giudizio: Attraverso le competenze acquisite, lo studente potrà migliorare la propria capacità di giudizio e di proposta in relazione alle varie fattispecie di rilevazione contabile dei fatti aziendali e controllo contabile.

Abilità comunicative. La presentazione dei profili tecnici connessi alla contabilità d'impresa e alla redazione del bilancio, sarà svolta in modo da consentire l'acquisizione della padronanza di un linguaggio tecnico e di una terminologia specialistica adeguati.

Lo sviluppo di abilità comunicative, sia orali che scritte, sarà anche stimolata attraverso la didattica interattiva (con la redazione di elaborati da parte dello studente) e i momenti di videoconferenza attivati, ivi compreso la prova finale di esame.

Capacità di apprendimento. La capacità di apprendimento sarà stimolata attraverso la somministrazione di esercitazioni operative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata anche a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. La capacità di apprendimento sarà anche stimolata da supporti didattici integrativi (casi di studio, esercitazioni) in modo da sviluppare le capacità applicative.

Programma didattico

1. Lezione introduttiva	51. La relazione finale del revisore ed il controllo di qualità' Esercitazione il bilancio di alfa spa
2. Il sistema contabile e la tenuta dei libri contabili	52. Esercitazione il bilancio di alfa spa (parte seconda)
3. I principi generali di bilancio	53. Presupposto dell'ires, i soggetti passivi, la base imponibile, il periodo d'imposta, l'aliquota, gli acconti e il riporto del credito
4. I principi di redazione del bilancio	54. La determinazione del reddito ed il riporto delle perdite
5. Lo schema di stato patrimoniale ed il sistema delle rilevazioni	55. Le norme generali sui componenti del reddito d'impresa e le norme generali sulle valutazioni
6. I crediti v/soci	56. IVA - Principi generali e presupposti applicativi: presupposto soggettivo, oggettivo e territoriale
7. La rilevazione contabile dell'Iva	57. Liquidazioni iva, periodicità', versamenti e liquidazioni periodiche, liquidazione annuale e versamenti relativi, dichiarazione annuale
8. Le immobilizzazioni immateriali secondo il codice civile	58. I principi i ricavi e i dividendi
9. La contabilizzazione delle immobilizzazioni immateriali	59. I proventi immobiliari e gli interessi attivi
10. Le immobilizzazioni materiali secondo il codice civile	60. Le plusvalenze e le sopravvenienze attive
11. La contabilizzazione delle immobilizzazioni materiali	61. La variazione delle rimanenze di merci, di titoli e di opere, forniture e servizi di durata ultrannuale
12. Le svalutazioni secondo il codice civile e gli oic	62. Le spese per prestazioni di lavoro, gli interessi passivi, gli oneri fiscali e contributivi, gli oneri di utilità sociale
13. La contabilizzazione delle immobilizzazioni materiali	63. Le minusvalenze
14. Le partecipazioni secondo gli OIC e metodo del costo	64. Le sopravvenienze passive e le perdite
15. Le partecipazioni secondo gli OIC - metodo del patrimonio netto	65. Gli ammortamenti dei beni materiali
16. I crediti secondo il codice civile e gli Oic	66. Gli ammortamenti dei beni immateriali e le spese relative a più esercizi
17. I crediti iscritti nell'attivo circolante	67. La svalutazione dei crediti e gli accantonamenti per rischi su crediti
18. Le rimanenze	68. Gli accantonamenti di quiescenza e previdenza e gli altri accantonamenti
19. La rilevazione contabile delle rimanenze	69. La determinazione dell' ace e i principi generali dell' irap per le società di capitali
20. Le disponibilità liquide i ratei e i risconti	70. L'IRES nel regime della trasparenza fiscale e del consolidato fiscale nazionale
21. Il leasing	71. Caso 1- Dal risultato di bilancio all'IRES
22. Il patrimonio netto	72. Caso 2 - La determinazione dell'IRES nel consolidato
23. Il patrimonio netto: scritture contabili	
24. Le riserve: scritture contabili	
25. I debiti secondo il codice civile e gli oic	
26. I debiti: OIC 19 e rilevazioni contabili	
27. I debiti: scritture contabili	
28. I fondi rischi e oneri e il tfr secondo il codice civile e gli oic	
29. I fondi: scritture contabili	
30. Il fondo TFR	
31. Il valore della produzione	

32. Lavori su ordinazione e lavori in economia 33. I contributi 34. I costi della produzione 35. I costi per servizi 36. I costi per godimento beni di terzi 37. I costi del personale 38. Gli altri costi 39. Proventi e oneri finanziari 40. Altri proventi e oneri finanziari 41. I proventi e gli oneri straordinari, le imposte d'esercizio 42. La nota integrativa e la relazione sulla gestione 43. Il Rendiconto Finanziario 44. Il Rendiconto Finanziario: le fasi 45. Il Rendiconto Finanziario di liquidità 46. La costruzione del rendiconto finanziario: un esempio 47. Il Rendiconto Finanziario secondo il Codice Civile e gli OIC 48. Le finalità e l'oggetto della revisione 49. I principi di revisione e la pianificazione dell'attività 50. Le procedure di revisione nelle verifiche sostanziali al bilancio	fiscale nazionale
---	-------------------

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

Il corso si raccorda in particolare al corso di economia aziendale.

Il raccordo avverrà tramite la preliminare condivisione del programma tra i docenti finalizzata ad evitare duplicazioni/sovrapposizioni del programma ed assicurare la completezza degli argomenti trattati.

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

Lo studente per superare l'esame può scegliere di effettuare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma.

Il test finale si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte.

Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande sul programma del corso
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione attraverso domande specifiche che consentano la valutazione rispetto a casi concreti
- Autonomia di giudizio attraverso domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alla scelte da compiere

Gli esercizi e gli elaborati di Didattica erogativa consentono invece di verificare i risultati di apprendimento raggiunti rispetto alle abilità comunicative e alla capacità di apprendimento.

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette sia l'iscrizione ai corsi sia la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico, la comunicazione con il docente. E' previsto un tutor che supporterà gli studenti durante il corso.
Attività di didattica erogativa (DE)	→ 72 Videolezioni Totale 72 ore
Attività di didattica interattiva (DI)	→ Redazione di un elaborato → Partecipazione a una web conference → Svolgimento delle prove in itinere con feedback → Svolgimento della simulazione del test finale Totale 12 ore
Attività di autoapprendimento	→ 216 ore per lo studio individuale
Libro di riferimento	Testo consigliato per approfondimenti (non obbligatorio) Contabilità e Bilancio Autore Paolo Montinari Edizioni FAG Milano Ottava ed. anno 2016

Denominazione insegnamento	DIRITTO COMMERCIALE ☒ PROFILO STATUTARIO
Indicazione del docente	Paolo Reviglionio Professore Ordinario
Settore disciplinare	IUS/04
Anno di corso	Secondo Anno
Tipologia di attività formativa	☐ Base ☒ Caratterizzante X ☐ Affine ☐ A scelta studente
Area di apprendimento	GIURIDICA
Numero di crediti	10
Eventuali propedeuticità	Nessuna
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti nella Scheda SUA

Obiettivo dell'insegnamento è fornire gli elementi di base di conoscenza in relazione alla disciplina dell'imprenditore, delle società di persone e di capitali.

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione. Il corso intende fornire le conoscenze utili per comprendere gli aspetti principali degli istituti che regolano il diritto commerciale in riferimento all'imprenditore, alle società di persone e di capitali.

Specifica attenzione è dedicata ai principi che regolano la vita di impresa dal punto di vista della Governance

La parte finale del programma intende sviluppare, in linea con la mission dell'Ateneo, le conoscenze connesse alle nuove modalità del fare impresa (Impresa Innovativa, Start Up, Impresa in un giorno) e i relativi obblighi di pubblicità connessi al Registro Imprese.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione. Il corso, anche attraverso l'analisi di documenti tipo (delibere, atti costitutivi, statuti), è finalizzato a fornire strumenti di analisi e valutazione degli effetti connessi alle varie decisioni della vita dell'impresa e alle relative forme di pubblicità e tutela.

Autonomia di giudizio: Attraverso la ricognizione dei diversi strumenti giuridici , lo studente potrà migliorare la propria capacità di giudizio e di proposta in relazione alla selezione degli atti rilevanti per le varie decisioni dell'impresa.

Abilità comunicative. La presentazione dei profili tecnici connessi al diritto commerciale sarà svolta in modo da consentire l'acquisizione della padronanza di un linguaggio tecnico e di una terminologia specialistica adeguati.

Lo sviluppo di abilità comunicative, sia orali che scritte, sarà anche stimolata attraverso la didattica interattiva (con la redazione di elaborati da parte dello studente) e i momenti di videoconferenza attivati, ivi compreso la prova finale di esame.

Capacità di apprendimento. La capacità di apprendimento sarà stimolata attraverso la somministrazione di esercitazioni operative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata anche a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. Concorrono a sviluppare la capacità di apprendimento anche i supporti didattici integrativi (documenti ufficiali, articoli di riviste e quotidiani economici) in modo da sviluppare le capacità applicative.

Programma didattico

1. Introduzione al Diritto Commerciale 2. L'imprenditore 3. Le categorie di imprenditore: piccolo imprenditore e imprenditore commerciale 4. L'imprenditore agricolo 5. Lo statuto dell'imprenditore commerciale 6. L'azienda ed i segni distintivi 7. Nozione di società e principi generali 8. Le società di persone: disciplina generale 9. Le società di persone: posizione dei creditori, amministrazione e rappresentanza, modificazioni all'atto costitutivo 10. Le società di persone: lo scioglimento del vincolo sociale 11. La società in accomandita semplice 12. La società per azioni: nozione e caratteri essenziali 13. La costituzione della società per azioni 14. La società per azioni: nullità e conferimenti 15. Le azioni 16. Le categorie di azioni 17. Le modalità di circolazione delle azioni. L'acquisto di azioni proprie. L'acquisto di partecipazioni in altre imprese 18. L'assemblea: nozione, convocazione e costituzione 19. L'assemblea e la rappresentanza 20. Lo svolgimento dell'assemblea ed i sindacati di voto 21. La invalidità delle delibere assembleari e il procedimento di impugnazione 22. L'organo amministrativo nelle Società per Azioni: funzione e modalità di nomina 23. Il Consiglio di Amministrazione e gli organi delegati 24. La rappresentanza della società: profili generali e responsabilità degli amministratori verso la società 25. La responsabilità degli amministratori verso i soggetti diversi dalla società 26. Sistemi alternativi di amministrazione e	31. Le obbligazioni 32. Il bilancio 33. Lo scioglimento della s.p.a. e lo stato di liquidazione 34. La trasformazione 35. La fusione e la scissione 36. La società a responsabilità limitata: nozione, profili generali ed atto costitutivo 37. S.r.l.: i conferimenti ed il finanziamento dei soci 38. S.r.l.: la partecipazione sociale – nozione e caratteristiche generali 39. La trasferibilità della partecipazione sociale nella s.r.l.: profili generali 40. Il trasferimento delle partecipazioni sociali delle S.r.l.: il procedimento 41. Il trasferimento delle partecipazioni sociali delle S.r.l.: particolari casi applicativi 42. Il recesso del socio nelle S.r.l.: profili generali 43. Le singole cause di recesso. Il procedimento di liquidazione della partecipazione sociale: profili generali 44. S.r.l.: la caducazione del recesso e la liquidazione della quota al recedente 45. S.r.l.: l'esclusione del socio 46. S.r.l.: le decisioni dei soci e l'amministrazione della società 47. S.r.l.: le modificazioni dell'atto costitutivo 48. L'aumento di capitale nelle s.r.l.: profili generali 49. L'aumento reale e l'aumento gratuito di capitale nelle s.r.l. 50. La riduzione del capitale sociale nelle s.r.l.: profili generali 51. La riduzione del capitale sociale delle s.r.l.: per perdite ed al di sotto del minimo legale 52. I titoli di debito delle s.r.l.: profili generali 53. La circolazione dei titoli di debito delle S.r.l. ed i relativi profili di responsabilità 54. Società a responsabilità limitata semplificata e a capitale ridotto: profili generali 55. S.r.l.s. e a capitale ridotto: la disciplina relativa al
--	---

controllo: il sistema dualistico ed il sistema monistico 27. Caratteri essenziali delle modificazioni allo statuto e diritto di recesso 28. I sindaci, la revisione legale dei conti ed il controllo giudiziario sulla gestione 29. Le modificazioni del capitale sociale e l'aumento di capitale 30. La riduzione del capitale sociale profili generali	capitale sociale ed il passaggio da s.r.l.s. a s.r.l. e viceversa 56. La s.r.l. con capitale inferiore a 10.000 euro. Operazioni straordinarie nella s.r.l.s. e s.r.l. con capitale inferiore a 10.000 euro 57. Start-up innovativa ed incubatore certificato: profili generali 58. Start-up: deroghe al diritto societario 59. Start-up innovative s.r.l.: struttura finanziaria e particolari casi applicativi. Start-up e crowdfunding come modalità di finanziamento: la evoluzione legislativa 60. Il crowdfunding
---	--

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

Il corso si raccorda altre materie a carattere giuridico ed aziendale. In particolare ai corsi di economia aziendale e diritto privato.

Il raccordo tra le materie avverrà tramite la preliminare condivisione dei programmi tra i docenti finalizzata ad evitare duplicazioni/sovrapposizioni del programma ed assicurare la completezza degli argomenti trattati.

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

Lo studente per superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma. Per poter effettuare la prenotazione di esame lo studente deve aver seguito almeno l'80% delle video lezioni.

Il test finale si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte da redigere in 45 minuti.

Nel corso dell'anno sono previste almeno 4 sessioni di esami in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all'inizio dell'anno accademico.

Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alla gestione d'impresa ed alle scelte strategiche;
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano la valutazione rispetto a casi concreti;
- Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alla scelte da compiere ed alle soluzioni da proporre.

Gli esercizi e gli elaborati di Didattica Erogetiva consentono invece di verificare i risultati di apprendimento raggiunti rispetto alle Abilità comunicative e alla Capacità di apprendimento

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette sia l'iscrizione ai corsi sia la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico, la comunicazione con il docente. e' previsto un tutor che supporterà gli studenti durante il corso.
Attività di didattica erogativa (DE)	➔ 60 Videolezioni Totale 60 ore
Attività di didattica interattiva (DI)	➔ Redazione di un elaborato su traccia del docente ➔ Partecipazione a una web conference ➔ Svolgimento delle prove in itinere con feedback ➔ Svolgimento della simulazione del test finale Impegno totale stimato: 10 ore
Attività di autoapprendimento	Autoapprendimento e preparazione esame ➔ Totale 180 ore
Libro di riferimento	Gianfranco Campobasso, Diritto Commerciale Vol. 1 e 2, Ultima Edizione, UTET GIURIDICA, con esclusione delle parti non oggetto del programma didattico

Denominazione insegnamento	ECONOMIA POLITICA 2 ☒ PROFILO STATUTARIO ☒ PROFILO DIGITALE
Indicazione del docente	Gaetano Fausto ESPOSITO
Settore disciplinare	SECS/P01
Anno di corso	Secondo anno
Tipologia di attività formativa	Caratterizzante X Affine ☐ A scelta studente ☐
Area di apprendimento	ECONOMICO QUANTITATIVA
Numero di crediti	8
Eventuali propedeuticità	Nessuna
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti nella Scheda SUA

Il corso ha lo scopo di insegnare agli studenti i meccanismi che determinano le principali variabili macroeconomiche: prodotto interno lordo, disoccupazione, tassi di interesse ed inflazione.

Gli studenti impareranno quali sono le cause di una crisi oppure di un boom economico ed impareranno quali sono gli strumenti a disposizione delle autorità di politica economica – Governi nazionali e Banche Centrali – per alleviare gli effetti delle crisi.

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione

Il corso consentirà allo studente di comprendere perché i sistemi economici sono soggetti a fluttuazioni cicliche, ovvero perché i consumi, gli investimenti, la produzione, l'inflazione e la disoccupazione non sono stabili nel tempo ma soggetti a variazioni. Inoltre, impareranno che i Governi e le Banche Centrali hanno la possibilità di incidere sull'andamento dell'economia attraverso gli strumenti della politica fiscale e della politica monetaria ed impareranno quali sono i costi ed i benefici legati all'utilizzo di questi strumenti.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Le videolezioni sono progettate in modo da intrecciare principi teorici ed esempi tratti dalla realtà mentre le dispense propongono una serie di esercizi applicativi. Lo studente, pertanto, viene stimolato a compiere uno sforzo di analisi dei fenomeni macroeconomici alla luce delle conoscenze acquisite. Ad esempio, lo studente sarà in grado di utilizzare la teoria per valutare come una riduzione delle tasse impatta sui consumi, sulla produzione, sulla disoccupazione e sul saldo del bilancio pubblico. Oppure, sarà in grado di valutare come un accordo commerciale internazionale oppure una manovra di politica fiscale impatteranno sul mercato di riferimento di una data impresa.

Autonomia di giudizio

E' opportuno assegnare un bonus fiscale ai percettori di redditi bassi oppure sarebbe meglio destinare queste risorse a ridurre il debito pubblico? Quali sono i costi ed i benefici delle due opzioni?

E' opportuno che la Banca Centrale Europea continui a mantenere bassi i tassi di interesse anche nel 2018? Oppure sarebbe meglio che i tassi aumentassero? Quali sono i benefici e quali sono i costi nel mantenere i tassi bassi per lunghi periodi di tempo?

Questo tipo di questioni vengono di solito dibattute su canali di informazione specializzati ed in una forma che le rende poco accessibili. Eppure, si tratta di questioni che incidono sulla vita di ogni individuo. Coloro che trarranno profitto dal corso saranno in grado di elaborare in autonomia le informazioni disponibili e di valutare, alla luce di queste informazioni, la fondatezza delle opinioni altrui.

Abilità comunicative

L'esposizione al materiale didattico e l'ascolto delle lezioni consentirà agli studenti di argomentare con un lessico preciso ed appropriato.

Capacità di apprendimento

Pur contenendo numerosi esempi, l'elemento centrale delle lezioni sono i principi teorici. E' la padronanza di questi principi che consentirà agli studenti di continuare ad imparare anche dopo aver terminato il corso e superato l'esame. Nelle società avanzate le informazioni economiche abbondano ma solo chi conosce i principi di base è in grado di elaborarle in modo corretto e di migliorare la propria cultura economica.

Programma didattico

1. Il Pil 2. Pil, valore aggiunto e redditi 3. Inflazione ed indice dei prezzi al consumo 4. Inflazione e deflatore del Pil 5. Il Pil nel breve periodo 6. La domanda 7. La determinazione della domanda 8. Il Pil di equilibrio 9. Il moltiplicatore 10. La domanda di moneta 11. L'offerta di moneta 12. L'equilibrio nel mercato della moneta 13. Le banche 14. Le banche e la creazione di moneta 15. La curva IS 16. La curva LM 17. La politica fiscale 18. La politica monetaria 19. La 'grande recessione' 20. Il mercato del lavoro 21. La teoria della contrattazione 22. La teoria del salario di efficienza	25. L'equilibrio di medio periodo nel mercato del lavoro 26. Il tasso strutturale di disoccupazione 27. La curva AS 28. La curva AD 29. Il meccanismo di aggiustamento di medio periodo 30. Gli effetti di una manovra fiscale espansiva 31. Gli effetti di una manovra monetaria espansiva 32. Inflazione e curva di Phillips 33. Curva di Phillips e teoria 34. La curva di Phillips modificata 35. La curva di Phillips accelerata 36. Verso un modello dinamico 37. La legge di Okun 38. L'inflazione e la disoccupazione nel medio periodo 39. Disinflazione 40. Aspettative razionali 41. Economia aperta, introduzione 42. Bilancia dei pagamenti
--	---

23. L'equazione dei salari
 24. L'equazione dei prezzi

43. I mercati finanziari in economia aperta
 44. La domanda aggregata e le esportazioni nette
 45. Le esportazioni nette e la produzione di equilibrio
 46. Manovre antirecessive e coordinamento
 47. La curva IS in economia aperta
 48. Manovre monetarie e fiscali in economia aperta

63

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

Il corso si raccorda con il corso di Economia Politica I insegnato dallo stesso docente.

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

L'esame può essere sostenuto sia in forma scritta che in forma orale. Gli appelli orali sono previsti nella sola sede centrale di Roma. Gli esami scritti, invece, possono essere sostenuti sia nelle sede centrale che nelle sedi periferiche.

L'esame orale consiste in un colloquio nel corso del quale il docente formula di solito tre domande. L'esame scritto consiste nello svolgimento di un test con 31 domande. Per ogni domanda lo studente deve scegliere una di 4 possibili risposte. Solo una risposta è corretta.

Sia le domande orali che le domande scritte sono formulate per valutare sia il grado di comprensione delle nozioni teoriche sia la capacità di ragionare utilizzando tali nozioni. Le domande sulle nozioni teoriche consentiranno di valutare il livello di comprensione. Le domande che richiedono l'elaborazione di un ragionamento consentiranno di valutare il livello di competenza e l'autonomia di giudizio maturati dallo studente.

Le abilità di comunicazione e la capacità di apprendimento saranno valutate attraverso le interazioni dirette tra docente e studente che avranno luogo durante la fruizione del corso (videoconferenze ed elaborati proposti dal docente).

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti

L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette l'iscrizione ai corsi, la fruizione delle lezioni, la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico e la comunicazione con il docente.
Un tutor assisterà gli studenti nello svolgimento di queste attività.

Attività di didattica erogativa (DE)

→ 48 Videolezioni + 48 test di autovalutazione

Impegno totale stimato: 48 ore

Attività di didattica interattiva (DI)	→ Redazione di un elaborato su traccia del docente → Partecipazione a una web conference → Svolgimento delle prove in itinere con feedback → Svolgimento della simulazione del test finale Impegno totale stimato: 8 ore
Attività di autoapprendimento	→ 144 ore per lo studio individuale
Libro di riferimento	→ Dispense del docente. → Macroeconomia, una prospettiva europea, di Blanchard, Amighini, Giavazzi, Il Mulino

Denominazione insegnamento	STRATEGIE DI IMPRESA E MARKETING ☒ PROFILO STATUTARIO
Indicazione del docente	Maria Antonella Ferri Professore Associato
Settore disciplinare	SECS-P/08
Anno di corso	SECONDO anno
Tipologia di attività formativa	☐ Base ☒ Caratterizzante X ☐ Affine ☐ A scelta studente
Area di apprendimento	AZIENDALE
Numero di crediti	10
Eventuali propedeuticità	Si consiglia il superamento di Economia e gestione d'impresa
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti nella Scheda SUA

Obiettivo dell'insegnamento è fornire le conoscenze teoriche e gli strumenti tecnico-professionali per la gestione strategica e di marketing dell'impresa al fine di comprendere la sua funzione nei mercati, anche alla luce delle sfide portate dalla rivoluzione digitale. Il programma consentirà allo studente di sviluppare le capacità necessarie ad avviare un processo decisionale, capace di rispondere a tali sfide, valutando scelte di natura strategica ed operativa. In particolare, nella prima parte dell'insegnamento sono approfondite le conoscenze e competenze necessarie all'analisi della concorrenza in un'ottica allargata a tutto l'ambiente competitivo; nella seconda parte sono fornite le più significative tecniche e metodologie per applicare tali conoscenze relativamente alla funzione di marketing, considerando un modello di business fortemente condizionato dall'innovazione digitale.

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione. L'insegnamento intende fornire le conoscenze utili per comprendere il rapporto tra il sistema impresa e l'ambiente competitivo, al fine di individuare la formula imprenditoriale in grado di operare con successo nei mercati di riferimento. Specifica attenzione è dedicata alle fasi che compongono il piano di marketing, nonché alla variabili operative di marketing mix sulle quali si sviluppa il processo decisionale dell'impresa. Attraverso lo studio di tali tematiche lo studente sarà in grado di comprendere come il management può soddisfare le richieste di un consumatore sempre più esigente e dotato di autonomia di giudizio nei propri processi di scelta.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione. L'insegnamento, mediante l'impiego di tecniche e metodologie gestionali (analisi del piano di marketing, studio di matrici strategiche, presentazione di casi aziendali, esercitazioni e verifiche in itinere), consente allo studente di applicare le conoscenze teoriche di base acquisite, in mercati sempre più complessi anche alla luce delle innovazioni introdotte dalla "rivoluzione digitale".

Autonomia di giudizio: Lo studente, anche tramite il confronto con i casi di studio e la discussione nella aula virtuale in occasione delle video conferenze, potrà sviluppare la propria capacità di giudizio e di proposta in relazione all'analisi delle soluzioni che il manager intende prendere per competere con successo nel mercato e per soddisfare la domanda.

Abilità comunicative. L'insegnamento intende attivare nello studente le necessarie capacità comunicative e comportamentali nell'espone le proprie idee e proposte, nonché le possibili soluzioni alle problematiche da affrontare.

Lo sviluppo di tali abilità comunicative, è supportata dalla didattica interattiva (con la redazione di elaborati da parte dello studente e la conseguente correzione) e da momenti di videoconferenza programmati sulla base dello stato di avanzamento del programma. La stessa prova finale d'esame, nella modalità orale, è un momento utile per stimolare lo sviluppo delle abilità comunicative dello studente.

Capacità di apprendimento. La capacità di apprendimento sarà stimolata mediante la somministrazione di esercitazioni operative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. Concorrono a sviluppare la capacità di apprendimento anche i supporti didattici integrativi (casi aziendali, esercitazioni scritte, momenti di aula virtuale), soprattutto per i risultati connessi alle capacità applicative.

Programma didattico

1. Scelte e decisioni in ambiti complessi: l'approccio strutturalista 2. Impresa e ambiente 3. Dall'analisi dell'ambiente all'analisi di settore 4. La formula imprenditoriale 5. Strategie di crescita 6. Dinamiche organizzative e progettazione organizzativa 7. Progettazione organizzativa 8. I modelli organizzativi 9. Sistemi informativi e ambiente virtuale 10. Capacità e competenze per chi vuole fare impresa 11. Le tipologie di impresa e funzioni dell'imprenditore 12. Attitudini di chi vuole fare impresa 13. Attitudini emotivo-personali 14. Conoscenze e competenze dell'imprenditore 15. Il piano di marketing 16. La comunicazione nel marketing 17. Il programma della comunicazione 18. Gli strumenti della comunicazione 19. Strumenti di comunicazione turistica 20. Strategie di marca 21. Marketing Communication 22. Il prodotto 23. Domanda turistica e prodotto gastronomico 24. Il valore della marca per il consumatore 25. Metodi per determinare il prezzo 26. La distribuzione 27. Il geomarketing 28. Il posizionamento 29. Analisi SWOT 30. Strumenti di comunicazione pubblica	31. Strumenti di marketing turistico 32. Lo sviluppo del Brand Image 33. La comunicazione ambientale 34. Web marketing 35. I comportamenti di consumo nel web 36. Marketing 3.0 37. Il digital marketing 38. Strumenti di digital marketing 39. I primi passi nel web 40. Start up e strumenti web 41. Le attività delle start up nel web 42. Web marketing e comunicazione 43. Approcci alla comunicazione web 44. Advertising e impresa 4.0 45. Il modello della comunicazione 4.0 46. E-commerce 47. L'infrastruttura di e-commerce 48. La gestione dell'e-commerce 49. le attività di e-commerce 50. I mercati dell'e-commerce 51. Digital marketing turistico 52. Il sito web 53. Come essere visibili al proprio target 54. Social media marketing 55. La reputazione on -line 56. Un modello per lo sviluppo sostenibile 57. Prodotto culturale e DIPSIR 58. Un'introduzione al Marketing internazionale 59. Strategie di marketing internazionale 60. Un caso di marketing internazionale
--	--

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

L'insegnamento si raccorda in particolare all'insegnamento di Economie e Gestione d'impresa Economia Aziendale (SECS-P/07) e di Finanza Aziendale (SECS-P09).

Il raccordo avverrà tramite la preliminare condivisione del programma tra i docenti finalizzata ad evitare duplicazioni/sovrapposizioni del programma ed assicurare la completezza degli argomenti trattati.

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

Lo studente per superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma. Per poter effettuare la prenotazione di esame lo studente deve aver seguito almeno l'80% delle video lezioni.

Il test finale si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte da redigere in 45 minuti.

Nel corso dell'anno sono previste almeno 4 sessioni di esami in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all'inizio dell'anno accademico.

Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alla gestione strategica ed alle scelte di marketing;
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano la valutazione rispetto a casi concreti;
- Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alla scelte da compiere ed alle soluzioni da proporre.

Gli esercizi e gli elaborati di Didattica Erogrativa consentono invece di verificare i risultati di apprendimento raggiunti rispetto alle Abilità comunicative e alla Capacità di apprendimento

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette sia l'iscrizione ai corsi sia la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico, la comunicazione con il docente. E' previsto un tutor che supporterà gli studenti durante il corso.
Attività di didattica erogativa (DE)	➔ 60 Videolezioni Totale 60 ore
Attività di studio e autoapprendimento	Studio delle dispense. Impegno previsto: 220 ore
Attività di didattica interattiva (DI)	➔ Redazione di un elaborato ➔ Partecipazione a una web conference ➔ Lettura area FAQ ➔ Svolgimento delle prove in itinere con feedback ➔ Svolgimento della simulazione del test finale Totale 10 ore
Attività di autoapprendimento	➔ 180 ore per lo studio individuale
Libro di riferimento	A.Mattiaci, A. Pastore, Marketing, Hoepli, 2014.

Denominazione insegnamento	STATISTICA ECONOMICA ☒ PROFILO STATUTARIO ☒ PROFILO DIGITALE
Indicazione del docente	Andrea Mazzitelli Ricercatore tempo determinato
Settore disciplinare	SECS-S/03
Anno di corso	Secondo Anno
Tipologia di attività formativa	Caratterizzante X Affine ☐ A scelta studente ☐
Area di apprendimento	ECONOMICO QUANTITATIVA
Numero di crediti	10
Eventuali propedeuticità	Statistica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti nella Scheda SUA

Scopo della Statistica economica è di fornire a tutti i soggetti che debbono prendere decisioni economiche un quadro integrato e coerente di conoscenze e di analisi statistico-quantitative sui fenomeni economici collettivi, riguardanti i due principali operatori del sistema economico: le famiglie e le imprese. Oltre ai concetti base della Statistica economica e della Contabilità nazionale si introduce anche l'approccio moderno della Statistica economica basato sul concetto di territorio. Completano il corso, le nozioni di base delle ricerche di mercato.

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione. Il corso intende fornire le conoscenze utili per comprendere gli aspetti principali della statistica economica nell'osservare e analizzare i due principali operatori del sistema economica: le imprese e le famiglie

Specifica attenzione è dedicata sia alle fonti che agli strumenti statistici mediante i quali vengono misurati i diversi aggregati economici.

Attraverso lo studio e l'approfondimento delle tecniche statistiche lo studente sarà in grado di descrivere, interpretare e spiegare i fenomeni e i processi economici propri della realtà locale, nazionale e internazionale, nonché formulare previsioni metodologicamente fondate, accurate e affidabili sull'evoluzione delle variabili economiche rilevanti per la comprensione di tali fenomeni e processi

Capacità di applicare conoscenza e comprensione. Il corso, anche attraverso l'utilizzo di una vasta gamma di esempi e applicazioni, è finalizzato a fornire strumenti di analisi e valutazione dei fenomeni del mondo reale, oltre a fornire una solida conoscenza della metodologia statistica e dei suoi aspetti applicativi in campo economico e aziendale.

In tale ottica, il corso si propone di fornire una conoscenza accurata degli strumenti logico-concettuali e metodologici indispensabili per la progettazione e l'esecuzione di indagini riguardanti i comportamenti individuali e aggregati a livello micro e macroeconomico, per l'effettuazione di rilevazioni e analisi finalizzate all'organizzazione aziendale e alla gestione delle imprese, per la progettazione e la realizzazione di ricerche e analisi di mercato.

Autonomia di giudizio: Attraverso la ricognizione delle fonti e dei diversi strumenti statistici, lo studente potrà migliorare la propria capacità di lettura critica della realtà economica oltre ad essere in grado di elaborare dei semplici modelli statistici atti a supportare l'azione di intervento del policy maker e/o del manager di azienda.

Abilità comunicative. La presentazione degli strumenti statistici connessi allo studio della statistica economica nella sua globalità e complessità sarà svolta in modo da consentire l'acquisizione della padronanza di un linguaggio tecnico e di una terminologia specialistica adeguati.

Lo sviluppo di abilità comunicative, sia orali che scritte, sarà anche stimolata attraverso la didattica interattiva (con la redazione di elaborati da parte dello studente) e i momenti di videoconferenza attivati, ivi compreso la prova finale di esame.

Capacità di apprendimento. La capacità di apprendimento sarà stimolata attraverso la somministrazione di esercitazioni operative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata anche a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. La capacità di apprendimento sarà anche stimolata da supporti didattici integrativi (documenti ufficiali, articoli di riviste e quotidiani economici) in modo da sviluppare le capacità applicative.

Programma didattico

1. Lezione introduttiva	31.
2. Introduzione alla statistica economica	32. I rapporti di rinnovo
3. Le fonti	33. Le serie storiche: introduzione
4. La qualità dei dati	34. Il trend
5. Le informazioni statistiche per l'azienda	35. La stagionalità
6. Dalla contabilità aziendale alla contabilità nazionale	36. Ancora sui modelli di previsione
7. Altre fonti di dati esterne all'azienda	37. La qualità della previsione
8. La produzione dei dati ad hoc	38. L'analisi delle serie storiche con il modello autoregressivo
9. Altri schemi di campionamento e rilevazione dati	39. Approfondimento sulla stagionalità
10. Il questionario	40. Il trend: approfondimento
11. Stima della media e della proporzione campionaria	41. Misura della relazione tra variabili
12. La contabilità nazionale: una visione d'insieme	42. Il modello lineare semplice
13. Misurazione dei principali aggregati	43. Cenni sulla probabilità e le variabili casuali
	44. Inferenza statistica
	45. Analisi dei residui
	46. Regressione lineare multipla

economici 14. La produzione 15. Ancora sulla produzione 16. La distribuzione primaria del reddito 17. La distribuzione secondaria del reddito 18. Il sistema dei conti: riepilogo 19. Gli input produttivi 20. Analisi input-output: un'introduzione 21. Ancora sull'analisi input-output 22. I rapporti statistici 23. I numeri indici 24. I numeri indici complessi 25. I numeri indici pubblicati dall'Istat 26. Interpretazione degli indici sintetici 27. Interpretazione degli indici sintetici e variazioni nel tempo 28. Gli indici per i confronti territoriali 29. I confronti multilaterali 30. Riepilogo sui numeri indici	47. Inferenza nel modello di regressione lineare multipla 48. Introduzione all'analisi territoriale 49. Concentrazione e specializzazione 50. L'approccio moderno 51. La statistica spaziale 52. I processi di punto 53. L'analisi spaziale multivariate 54. Le ricerche di mercato 55. Questionari ed errori non campionari 56. Caratteristiche e strutture dei campioni 57. Errori non campionari ed interventi correttivi 58. Le ricerche di mercato quantitative 59. Le tecniche di indagine 60. I panel 61. Il metodo Delphi
--	--

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

Si consiglia il superamento di Statistica e Matematica

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

Lo studente per superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma. Per poter effettuare la prenotazione di esame lo studente deve aver seguito almeno l'80% delle video lezioni.

Il test finale si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte da redigere in 45 minuti.

Nel corso dell'anno sono previste almeno 4 sessioni di esami in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all'inizio dell'anno accademico.

Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alla gestione d'impresa ed alle scelte strategiche;
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano la valutazione rispetto a casi concreti;
- Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alla scelte da compiere ed alle soluzioni da proporre.

Gli esercizi e gli elaborati di Didattica Erogativa consentono invece di verificare i risultati di apprendimento raggiunti rispetto alle Abilità comunicative e alla Capacità di apprendimento

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti	L'iscrizione ai corsi viene effettuata in modo automatico dall'Ateneo. Gli studenti possono contattare - per chiarimenti, informazioni, etc. - il tutor ed il docente attraverso la mail. Ulteriori dettagli sui canali di contatto verranno forniti in piattaforma.
Attività di didattica erogativa (DE)	➔ 60 Videolezioni Totale 60 ore
Attività di didattica interattiva (DI)	➔ Partecipazione a 1 caso studio, project work, esercizio o lavoro di gruppo con feedback del docente ➔ Lettura area FAQ ➔ Svolgimento delle prove in itinere con feedback Totale 10 ore
Attività di autoapprendimento	➔ 180 ore per lo studio individuale
Libro di riferimento	L. Biggeri, M.Bini, A. Coli, L.Grassini, M.Maltagliati, <i>Statistica per le decisioni aziendali</i> , Pearson Italia, 2012.

Denominazione insegnamento	INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE ☒ PROFILO STATUTARIO ☒ PROFILO DIGITALE
Indicazione del docente	Riccardo Monti Professore Straordinario Luca Carrubbo Docente integrativo a contratto
Settore disciplinare	SECS-P/08
Anno di corso	SECONDO anno
Tipologia di attività formativa	Base ☐ Caratterizzante ☐ Affine X A scelta studente ☐
Area di apprendimento	AZIENDALE
Numero di crediti	10
Eventuali propedeuticità	Nessuna
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti nella Scheda SUA

Il corso si propone di portare gli studenti a confrontarsi con i principali problemi che caratterizzano il processo di internazionalizzazione delle imprese. In termini generali, gli studenti esaminano le fasi, gli snodi critici, le difficoltà e gli strumenti disponibili per l'impresa che, nell'ambito di una strategia di espansione geografica, oltrepassa i confini nazionali e decide di svolgere parte della propria attività in uno o più mercati internazionali.

Il corso si focalizza sui modelli e sulle teorie che analizzano le spinte all'internazionalizzazione delle imprese. Adottando la prospettiva della catena del valore, il corso si propone di analizzare i fattori che favoriscono/ostacolano lo stiramento geografico e l'internazionalizzazione delle diverse attività della filiera.

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione. L'insegnamento intende fornire le conoscenze utili per comprendere il rapporto tra il sistema impresa e l'ambiente competitivo, al fine di individuare la formula imprenditoriale in grado di operare con successo nei mercati internazionali.

Specifica attenzione è dedicata alle strategie di Internazionalizzazione e all'analisi delle prassi emergenti in alcuni Paesi target.

Attraverso lo studio di tali tematiche lo studente sarà in grado di comprendere come il management può soddisfare le richieste di sviluppo imprenditoriale in una realtà globalizzata.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione. L'insegnamento, mediante l'impiego di tecniche e metodologie gestionali (analisi del piano di marketing, studio di matrici strategiche, presentazione di casi aziendali, esercitazioni e verifiche in itinere), consente allo studente di

applicare le conoscenze teoriche di base acquisite, in mercati sempre più complessi anche alla luce delle innovazioni introdotte dalla “rivoluzione digitale”.

Autonomia di giudizio: Lo studente, anche tramite il confronto con i casi di studio e la discussione nella aula virtuale in occasione delle video conferenze, potrà sviluppare la propria capacità di giudizio e di proposta in relazione all’analisi delle soluzioni che il manager intende prendere per competere con successo nel mercato e per soddisfare la domanda.

Abilità comunicative. L’insegnamento intende attivare nello studente le necessarie capacità comunicative e comportamentali nell’espone le proprie idee e proposte, nonché le possibili soluzioni alle problematiche da affrontare.

Lo sviluppo di tali abilità comunicative, è supportata dalla didattica interattiva (con la redazione di elaborati da parte dello studente e la conseguente correzione) e da momenti di videoconferenza programmati sulla base dello stato di avanzamento del programma. La stessa prova finale d’esame, nella modalità orale, è un momento utile per stimolare lo sviluppo delle abilità comunicative dello studente.

Capacità di apprendimento. La capacità di apprendimento sarà stimolata mediante la somministrazione di esercitazioni operative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata a verificare l’effettiva comprensione degli argomenti trattati. Concorrono a sviluppare la capacità di apprendimento anche i supporti didattici integrativi (casi aziendali, esercitazioni scritte, momenti di aula virtuale), soprattutto per i risultati connessi alle capacità applicative.

Programma didattico

1. La pianificazione strategica per l'internazionalizzazione	40. Internazionalizzare l'impresa Turismo, il caso ENIT
2. Differenziazione e dinamiche di competizione economica	41. Forum - Fiere ed eventi - occasioni di internazionalizzazione
3. Le strategie di Internazionalizzazione	42. Comunicare l'internazionalizzazione, il caso EXIBITALY
4. Lo sviluppo internazionale dell'impresa	43. Sinergie tra pubblico e privato per l'internazionalizzazione
5. Criticità dello sviluppo internazionale	44. Il valore del Brand nei processi di internazionalizzazione
6. Il Decentramento produttivo	45. Il caso Expo 2015 - l'internazionalizzazione in casa
7. L'attrattività di paesi di destinazione	46. La Responsabilità sociale dell'impresa internazionale
8. Individuazione, selezione e scelta dei Paesi di destinazione	47. Rinnovate possibilità di internazionalizzazione in Europa
9. La segmentazione internazionale	48. I casi studio, I Paesi BRICS
10. Posizionamento e strategie di Marketing	49. I casi studio, Il Brasile
11. Analisi SWOT dei mercati esteri	50. I casi studio, La Russia
12. Il nuovo Marketing MIX Internazionale	51. I casi studio, L'India
13. Le infrastrutture del Marketing internazionale	52. I casi studio, La Cina
14. Ingresso nei mercati internazionali	53. I casi studio, il Sud Africa
15. Vincoli e barriere nei mercati internazionali	
16. Dazi, dogane e limitazioni all'export	
17. I Vantaggi dell'export	
18. Il fenomeno della logica GLOCAL	

19. La Bilancia dei Pagamenti	54. I casi studio, I Paesi Arabi
20. I Numeri dell'esportazione di beni e servizi	55. I casi studio, I Paesi MINT
21. WTO, passato e futuro	56. I casi studio, Gli USA
22. Teorie e Modelli del Commercio Internazionale	57. Le nuove Multinazionali
23. Gli agenti e le unità commerciali	58. Nuove sfide e opportunità future - Cuba e l'apertura ai mercati
24. Le nuove sfide della Globalizzazione e il Made in Italy dell'Agro-alimentare	59. La rete, il mercato e l'internazionalizzazione
25. Investimenti produttivi all'estero, il Piggy back	60. Scenari e sviluppi futuri sull'internazionalizzazione
26. Investimenti produttivi all'estero, Franchising e altri accordi aziendali	
27. Investimenti produttivi all'estero, le Joint Venture	
28. L'internazionalizzazione delle PMI Italiane ed europee	
29. Il Business Plan per l'internazionalizzazione	
30. Gli IDE e i DOI	
31. Le Istituzioni al sostegno dell'internazionalizzazione	
32. Gli Attori nazionali, MAE - MISE - CIPE e la Cabina di Regia	
33. I contatti verso l'estero, ICE - SACE - SIMEST	
34. Gli Enti privati, FINEST - INFORMEST - CDP	
35. Camere di Commercio Italiane all'estero	
36. Confindustria, Unioncamere e Confapi	
37. Network produttivi territoriali all'estero, i Distretti Industriali	
38. Il vantaggio comparato	
39. Fenomeni inversi, il caso EATALY	

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

Il corso si raccorda alla altre materie a carattere aziendale anche afferenti ai settori SECS-P/07 e SECS-P/09. Il raccordo tra le materie avverrà tramite la preliminare condivisione dei programmi tra i docenti finalizzata ad evitare duplicazioni/sovrapposizioni del programma ed assicurare la completezza degli argomenti trattati.

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

Lo studente per superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma. Per poter effettuare la prenotazione di esame lo studente deve aver seguito almeno l'80% delle video lezioni.

Il test finale si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte da redigere in 45 minuti.

Nel corso dell'anno sono previste almeno 4 sessioni di esami in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all'inizio dell'anno accademico.

Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alla gestione d'impresa ed alle scelte strategiche;
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano la valutazione rispetto a casi concreti;
- Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alla scelte da compiere ed alle soluzioni da proporre.

Gli esercizi e gli elaborati di Didattica Erogativa consentono invece di verificare i risultati di apprendimento raggiunti rispetto alle Abilità comunicative e alla Capacità di apprendimento

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette sia l'iscrizione ai corsi sia la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico, la comunicazione con il docente e con il tutor. E' previsto un tutor che supporterà gli studenti durante il corso.
Attività di didattica erogativa (DE)	→ 60 Videolezioni Totale 60 ore
Attività di didattica interattiva (DI)	→ Partecipazione a 1 caso studio, project work, esercizio o lavoro di gruppo con feedback del docente → Lettura area FAQ → Svolgimento delle prove in itinere con feedback Totale 10 ore
Attività di autoapprendimento	→ 180 ore per lo studio individuale
Libro di riferimento	Il docente indicherà uno o più testi di riferimento

Denominazione insegnamento	FINANCE AND VENTURE CAPITAL ☒ PROFILO DIGITALE
Indicazione del docente	Angelo Deiana Professore Straordinario
Settore disciplinare	SECS-P/09
Anno di corso	Terzo anno
Tipologia di attività formativa	☐ Base ☒ Caratterizzante X ☐ Affine ☐ A scelta studente
Area di apprendimento	AZIENDALE
Numero di crediti	10
Eventuali propedeuticità	Nessuna
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti nella Scheda SUA

Il corso si propone di fornire agli studenti strumenti manageriali per la gestione finanziaria d'impresa e per l'effettuazione di scelte d'investimento. In particolare il programma di insegnamento consentirà allo studente di avere una panoramica approfondita degli strumenti esistenti per l'analisi del bilancio, le scelte di capital budgeting e porre in essere strategie finanziarie di breve e lungo termine. Lo studente acquisirà conoscenze di base sulla determinazione del costo del capitale, della manovra del leverage, delle problematiche connesse alla determinazione del fabbisogno finanziario netto e dell'analisi dei rischi.

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione. Il corso intende fornire le conoscenze utili per comprendere gli aspetti principali della finanza d'impresa e della valutazione delle scelte d'investimento in azioni ed obbligazioni.

Specificata attenzione è dedicata all'equilibrio finanziario d'impresa nel breve e nel lungo termine ivi compreso lo studio degli strumenti per la gestione finanziaria d'impresa.

Attraverso lo studio di queste tematiche lo studente sarà in grado di comprendere le dinamiche e gli strumenti della gestione finanziaria d'impresa e per le scelte d'investimento.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione. Il corso, anche attraverso l'analisi di casi di studio, è finalizzato a fornire strumenti di analisi e valutazione della situazione finanziaria delle imprese nonché capacità di effettuare scelte d'investimento (es. in azioni o obbligazioni) sulla base dei rendimenti e della minimizzazione dei rischi sulla base di scelte di composizione di portafoglio.

Autonomia di giudizio: Attraverso le competenze acquisite, lo studente potrà migliorare la propria capacità di giudizio e di proposta in relazione all'analisi dei modelli di intervento connessi alle varie fattispecie di gestione della finanza d'impresa e d'investimento sui mercati finanziari.

Abilità comunicative. La presentazione dei profili tecnici connessi alla gestione finanziaria d'impresa e alle scelte d'investimento, sarà svolta in modo da consentire l'acquisizione della padronanza di un linguaggio tecnico e di una terminologia specialistica adeguati.

Lo sviluppo di abilità comunicative, sia orali che scritte, sarà anche stimolata attraverso la didattica interattiva (con la redazione di elaborati da parte dello studente) e i momenti di videoconferenza attivati, ivi compreso la prova finale di esame.

Capacità di apprendimento. La capacità di apprendimento sarà stimolata attraverso la somministrazione di esercitazioni operative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata anche a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. La capacità di apprendimento sarà anche stimolata da supporti didattici integrativi (casi di studio, articoli e quotidiani economici) in modo da sviluppare le capacità applicative.

Programma didattico

1.Introduzione all'analisi di bilancio 2.La riclassificazione finanziaria dello SP 3. Indici di solidità 4. Indici di liquidità 5.La riclassificazione delle SP con il criterio economico 6.Indici di redditività 7. Leva Finanziaria 8.Analisi della dinamica finanziaria 9.Il fabbisogno finanziario 10. La pianificazione finanziaria 11. Il piano economico finanziario 12. Il budget 13. La valutazione degli investimenti 1 14. La valutazione degli investimenti 2 15. Le rendite 16. Valutazione degli investimenti ed EVA 17. Van e TIR 18. Van e TIR a confronto 19.I flussi di cassa 20. Le Azioni 21. Le obbligazioni 22. La valutazione delle imprese: cenni 23.Decisioni di sostituzione 24. Valore e rischio 25. Problemi di agenzia ed EVA	31.La tesi di Modigliani e Miller 32. La struttura finanziaria ottimale 33. I criteri di valutazione delle banche 34. I finanziamenti a lungo termine 35. I finanziamenti a breve termine ed il CCN 36. Il credito commerciale 37. Strumenti di finanziamento a breve 38.Le Public Private Partnership 39.Il Project Financing 40. IL processo decisionale pubblico e lo studio di fattibilità' 41. Il Piano Economico Finanziario nel PF 42. FOCUS sugli strumenti di finanziamento 43. Gli indicatori di bancabilità e redditività 44.L'analisi dei rischi 45. L'analisi dei rischi secondo Eurostat 46. Il Public Sector Comparator 47. Casi di Project Finance 48. Le start up 49. Il business Plan 50. Le start up innovative 51. Il finanziamento delle start up 52. Le fonti di finanziamento 53. Finanziare una Start up: il punto di vista della banca 54. Un caso di studio: Groupon 55. Risk management
--	--

26. Rischio e rendimento 27. Le scelte di portafoglio 28. Il CAPM 29. Il WACC 30. La controversia sui dividendi	56. Il risk management: il rischio di tasso ed i rischi finanziari 57. Finanza straordinaria 58. Acquisizioni 59. Fusioni 60. Scissioni
---	---

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

Il corso si raccorda in particolare al corso di economia aziendale.

Il raccordo avverrà tramite la preliminare condivisione del programma tra i docenti finalizzata ad evitare duplicazioni/sovrapposizioni del programma ed assicurare la completezza degli argomenti trattati.

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

Lo studente per superare l'esame può scegliere di effettuare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma.

Il test finale si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte.

Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande sul programma del corso
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione attraverso domande specifiche che consentano la valutazione rispetto a casi concreti
- Autonomia di giudizio attraverso domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alla scelte da compiere

Gli esercizi e gli elaborati di Didattica erogativa consentono invece di verificare i risultati di apprendimento raggiunti rispetto alle abilità comunicative e alla capacità di apprendimento.

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette sia l'iscrizione ai corsi sia la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico, la comunicazione con il docente. E' previsto un tutor che supporterà gli studenti durante il corso.
Attività di didattica erogativa (DE)	 60 Videolezioni Totale 60 ore

Attività di didattica interattiva (DI)	→ Redazione di un elaborato → Partecipazione a una web conference → Svolgimento delle prove in itinere con feedback → Svolgimento della simulazione del test finale Totale 10 ore
Attività di autoapprendimento	→ 180 ore per lo studio individuale
Libro di riferimento	Testo consigliato per approfondimenti (non obbligatorio) Principi di Finanza Aziendale Brealey Myers Sandri McGraw-Hill, Milano, 2015

Denominazione insegnamento	COMPUTER SCIENCE (NETWORK AND DATA MANAGEMENT) ☒ PROFILO DIGITALE
Indicazione del docente	Angelo SGROI - Docente a contratto
Settore disciplinare	INF/01
Anno di corso	Terzo anno
Tipologia di attività formativa	☐ Base ☐ Caratterizzante ☐ Affine ☐ A scelta studente ☒ Altre attività X
Area di apprendimento	RELAZIONALE APPLICATIVA
Numero di crediti	4
Eventuali propedeuticità	Nessuna
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti nella Scheda SUA

Il corso si pone l'obiettivo di sistematizzare le conoscenze necessarie per un utilizzo consapevole degli strumenti informatici. Ciò avviene sia attraverso un inquadramento generale delle tematiche di base della tecnologia informatica sia mediante un'analisi delle funzionalità offerte dai principali strumenti di produttività aziendale.

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione. Il corso intende fornire le conoscenze di base metodologiche dei sistemi informativi utili per comprendere e gestire le realtà aziendali. Un'attenzione specifica è dedicata alle diverse fonti disponibili in ambito nazionale e internazionale, per orientare l'utente nell'ambito delle molteplici banche dati, utili all'analisi del settore.

Lo studio di tali tematiche permetterà allo studente di comprendere quali strumenti applicare per l'analisi dei dati a disposizione, e di interpretare correttamente la realtà sotto studio.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione. Nel corso sono presenti molteplici esercizi applicativi che affiancano gli argomenti metodologici, al fine di permettere allo studente di applicare quanto appreso durante le lezioni, con l'obiettivo di usare empiricamente le formule presentate e, soprattutto, interpretare i risultati statistici ottenuti. Vengono inoltre fornite conoscenze basilari di programmi informatici e strumenti web, per una migliore comprensione e applicazione di quanto appreso nel corso.

Autonomia di giudizio: Lo studio degli strumenti statistici, in un'ottica critica applicativa, affiancato da esempi ed esercitazioni, permetterà allo studente di acquisire e migliorare la propria capacità di giudizio. In questo modo egli sarà capace di comprendere quale strumento è più appropriato all'analisi in oggetto e come interpretare correttamente i risultati ottenuti.

Abilità comunicative. La presentazione e il commento durante il corso di alcuni rapporti statistici connessi al settore del turismo, permette di acquisire un linguaggio tecnico appropriato e di una terminologia specialistica adeguata all'argomento.

Lo sviluppo di abilità comunicative, sia orali che scritte, sarà anche stimolata attraverso la didattica interattiva, con la redazione di elaborati da parte dello studente e l'accesso alla videoconferenza. Si forniscono inoltre le basi tecniche di alcuni strumenti informatici (Excel e Moduli Google) per migliorare e stimolare le capacità comunicative.

Capacità di apprendimento. La capacità di apprendimento sarà stimolata attraverso la somministrazione di esercitazioni applicative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata anche a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. Altri strumenti didattici integrativi online, quali documenti ufficiali, articoli di riviste e link a siti specifici, permettono di migliorare e sviluppare la capacità di apprendimento.

Programma didattico

1. Le Presentazioni 2. Il Foglio Di Calcolo 3. L'elaborazione Dei Testi 4. Concetti Di Base Dell'informatica: Algoritmi, Hardware E Software 5. Concetti Fondamentali Dell'informatica (Workbook) 6. Algoritmi, Hardware E Software 7. Reti, Ergonomia, Ambiente 8. Reti, Servizi E Basi Dati (Workbook) 9. Sicurezza, Aspetti Giuridici 10. Ms Word 2007 11. Il Lavoro Di Gruppo. Le Attività Ripetitive 12. Le Operazioni Sui Files 13. L'elaborazione Dei Testi (Workbook) 14. L'elaborazione Dei Testi. Le Operazioni Sui File 15. I Fogli Di Calcolo - Caratteristiche E Utilizzi 16. Il Foglio Di Calcolo - Funzioni E Grafici 17. Il Foglio Di Calcolo - Esercitazioni	18. Il Foglio Di Calcolo (Workbook) 19. Le Presentazioni - Concetti E Strumenti 20. Le Presentazioni - Powerpoint 2007 21. Powerpoint 2007 - Utilizzi Specifici 22. Le Presentazioni (Workbook) 23. Reti, Servizi E Basi Dati. Le Reti Telematiche 24. Reti, Servizi E Basi Dati - I Servizi Su Web 25. Reti, Servizi E Basi Di Dati - Le Basi Di Dati
---	---

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

Il corso prevede, in particolare sulla parte del programma dedicata all'elaborazione ed analisi di dati numerici, un raccordo con materie del CdL che si caratterizzano per la gestione di dati quantitativi (Economia Aziendale, Statistica, Finanza Aziendale, Programmazione e Controllo) al

fine di evidenziare il supporto applicativo che le tecnologie informatiche possono fornire nei processi gestionali d'impresa. Il raccordo tra le materie avverrà tramite la preliminare condivisione dei programmi tra i docenti finalizzata ad assicurare la completezza degli argomenti trattati.

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

Lo studente per superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma. Per poter effettuare la prenotazione di esame lo studente deve aver seguito almeno l'80% delle video lezioni.

Il test finale si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte da redigere in 45 minuti.

Nel corso dell'anno sono previste almeno 4 sessioni di esami in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all'inizio dell'anno accademico.

Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alla gestione d'impresa ed alle scelte strategiche;
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano la valutazione rispetto a casi concreti;
- Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alla scelte da compiere ed alle soluzioni da proporre.

Gli esercizi e gli elaborati di Didattica Erogativa consentono invece di verificare i risultati di apprendimento raggiunti rispetto alle Abilità comunicative e alla Capacità di apprendimento

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette sia l'iscrizione ai corsi sia la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico, la comunicazione con il docente. E' previsto un tutor che supporterà gli studenti durante il corso.
Attività di didattica erogativa (DE)	→ 25 Videolezioni Totale 24 ore
Attività di didattica interattiva (DI)	→ Autoapprendimento e preparazione esame Totale 4 ore
Attività di autoapprendimento	→ 72 ore per lo studio individuale
Libro di riferimento	Il docente indicherà uno o più testi di riferimento

Denominazione insegnamento	FINANZA AZIENDALE ☒ PROFILO STATUTARIO
Indicazione del docente	Laura Martiniello
Settore disciplinare	SECS P/09
Anno di corso	Terzo anno
Tipologia di attività formativa	Caratterizzante X Affine ☐ A scelta studente ☐
Area di apprendimento	AZIENDALE
Numero di crediti	10
Eventuali propedeuticità	Nessuna
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti nella Scheda SUA

Il corso si propone di fornire agli studenti strumenti manageriali per la gestione finanziaria d'impresa e per l'effettuazione di scelte d'investimento. In particolare il programma di insegnamento consentirà allo studente di avere una panoramica approfondita degli strumenti esistenti per l'analisi del bilancio, le scelte di capital budgeting e porre in essere strategie finanziarie di breve e lungo termine. Lo studente acquisirà conoscenze di base sulla determinazione del costo del capitale, della manovra del leverage, delle problematiche connesse alla determinazione del fabbisogno finanziario netto e dell'analisi dei rischi.

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione. Il corso intende fornire le conoscenze utili per comprendere gli aspetti principali della finanza d'impresa e della valutazione delle scelte d'investimento in azioni ed obbligazioni.

Specificata attenzione è dedicata all'equilibrio finanziario d'impresa nel breve e nel lungo termine ivi compreso lo studio degli strumenti per la gestione finanziaria d'impresa.

Attraverso lo studio di queste tematiche lo studente sarà in grado di comprendere le dinamiche e gli strumenti della gestione finanziaria d'impresa e per le scelte d'investimento.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione. Il corso, anche attraverso l'analisi di casi di studio, è finalizzato a fornire strumenti di analisi e valutazione della situazione finanziaria delle imprese nonché capacità di effettuare scelte d'investimento (es. in azioni o obbligazioni) sulla base dei rendimenti e della minimizzazione dei rischi sulla base di scelte di composizione di portafoglio.

Autonomia di giudizio: Attraverso le competenze acquisite, lo studente potrà migliorare la propria capacità di giudizio e di proposta in relazione all'analisi dei modelli di intervento connessi alle varie fattispecie di gestione della finanza d'impresa e d'investimento sui mercati finanziari.

Abilità comunicative. La presentazione dei profili tecnici connessi alla gestione finanziaria d'impresa e alle scelte d'investimento, sarà svolta in modo da consentire l'acquisizione della padronanza di un linguaggio tecnico e di una terminologia specialistica adeguati.

Lo sviluppo di abilità comunicative, sia orali che scritte, sarà anche stimolata attraverso la didattica interattiva (con la redazione di elaborati da parte dello studente) e i momenti di videoconferenza attivati, ivi compreso la prova finale di esame.

Capacità di apprendimento. La capacità di apprendimento sarà stimolata attraverso la somministrazione di esercitazioni operative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata anche a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. La capacità di apprendimento sarà anche stimolata da supporti didattici integrativi (casi di studio, articoli e quotidiani economici) in modo da sviluppare le capacità applicative.

Programma didattico

- 1.Introduzione all'analisi di bilancio
- 2.La riclassificazione finanziaria dello SP
3. Indici di solidità
4. Indici di liquidità
- 5.La riclassificazione delle SP con il criterio economico
- 6.Indici di redditività
7. Leva Finanziaria
- 8.Analisi della dinamica finanziaria
- 9.Il fabbisogno finanziario
10. La pianificazione finanziaria
11. Il piano economico finanziario
12. Il budget
13. La valutazione degli investimenti 1
14. La valutazione degli investimenti 2
15. Le rendite
16. Valutazione degli investimenti ed EVA
17. Van e TIR
18. Van e TIR a confronto
- 19.I flussi di cassa
20. Le Azioni
21. Le obbligazioni
22. La valutazione delle imprese:
- cenni 23.Decisioni di sostituzione
24. Valore e rischio
25. Problemi di agenzia ed EVA
26. Rischio e rendimento
27. Le scelte di portafoglio
28. Il CAPM
- 29.Il WACC
30. La controversia sui dividendi

- 31.La tesi di Modigliani e Miller
32. La struttura finanziaria ottimale
33. I criteri di valutazione delle banche
34. I finanziamenti a lungo termine
35. I finanziamenti a breve termine ed il CCN
36. Il credito commerciale
37. Strumenti di finanziamento a breve
- 38.Le Public Private Partnership
- 39.Il Project Financing
40. IL processo decisionale pubblico e lo studio di fattibilità
41. Il Piano Economico Finanziario nel PF
42. FOCUS sugli strumenti di finanziamento
43. Gli indicatori di bancabilità e redditività
- 44.L'analisi dei rischi
45. L'analisi dei rischi secondo Eurostat
46. Il Public Sector Comparator
47. Casi di Project Finance
48. Le start up
49. Il business Plan
50. Le start up innovative
51. Il finanziamento delle start up
52. Le fonti di finanziamento
53. Finanziare una Start up: il punto di vista della banca
54. Un caso di studio: Groupon
55. Risk management
56. Il risk management: il rischio di tasso ed i rischi finanziari
- 57.Finanza straordinaria
58. Acquisizioni
59. Fusioni
60. Scissioni

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

Il corso si raccorda in particolare al corso di economia aziendale.

Il raccordo avverrà tramite la preliminare condivisione del programma tra i docenti finalizzata ad evitare duplicazioni/sovrapposizioni del programma ed assicurare la completezza degli argomenti trattati.

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

Lo studente per superare l'esame può scegliere di effettuare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma.

Il test finale si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte.

Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande sul programma del corso
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione attraverso domande specifiche che consentano la valutazione rispetto a casi concreti
- Autonomia di giudizio attraverso domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alla scelte da compiere

Gli esercizi e gli elaborati di Didattica erogativa consentono invece di verificare i risultati di apprendimento raggiunti rispetto alle abilità comunicative e alla capacità di apprendimento.

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette sia l'iscrizione ai corsi sia la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico, la comunicazione con il docente. E' previsto un tutor che supporterà gli studenti durante il corso.
Attività di didattica erogativa (DE)	➔ 60 Videolezioni Totale 60 ore
Attività di didattica interattiva (DI)	➔ Redazione di un elaborato ➔ Partecipazione a una web conference ➔ Svolgimento delle prove in itinere con feedback ➔ Svolgimento della simulazione del test finale Totale 10 ore
Attività di autoapprendimento	➔ 180 ore per lo studio individuale

Libro di riferimento	Testo consigliato per approfondimenti (non obbligatorio) Principi di Finanza Aziendale Brealey Myers Sandri McGraw-Hill, Milano, 2015
-----------------------------	--

Denominazione insegnamento	DIRITTO DEL LAVORO E RELAZIONI INDUSTRIALI ☒ PROFILO STATUTARIO ☒ PROFILO DIGITALE
Indicazione del docente	Marco Marazza Professore ordinario Valentina Anniballi Docente integrativo a contratto
Settore disciplinare	IUS/07
Anno di corso	Terzo anno
Tipologia di attività formativa	Caratterizzante ☒ Affine ☐ A scelta studente ☐
Area di apprendimento	GIURIDICA
Numero di crediti	12
Eventuali propedeuticità	Diritto Privato
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti nella Scheda SUA

Il corso intende formare gli studenti sulle nozioni di base del diritto del lavoro e delle relazioni industriali, anche alla luce delle recenti riforme e con particolare attenzione anche agli ambiti interdisciplinari, in una prospettiva che tende ad evidenziare l'impatto applicativo e gestionale degli istituti trattati nell'ambito della realtà di impresa.

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione

Il corso consentirà allo studente di comprendere quali sono gli istituti fondamentali del diritto del lavoro con riferimento alla rappresentanza sindacale, alla tipologia di contratti e alle tutele per il lavoratore ed al temperamento delle stesse con le esigenze organizzative e produttive dell'azienda.

Attraverso lo studio di queste tematiche lo studente sarà in grado di comprendere le regole basilari che governano il diritto del lavoro in Italia.

Autonomia di giudizio: Attraverso la ricognizione dei diversi strumenti normativi, lo studente potrà migliorare la propria capacità di giudizio e di proposta in relazione all'analisi dei modelli di intervento connessi alle varie fattispecie di gestione e risoluzione di problemi lavoristici.

Abilità comunicative. La presentazione dei profili tecnici connessi al diritto del lavoro e sindacale sarà svolta in modo da consentire l'acquisizione della padronanza di un linguaggio tecnico e di una terminologia specialistica adeguati.

Lo sviluppo di abilità comunicative, sia orali che scritte, sarà anche stimolata attraverso la didattica interattiva (con la redazione di elaborati da parte dello studente) e i momenti di videoconferenza attivati, ivi compreso la prova finale di esame.

Capacità di apprendimento. La capacità di apprendimento sarà stimolata attraverso la somministrazione di esercitazioni operative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati,

finalizzata anche a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. Concorrono a sviluppare la capacità di apprendimento anche i supporti didattici integrativi (lezioni a più voci con rappresentanti del modo sindacale e delle imprese, documenti ufficiali, articoli di riviste e selezione di sentenze) in modo da sviluppare le capacità applicative.



Programma didattico

- | | |
|--|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Le fonti. 2. L'organizzazione sindacale. 3. Il sindacato associativo. 4. RSA 5. RSU 6. I diritti sindacali. 7. La repressione della condotta antisindacale. 8. Procedure di informazione e consultazione sindacale. 9. La contrattazione collettiva. 10. Efficacia soggettiva e oggettiva del contratto collettivo. 11. Efficacia nel tempo del contratto collettivo. 12. Contratto collettivo e contratto individuale di lavoro. 13. I livelli della contrattazione collettiva. 14. Contratto collettivo nazionale di lavoro. 15. CCNL e TU sulla rappresentanza. 16. I contratti collettivi di secondo livello. 17. I contratti collettivi di prossimità. 18. Lo sciopero. 19. Lo sciopero nei servizi pubblici essenziali. 20. La serrata. 21. Il lavoro prevalentemente personale. 22. Il lavoro nei contratti associativi. 23. Il lavoro autonomo: i contratti d'opera. 24. Il lavoro autonomo: le collaborazioni coordinate. 25. Le collaborazioni autonome eterorganizzate. 26. La subordinazione. 27. Il contratto di lavoro subordinato. 28. Il collocamento. 29. Il potere direttivo 30. Le mansioni e lo ius variandi. 31. Il potere disciplinare. 32. Il potere di controllo. 33. I controlli a distanza. 34. Tutela della persona e divieto di indagini sulle opinioni 35. Osservanza, diligenza e fedeltà. 36. Orario di lavoro. | <ol style="list-style-type: none"> 37. Ferie, riposi e festività. 38. Il luogo di esecuzione della prestazione. 39. Il distacco del lavoratore. 40. Il contratto di lavoro a termine. 41. Il contratto di lavoro a tempo parziale. 42. Il contratto di somministrazione di lavoro. 43. Il contratto di lavoro intermittente. 44. Il lavoro accessorio. 45. Il contratto di apprendistato: disciplina generale. 46. Il contratto di apprendistato: le tipologie 47. La retribuzione. 48. I trattamenti retributivi individuali. 49. La tutela contro le discriminazioni. 50. Il lavoro negli appalti. 51. Il trasferimento di azienda. 52. Gli incentivi alle assunzioni. 53. Vicende sospensive del rapporto. 54. Le dimissioni e la risoluzione consensuale. 55. Il licenziamento individuale. 56. L'area della libera recedibilità. 57. La giusta causa di licenziamento. 58. Il giustificato motivo soggettivo. 59. Il giustificato motivo oggettivo. 60. La procedura di licenziamento per gmo. 61. La tutela obbligatoria. 62. La tutela reale. 63. Il contratto a tutele crescenti. 64. Il licenziamento collettivo. 65. La cassa integrazione. 66. Il contratto di solidarietà. 67. La tutela del reddito del disoccupato. 68. Il TFR. 69. Rinunce e transazioni. 70. Eventuali integrazioni/Esercitazioni 71. Eventuali integrazioni/Esercitazioni 72. Eventuali integrazioni/Esercitazioni |
|--|---|

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

Nessuna

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

Lo studente per superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma. Per poter effettuare la prenotazione di esame lo studente deve aver seguito almeno l'80% delle video lezioni.

Il test finale si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte da redigere in 45 minuti.

Nel corso dell'anno sono previste almeno 4 sessioni di esami in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all'inizio dell'anno accademico.

Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alla gestione d'impresa ed alle scelte strategiche;
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano la valutazione rispetto a casi concreti;
- Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alla scelte da compiere ed alle soluzioni da proporre.

Gli esercizi e gli elaborati di Didattica Erogativa consentono invece di verificare i risultati di apprendimento raggiunti rispetto alle Abilità comunicative e alla Capacità di apprendimento

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette sia l'iscrizione ai corsi sia la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico, la comunicazione con il docente. E' previsto un tutor che supporterà gli studenti durante il corso.
Attività di didattica erogativa (DE)	➔ 72 Videolezioni Totale 72 ore
Attività di didattica interattiva (DI)	➔ Redazione di un elaborato ➔ Partecipazione a due web conference ➔ Svolgimento delle prove in itinere con feedback ➔ Svolgimento della simulazione del test finale ➔ Svolgimento della simulazione del test finale Totale 12 ore
Attività di autoapprendimento	➔ 216 ore per lo studio individuale

Libro di riferimento	PERSIANI, LIEBMAN, MARAZZA, MARTONE, DEL CONTE, FERRARI, MAIO, Fondamenti di diritto del lavoro, Padova, ed. Ed. - UnCCNL a scelta
-----------------------------	---

Denominazione insegnamento	ECONOMIA E MANAGEMENT DELL'INNOVAZIONE ☒ PROFILO STATUTARIO ☒ PROFILO DIGITALE
Indicazione del docente	Bernardo Mattarella Professore straordinario Luca Carrubbo Docente integrativo a contratto
Settore disciplinare	SECS-P/08
Anno di corso	Terzo Anno
Tipologia di attività formativa	Base ☐ Caratterizzante X Affine ☐ A scelta studente ☐
Area di apprendimento	ECONOMICO QUANTITATIVA
Numero di crediti	10
Eventuali propedeuticità	Nessuna
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti nella Scheda SUA

Fornire ai partecipanti una conoscenza approfondita sui seguenti argomenti:

- ❖ Per un concetto di innovazione
- ❖ L'innovazione nella ricerca e sviluppo
- ❖ L'innovazione in produzione
- ❖ L'innovazione nei sistemi informativi
- ❖ L'innovazione nella supply chain management
- ❖ L'innovazione nella gestione: dalla qualità alla sostenibilità

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione. Il corso intende fornire le conoscenze di base metodologiche degli strumenti per progettare, gestire e valutare l'innovazione fornendo ai discenti anche utili strumenti quali il Business Model sia in ottica di prodotto che di servizio.

Un'attenzione specifica è ai vari approcci all'innovazione e al legame tra innovazione e sviluppo dell'impresa.

Lo studio di tali tematiche permetterà allo studente di comprendere quali strumenti applicare per valutare la fattibilità di attività innovative.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione. Nel corso sono presenti molteplici casi pratici che affiancano gli argomenti metodologici, al fine di permettere allo studente di applicare quanto appreso durante le lezioni, con l'obiettivo di usare empiricamente le metodologie presentate e, soprattutto, interpretarne i risultati.. Vengono inoltre fornite conoscenze dell'approccio per processi per una migliore comprensione e applicazione di quanto appreso nel corso.

Autonomia di giudizio: Lo studio delle varie metodologie del fare innovazione, in un'ottica critica applicativa, affiancato da esempi e casi, permetterà allo studente di acquisire e migliorare la

propria capacità di giudizio. In questo modo egli sarà capace di comprendere quale strumento è più appropriato all'analisi in oggetto e come interpretare correttamente i risultati ottenuti.

Abilità comunicative. La presentazione e il commento durante il corso di esempi di innovazione di tipo aziendale o espressione di politiche pubbliche permette di acquisire un linguaggio tecnico appropriato e di una terminologia specialistica adeguata all'argomento.

Lo sviluppo di abilità comunicative, sia orali che scritte, sarà anche stimolata attraverso la didattica interattiva, con la redazione di elaborati da parte dello studente e l'accesso alla videoconferenza.

Capacità di apprendimento. La capacità di apprendimento sarà stimolata attraverso la somministrazione di esercitazioni applicative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata anche a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. Altri strumenti didattici integrativi online, quali documenti ufficiali, articoli di riviste e link a siti specifici, permettono di migliorare e sviluppare la capacità di apprendimento.

Programma didattico

- | | |
|--|--|
| 1. Cos'è l'innovazione? | 31. The Internet of Things e la Fabbrica 4.0 |
| 2. L'evoluzione del concetto di innovazione | 32. Le caratteristiche dell'ERP |
| 3. Fonti dell'innovazione | 33. L'Open Source |
| 4. L'innovazione e i network collaborativi | 34. Il Cloud Computing |
| 5. Innovazione incrementale e innovazione radicale | 35. L'e-government e la PA |
| 6. Innovazione di prodotto | 36. Le fasi dell'innovazione e la definizione dei progetti di R&D |
| 7. Innovazione di processo | 37. Il Business Model |
| 8. Innovazione organizzativa | 38. Il Business Plan |
| 9. La resource Based View | 39. Gli strumenti di valutazione economica tradizionali |
| 10. La Knowledge Based View e la Dynamic Capabilities View | 40. I modelli manageriali e le logiche fuzzy |
| 11. L'appropriabilità del valore della conoscenza | 41. Le opzioni reali |
| 12. Gli strumenti di protezione della conoscenza | 42. Il Real Options Reasoning |
| 13. La Knowledge Governance | 43. La struttura finanziaria dell'innovazione: trade-off tra equity funds e debt funds |
| 14. Le strategie di protezione dell'innovazione | 44. L'equity funds e il Private Equity |
| 15. Il trade-off tra exploitation ed exploration della conoscenza | 45. Il finanziamento pubblico |
| 16. Il timing dell'innovazione: vantaggio competitivo da first mover | 46. Il crowdfunding |
| 17. I Knowledge Broker e gli accordi collaborativi | 47. Il marketing operativo: il lancio e la commercializzazione |
| 18. Il ruolo del contesto competitivo (i Modelli di Porter) | 48. La relazione tra dimensione d'impresa, Corporate Governance e innovatività |
| 19. Il ciclo di vita dell'impresa e dell'innovazione | 49. Family business, innovazione e effetto made-in |
| 20. Il marketing strategico dell'innovazione | 50. La moderna progettazione del Servizio: la diffusione della S-D logic |
| 21. La produzione come sistema complesso e il ruolo della produzione nell'economia d'impresa | 51. La progettazione di prodotto |
| 22. I modelli organizzativi | 52. La progettazione di servizio |
| 23. Flussi fisici e flussi informativi | 53. L'adozione di un'innovazione |
| | 54. La diffusione dell'innovazione |
| | 55. Dimensione individuale, sociale e |

24. La rappresentazione dei processi 25. Produzione su commessa, a lotti e in serie. 26. La Modularizzazione 27. Il Total Quality Management e la Lean Production: la logica del just in time 28. La gestione della supply chain e le strategie di governo 29. La tecnologia RFID 30. L'impatto strategico delle scelte logistiche	organizzativa nella diffusione 56. Coopetizione e innovazione 57. Le forme di Open Innovation, la complessità dell'innovazione e il grado di openness 58. Il dilemma dell'appropriabilità: innovazione in-house o open innovation? 59. Le operazioni di make-up: il green marketing 60. La sostenibilità ambientale e sociale e le Grand Challenges
--	--

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

Il corso si raccorda alla altre materie a carattere aziendale anche afferenti ai settori SECS-P/07 e SECS-P/09. Il raccordo tra le materie avverrà tramite la preliminare condivisione dei programmi tra i docenti finalizzata ad evitare duplicazioni/sovrapposizioni del programma ed assicurare la completezza degli argomenti trattati.

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

Lo studente per superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma. Per poter effettuare la prenotazione di esame lo studente deve aver seguito almeno l'80% delle video lezioni.

Il test finale si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte da redigere in 45 minuti.

Nel corso dell'anno sono previste almeno 4 sessioni di esami in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all'inizio dell'anno accademico.

Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alla gestione d'impresa ed alle scelte strategiche;
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano la valutazione rispetto a casi concreti;
- Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alla scelte da compiere ed alle soluzioni da proporre.

Gli esercizi e gli elaborati di Didattica Erogativa consentono invece di verificare i risultati di apprendimento raggiunti rispetto alle Abilità comunicative e alla Capacità di apprendimento. .

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette sia l'iscrizione ai corsi sia la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico, la comunicazione con il docente e con il tutor. E' previsto un tutor che supporterà gli studenti durante il corso.
---	---

Attività di didattica erogativa (DE)	→ Videolezioni 60 Totale 60 ore	← 95
Attività di didattica interattiva (DI)	→ Redazione di un elaborato → Partecipazione a una web conference → Svolgimento delle prove in itinere con feedback → Svolgimento della simulazione del test finale Totale 10 ore	
Attività di autoapprendimento	→ 180 ore per lo studio individuale	
Libro di riferimento	Gestione dell'innovazione 3/ed, Melissa A. Schilling e Francesco Izzo. McGraw Hill;	

Denominazione insegnamento	SECONDA LINGUA ☒ PROFILO STATUTARIO ☒ PROFILO DIGITALE
Indicazione del docente	Patrizia Consalvo
Settore disciplinare	L-LIN/04
Anno di corso	Terzo Anno
Tipologia di attività formativa	Base ☐ Caratterizzante ☐ Affine ☐ A scelta studente ☐ Altre attività X
Area di apprendimento	RELAZIONALE APPLICATIVA
Numero di crediti	4
Eventuali propedeuticità	Nessuna
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti nella Scheda SUA

L'obiettivo del corso è quello di fare acquisire una conoscenza della lingua francese sufficiente da permettere di leggere, tradurre e capire testi di base.

Ai corsisti vengono, forniti gli input teorici e gli strumenti metodologici indispensabili per acquisire le competenze linguistiche finalizzate alla comunicazione con i parlanti nativi di lingua francese. L'impianto metodologico fondato sulle quattro abilità, richiamate dal Quadro Comune Europeo di Riferimento per le lingue, si pone l'obiettivo di rafforzare le capacità di produzione e comprensione orale e scritta, che consentono di esprimersi sia in situazioni formali che informali rinvenibili nel quotidiano.

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione. Al termine del corso gli studenti:

- avranno acquisito la padronanza degli strumenti grammaticali necessari per il raggiungimento di un livello intermedio di conoscenza della lingua;
- saranno in grado di comprendere testi autentici in lingua francese; consultare materiale bibliografico sia cartaceo che digitale;
- saranno in grado di comprendere e interagire in conversazioni tra soggetti di madrelingua francese. .

Capacità di applicare conoscenza e comprensione. Nel corso sono presenti molteplici esercizi applicativi che affiancano gli argomenti metodologici, al fine di permettere allo studente di applicare quanto appreso durante le lezioni.

Autonomia di giudizio: Lo studio delle regole grammaticali, affiancato da esempi ed esercitazioni, permetterà allo studente di acquisire e migliorare la propria capacità di giudizio. In questo modo egli sarà capace di comprendere la formula linguistica più adatta ai vari contesti.

Abilità comunicative. Il corso favorisce le abilità comunicative in contesti aziendali ed economici.

Capacità di apprendimento. La capacità di apprendimento sarà stimolata attraverso la somministrazione di esercitazioni applicative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata anche a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. Altri strumenti didattici integrativi online, quali documenti ufficiali, articoli di riviste e link a siti specifici, permettono di migliorare e sviluppare la capacità di apprendimento.

Programma didattico

1. Dalla teoria alla pratica: come leggere in francese 2. La presentazione e l'interazione di base 3. Approfondimento grammaticale: uso e formazione dei modi e dei tempi del verbo I 4. La descrizione 5. L'emploi du temps 6. Approfondimento grammaticale: uso e formazione dei modi e dei tempi del verbo II 7. Il periodo ipotetico e l'espressione della preferenza 8. Il femminile degli aggettivi, il plurale degli aggettivi, gli aggettivi di nazionalità 9. Il femminile dei sostantivi, il plurale dei sostantivi - il presente dei verbi di primo gruppo 10. Gli articoli definiti, gli articoli indefiniti - la frase interrogativa, gli aggettivi di colore 11. Gli articoli partitivi - il verbo préférer 12. Gli aggettivi possessivi - i pronomi possessivi - il presente dei verbi "finir" e "sentir"	13. Gli aggettivi dimostrativi - i pronomi dimostrativi - la frase negativa 14. I gallicismi - il presente dei verbi "venir" e "aller" - gli aggettivi numerali cardinali 15. L'imperfetto - Il pronome "on" 16. Il "passé composé" - I pronomi relativi 17. Il condizionale - i verbi d'opinione - "quel" aggettivo interrogativo e esclamativo 18. L'imperativo - il faut - Très, bien, fort - beaucoup 19. I pronomi "y" e "en" - I pronomi personali complemento oggetto diretto - "pourquoi" - parce que. 20. Gli ordinali 21. I verbi "recevoir" e "faire" - il congiuntivo 22. Il futuro semplice - I pronomi personali complemento oggetto indiretto - "C'est" - Il est" 23. La costruzione con "ne.....que" 24. Gli indefiniti
---	--

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

Nessun raccordo

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

Lo studente per superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma. Per poter effettuare la prenotazione di esame lo studente deve aver seguito almeno l'80% delle video lezioni.

Il test finale si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte da redigere in 45 minuti.

Nel corso dell'anno sono previste almeno 4 sessioni di esami in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all'inizio dell'anno accademico.

Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alla gestione d'impresa ed alle scelte strategiche;
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano la valutazione rispetto a casi concreti;
- Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alla scelte da compiere ed alle soluzioni da proporre.

Gli esercizi e gli elaborati di Didattica Erogativa consentono invece di verificare i risultati di apprendimento raggiunti rispetto alle Abilità comunicative e alla Capacità di apprendimento.

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette sia l'iscrizione ai corsi sia la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico, la comunicazione con il docente. E' previsto un tutor che supporterà gli studenti durante il corso.
Attività di didattica erogativa (DE)	→ Videolezioni 24 Totale 24 ore
Attività di didattica interattiva (DI)	→ Redazione di un elaborato → Partecipazione a due web conference → Svolgimento delle prove in itinere con feedback → Svolgimento della simulazione del test finale Totale 4 ore
Attività di autoapprendimento	→ 72 ore per lo studio individuale
Libro di riferimento	Bescherelle école : grammaire, orthographe grammaticale, orthographe d'usage, conjugaison, vocabulaire, Paris, Hatier, 2007.

Denominazione insegnamento	ABILITA' INFORMATICHE E TELEMATICHE ☒ PROFILO STATUTARIO
Indicazione del docente	Angelo Sgroi, docente a contratto
Settore disciplinare	INF/01
Anno di corso	Terzo Anno
Tipologia di attività formativa	☐ Base ☐ Caratterizzante ☐ Affine ☐ A scelta studente ☒ Altre attività X
Area di apprendimento	RELAZIONALE APPLICATIVA
Numero di crediti	4
Eventuali propedeuticità	Nessuna
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti nella Scheda SUA

Il corso si pone l'obiettivo di sistematizzare le conoscenze necessarie per un utilizzo consapevole degli strumenti informatici. Ciò avviene sia attraverso un inquadramento generale delle tematiche di base della tecnologia informatica sia mediante un'analisi delle funzionalità offerte dai principali strumenti di produttività individuale.

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione. Il corso intende fornire le conoscenze di base metodologiche dei sistemi informativi utili per comprendere e gestire le realtà aziendali.

Un'attenzione specifica è dedicata alle diverse fonti disponibili in ambito nazionale e internazionale, per orientare l'utente nell'ambito delle molteplici banche dati, utili all'analisi del settore.

Lo studio di tali tematiche permetterà allo studente di comprendere quali strumenti applicare per l'analisi dei dati a disposizione, e di interpretare correttamente la realtà sotto studio.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione. Nel corso sono presenti molteplici esercizi applicativi che affiancano gli argomenti metodologici, al fine di permettere allo studente di applicare quanto appreso durante le lezioni, con l'obiettivo di usare empiricamente le formule presentate e, soprattutto, interpretare i risultati statistici ottenuti. Vengono inoltre fornite conoscenze basilari di programmi informatici e strumenti web, per una migliore comprensione e applicazione di quanto appreso nel corso.

Autonomia di giudizio: Lo studio degli strumenti statistici, in un'ottica critica applicativa, affiancato da esempi ed esercitazioni, permetterà allo studente di acquisire e migliorare la propria capacità di giudizio. In questo modo egli sarà capace di comprendere quale strumento è più appropriato all'analisi in oggetto e come interpretare correttamente i risultati ottenuti.

Abilità comunicative. La presentazione e il commento durante il corso di alcuni rapporti statistici connessi al settore del turismo, permette di acquisire un linguaggio tecnico appropriato e di una terminologia specialistica adeguata all'argomento.

Lo sviluppo di abilità comunicative, sia orali che scritte, sarà anche stimolata attraverso la didattica interattiva, con la redazione di elaborati da parte dello studente e l'accesso alla videoconferenza. Si forniscono inoltre le basi tecniche di alcuni strumenti informatici (Excel e Moduli Google) per migliorare e stimolare le capacità comunicative.

Capacità di apprendimento. La capacità di apprendimento sarà stimolata attraverso la somministrazione di esercitazioni applicative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata anche a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. Altri strumenti didattici integrativi online, quali documenti ufficiali, articoli di riviste e link a siti specifici, permettono di migliorare e sviluppare la capacità di apprendimento.

Programma didattico

1. Le Presentazioni 2. Il Foglio Di Calcolo 3. L'elaborazione Dei Testi 4. Concetti Di Base Dell'informatica: Algoritmi, Hardware E Software 5. Concetti Fondamentali Dell'informatica (Workbook) 6. Algoritmi, Hardware E Software 7. Reti, Ergonomia, Ambiente 8. Reti, Servizi E Basi Dati (Workbook) 9. Sicurezza, Aspetti Giuridici 10. Ms Word 2007 11. Il Lavoro Di Gruppo. Le Attività Ripetitive 12. Le Operazioni Sui Files 13. L'elaborazione Dei Testi (Workbook) 14. L'elaborazione Dei Testi. Le Operazioni Sui File 15. I Fogli Di Calcolo - Caratteristiche E Utilizzi 16. Il Foglio Di Calcolo - Funzioni E Grafici 17. Il Foglio Di Calcolo - Esercitazioni	18. Il Foglio Di Calcolo (Workbook) 19. Le Presentazioni - Concetti E Strumenti 20. Le Presentazioni - Powerpoint 2007 21. Powerpoint 2007 - Utilizzi Specifici 22. Le Presentazioni (Workbook) 23. Reti, Servizi E Basi Dati. Le Reti Telematiche 24. Reti, Servizi E Basi Dati - I Servizi Su Web 25. Reti, Servizi E Basi Di Dati - Le Basi Di Dati
---	---

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

Il corso prevede, in particolare sulla parte del programma dedicata all'elaborazione ed analisi di dati numerici, un raccordo con materie del CdL che si caratterizzano per la gestione di dati quantitativi (Economia Aziendale, Statistica, Finanza Aziendale, Programmazione e Controllo) al fine di evidenziare il supporto applicativo che le tecnologie informatiche possono fornire nei processi gestionali d'impresa.

Il raccordo tra le materie avverrà tramite la preliminare condivisione dei programmi tra i docenti finalizzata ad assicurare la completezza degli argomenti trattati.

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

Lo studente per superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma. Per poter effettuare la prenotazione di esame lo studente deve aver seguito almeno l'80% delle video lezioni.

Il test finale si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte da redigere in 45 minuti.

Nel corso dell'anno sono previste almeno 4 sessioni di esami in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all'inizio dell'anno accademico.

Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alla gestione d'impresa ed alle scelte strategiche;
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano la valutazione rispetto a casi concreti;
- Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alla scelte da compiere ed alle soluzioni da proporre.

Gli esercizi e gli elaborati di Didattica Erogativa consentono invece di verificare i risultati di apprendimento raggiunti rispetto alle Abilità comunicative e alla Capacità di apprendimento.

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette sia l'iscrizione ai corsi sia la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico, la comunicazione con il docente. E' previsto un tutor che supporterà gli studenti durante il corso.
Attività di didattica erogativa (DE)	→ 25 Videolezioni Totale 24 ore
Attività di didattica interattiva (DI)	→ Redazione di un elaborato → Partecipazione a due web conference → Svolgimento delle prove in itinere con feedback → Svolgimento della simulazione del test finale Totale 4 ore
Attività di autoapprendimento	→ 72 ore per lo studio individuale
Libro di riferimento	Le competenze richieste si basano sul syllabus (ossia l'insieme degli argomenti che occorre conoscere) utilizzato a livello europeo per il conseguimento della nuova ECDL (European Computer Driving Licence: www.nuovaecd.it). Per la preparazione dell'esame lo studente potrà scegliere uno dei testi elencati nel sito dell'AICA (www.nuovaecd.it).

Denominazione insegnamento	LINGUA SPAGNOLA ☒ PROFILO STATUTARIO ☒ PROFILO DIGITALE
Indicazione del docente	Daniela Civitillo, docente a contratto
Settore disciplinare	L-LIN/07
Anno di corso	Terzo Anno
Tipologia di attività formativa	Base X Caratterizzante ☐ Affine ☐ A scelta studente ☐
Area di apprendimento	RELAZIONALE E APPLICATIVA
Numero di crediti	4
Eventuali propedeuticità	Nessuna
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti nella Scheda SUA

L'obiettivo del corso è quello di fare acquisire una conoscenza della lingua spagnola sufficiente da permettere di leggere, tradurre e capire testi di base.

Ai corsisti vengono, forniti gli input teorici e gli strumenti metodologici indispensabili per acquisire le competenze linguistiche finalizzate alla comunicazione con i parlanti nativi di lingua spagnola. L'impianto metodologico fondato sulle quattro abilità, richiamate dal Quadro Comune Europeo di Riferimento per le lingue, si pone l'obiettivo di rafforzare le capacità di produzione e comprensione orale e scritta, che consentono di esprimersi sia in situazioni formali che informali rinvenibili nel quotidiano.

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione. Al termine del corso gli studenti:

- avranno acquisito la padronanza degli strumenti grammaticali necessari per il raggiungimento di un livello intermedio di conoscenza della lingua;
- saranno in grado di comprendere testi autentici in lingua spagnola consultando materiale bibliografico sia cartaceo che digitale;
- saranno in grado di comprendere e interagire in conversazioni tra soggetti di madrelingua spagnola.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione. Nel corso sono presenti molteplici esercizi applicativi che affiancano gli argomenti metodologici, al fine di permettere allo studente di applicare quanto appreso durante le lezioni.

Autonomia di giudizio: Lo studio delle regole grammaticali, affiancato da esempi ed esercitazioni, permetterà allo studente di acquisire e migliorare la propria capacità di giudizio. In questo modo egli sarà capace di comprendere la formula linguistica più adatta ai vari contesti.

Abilità comunicative. Il corso favorisce le abilità comunicative in contesti aziendali ed economici.

Capacità di apprendimento. La capacità di apprendimento sarà stimolata attraverso la somministrazione di esercitazioni applicative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata anche a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. Altri strumenti didattici integrativi online, quali documenti ufficiali, articoli di riviste e link a siti specifici, permettono di migliorare e sviluppare la capacità di apprendimento.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione. Nel corso sono presenti molteplici esercizi applicativi che affiancano gli argomenti metodologici, al fine di permettere allo studente di applicare quanto appreso durante le lezioni, con l'obiettivo di usare empiricamente le formule presentate e, soprattutto, interpretare i risultati statistici ottenuti. Vengono inoltre fornite conoscenze basilari di programmi informatici e strumenti web, per una migliore comprensione e applicazione di quanto appreso nel corso.

Autonomia di giudizio: Lo studio degli strumenti statistici, in un'ottica critica applicativa, affiancato da esempi ed esercitazioni, permetterà allo studente di acquisire e migliorare la propria capacità di giudizio. In questo modo egli sarà capace di comprendere quale strumento è più appropriato all'analisi in oggetto e come interpretare correttamente i risultati ottenuti.

Abilità comunicative. La presentazione e il commento durante il corso di alcuni rapporti statistici connessi al settore del turismo, permette di acquisire un linguaggio tecnico appropriato e di una terminologia specialistica adeguata all'argomento.

Lo sviluppo di abilità comunicative, sia orali che scritte, sarà anche stimolata attraverso la didattica interattiva, con la redazione di elaborati da parte dello studente e l'accesso alla videoconferenza. Si forniscono inoltre le basi tecniche di alcuni strumenti informatici (Excel e Moduli Google) per migliorare e stimolare le capacità comunicative.

Capacità di apprendimento. La capacità di apprendimento sarà stimolata attraverso la somministrazione di esercitazioni applicative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata anche a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. Altri strumenti didattici integrativi online, quali documenti ufficiali, articoli di riviste e link a siti specifici, permettono di migliorare e sviluppare la capacità di apprendimento.

Programma didattico

1. ¿Qué tal? 2. ¿Cómo te llamas? 3. Mi familia 4. ¿Dígame? 5. La ciudad 6. Los tiempos del pasado 7. Los aeropuertos 8. Mi casa 9. Hacer deporte	16. Los beneficios económicos del turismo 17. La cultura: ámbito de unión y proyección al futuro 18. La dieta mediterránea en España 19. El crecimiento económico de España: 1975 hasta hoy 20. Historia del Español en América latina 21. Arte y arquitectura en rutas románicas de España
--	--

10. En el hotel 11. Las habitaciones 12. Las prendas 13. El turismo: un fenómeno económico y social 14. Entrevistas a estudiantes de Tenerife 15. El grand tour y los viajeros ilustrados en europa	22. La edad de oro del deporte español 23. Historia de España: La Economía de Franquismo.
--	--

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

Nessun raccordo

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

Lo studente per superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma. Per poter effettuare la prenotazione di esame lo studente deve aver seguito almeno l'80% delle video lezioni.

Il test finale si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte da redigere in 45 minuti.

Nel corso dell'anno sono previste almeno 4 sessioni di esami in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all'inizio dell'anno accademico.

Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alla gestione d'impresa ed alle scelte strategiche;
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano la valutazione rispetto a casi concreti;
- Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alla scelte da compiere ed alle soluzioni da proporre.

Gli esercizi e gli elaborati di Didattica Erogativa consentono invece di verificare i risultati di apprendimento raggiunti rispetto alle Abilità comunicative e alla Capacità di apprendimento

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette sia l'iscrizione ai corsi sia la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico, la comunicazione con il docente. E' previsto un tutor che supporterà gli studenti durante il corso.
Attività di didattica erogativa (DE)	➔ 23 Videolezioni Totale 24 ore

Attività di didattica interattiva (DI)	→ Redazione di un elaborato → Partecipazione a due web conference → Svolgimento delle prove in itinere con feedback → Svolgimento della simulazione del test finale Totale 4 ore
Attività di autoapprendimento	→ 72 ore per lo studio individuale
Libro di riferimento	Gramática práctica del español - ed. CITE PILAR SANAGUSTIN VUE • LANGUEZIONE • ISBN: 978886161796 • ISBN cartaceo: 9788861610866; Libro di testo digitale, formato eBOOK; Sueña, vol. I (Libro del alumno), Salamanca, Anaya Esercizi di grammatica spagnola, Milano, Hoepli; Laura Tam, Dizionario spagnolo-italiano, Milano, Hoepli (ed. master) Manuel Carrera Díaz, Grammatica spagnola, Roma Laterza