

# **BUSINESS ENGLISH I [ BENG\_LM77 ]**

**Offerta didattica a.a. 2019/2020**

**Docenti:** FITTIZIO DOCENTE

**Periodo:** Primo Ciclo Semestrale

**Syllabus non pubblicato dal Docente.**

**L'attività didattica è offerta in:**

## **Giurisprudenza**

<b>Tipo corso</b>	<b>Corso di studio (Ordinamento)</b>	<b>Percorso</b>	<b>Crediti</b>	<b>S.S.D.</b>
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Professione e consulenza	3	L-LIN/12
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Management	3	L-LIN/12

*Stampa del 14/11/2019*

## **BUSINESS ENGLISH II [ BENG2\_LM77 ]**

**Offerta didattica a.a. 2019/2020**

**Docenti:** FITTIZIO DOCENTE

**Periodo:** Primo Ciclo Semestrale

**Syllabus non pubblicato dal Docente.**

**L'attività didattica è offerta in:**

### **Giurisprudenza**

<b>Tipo corso</b>	<b>Corso di studio (Ordinamento)</b>	<b>Percorso</b>	<b>Crediti</b>	<b>S.S.D.</b>
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2018)	Professione e consulenza	3	L-LIN/12
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2018)	Management	3	L-LIN/12
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2018)	Economia civile e del territorio	3	L-LIN/12

*Stampa del 14/11/2019*

# COMPLIANCE AND ANTICORRUPTION: MANAGERIAL ISSUES [ CACMI\_LM77 ]

Offerta didattica a.a. 2019/2020

**Docenti:** ANTONINO VACCARO

**Periodo:** Secondo Ciclo Semestrale

## Obiettivi formativi

L'idea di questo breve corso è discutere i temi relazionati alla compliance aziendale con diverse prospettive. Per dirla in altri termini, l'idea di questo corso è l'alternative thinking riguardo le attività illecite nel mondo aziendale. Alle lezioni del titolare del corso, si accompagneranno presentazioni da parte di esperti del settore tra cui avvocati con esperienza internazionale nel settore della compliance e dell'anti-corruzione, Ufficiali del Corpo della Guardia di Finanza, investigatori privati, etc.

Il corso è stato disegnato con l'intenzione di rispondere ai seguenti quesiti formativi:

1. Perché persone incredibilmente intelligenti commettono stupidamente e senza ragione atti illeciti rovinando irreparabilmente la propria vita personale e professionale?
2. Quali sono le dinamiche più frequenti associate alla frode e alla corruzione?
3. Come si possono prevenire fenomeni quali il corporate mobbing e il sexual harassment?
4. Quali sono le dinamiche psicologiche ed organizzative associate alle attività illecite, di qualsiasi natura, all'interno delle organizzazioni?

## Contenuti del corso

I contenuti del corso sono articolati nelle seguenti classi:

Classi 1-2: Network criminali nelle imprese

Classi 3-4: Corruzione pubblico-privata

Classi 4-5: Invited Speaker: Compliance Models: legal perspectives

Classi 6-7: Sexual Harassment

Classi 8-9: Mobbing

Classi 10-11: Invited Speaker: Investigazioni penali nel settore economico-finanziario

Classi 12-13: Come licenziare 50000 persone?

Classi 14-15: Compliance vs. Integrity Management

Class 16-20: Gestendo crisi non finanziarie!

## Metodi didattici

Utilizzeremo l'approccio dei corsi di executive education delle grandi business school internazionali (IESE, INSEAD, LBS, etc.) Il titolare del corso fornirà in classe casi di studio da analizzare e poi discutere in gruppo. Condurremo anche delle simulazioni one-to-one, lavori e competizioni tra gruppi. Ancora ed una volta, l'obiettivo è acquisire strumenti per pensare in maniera alternativa e differente!

## Modalità di verifica dell'apprendimento

Durante il corso verranno proposti casi concreti, sui quali verranno verificare le conoscenze acquisite. Gli studenti dovranno lavorare a presentazioni in gruppo da svolgere a fine corso.

## Testi di riferimento

Il titolare del corso fornirà in classe casi di studio da analizzare e poi discutere in gruppo.

## L'attività didattica è offerta in:

### Giurisprudenza

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea	ECONOMIA E MANAGEMENT (2018)	Professione e	3	SECS-P/08

Magistrale Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2018)	consulenza Management	3	SECS-P/08
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2018)	Economia civile e del territorio	3	SECS-P/08

*Stampa del 14/11/2019*

# CONTRATTAZIONE DI IMPRESA [ CIMP\_LM77 ]

**Offerta didattica a.a.** 2019/2020

**Docenti:** GABRIELE CARAPEZZA FIGLIA

**Periodo:** Secondo Ciclo Semestrale

**Syllabus non pubblicato dal Docente.**

**L'attività didattica è offerta in:**

## Giurisprudenza

<b>Tipo corso</b>	<b>Corso di studio (Ordinamento)</b>	<b>Percorso</b>	<b>Crediti</b>	<b>S.S.D.</b>
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Management	6	IUS/01

*Stampa del 14/11/2019*

# CORPORATE GOVERNANCE AND STRATEGIC LEADERSHIP [ CGSLE\_LM77 ]

Offerta didattica a.a. 2019/2020

**Docenti:** GIOVANNI BATTISTA DAGNINO

**Periodo:** Primo Ciclo Semestrale

## Obiettivi formativi

L'insegnamento di Corporate Governance e Strategic Leadership affronta le principali tematiche manageriali, le logiche di base e gli strumenti relativi alla corporate governance. Dal momento che le strategie e le performance delle imprese sono plasmate dai "valori e basi cognitive degli attori di potere" (Hambrick and Mason (1984, p. 193), particolare attenzione viene offerta alle modalità con cui scelte leadership strategica prende le decisioni manageriali più rilevanti per conseguire successo sostenibile. Il principale obiettivo dell'insegnamento è dunque di esplorare le modalità con cui i manager prendono le decisioni, quali sono i limiti alla loro discrezionalità e come essi gestiscono i processi di potere e le relazioni con gli shareholder e gli stakeholder nelle imprese.

## Prerequisiti

Nessuna propedeuticità specifica. Tuttavia, si ritiene che lo studio della disciplina e la relativa frequenza in aula siano vieppiù efficaci per gli studenti che abbiano già acquisito le principali nozioni di Economia e Gestione delle Imprese e di Finanza Aziendale e che abbiano una conoscenza avanzata della lingua inglese.

## Contenuti del corso

Nel corso dell'ultimo decennio, l'avvento di numerosi casi di irresponsabilità sociale d'impresa (Enron, Parmalat, Barclays, Tyco e Worldcom) ha riaperto il dibattito sulle "strutture, formali e informali, e sui processi che sottendono all'attribuzione dei ruoli e delle responsabilità nelle imprese" (trad. it. di Hambrick, Werder & Zajac, 2008). Tale dibattito ha messo in luce i limiti di una corporate governance che riflette soltanto gli interessi degli azionisti (shareholders) a dispetto degli altri stakeholder.

L'insegnamento di Corporate Governance e Strategic Leadership presenta una "visione allargata" della corporate governance comprendente tutti "gli interessi che convergono nell'impresa, il funzionamento del consiglio di amministrazione e degli altri processi collegati che contribuiscono a incentivare un'efficiente creazione e un'equa distribuzione di valore fra i vari stakeholder" (Zattoni, 2015). Il corso approfondirà in particolare modo le strutture e l'applicazione dei codici di autodisciplina di diversi paesi europei ed extraeuropei. Particolare enfasi viene attribuita al ruolo della leadership strategica e delle euristiche manageriali (hubris, illusion of control, loss aversion, e così via) che influiscono sull'efficace formulazione e implementazione della strategia d'impresa.

## Metodi didattici

- Lezioni anche con l'ausilio di strumenti didattici multimediali;
- analisi e dibattito in aula di case study;
- discussione in aula e analisi (orale e/o scritta) di articoli tratti dai principali quotidiani e magazine finanziari nazionali e internazionali;
- testimonianze in aula di operatori d'impresa.

## Modalità di verifica dell'apprendimento

La frequenza è condizione necessaria per la partecipazione alla prova finale scritta. In particolare, per poter partecipare all'esame lo studente deve frequentare almeno il 75 % delle lezioni. Considerando che durante l'intero percorso formativo si effettuerà un controllo accurato e continuo della comprensione e dell'effettiva acquisizione da parte degli studenti delle conoscenze via via trasmesse, stimolandone una proficua ed attiva partecipazione, il docente potrà assegnare delle valutazioni positive che concorrono al voto finale (massimo 3 punti). Tali valutazioni verranno considerate esclusivamente se la valutazione della prova scritta di fine corso è positiva (cioè maggiore o uguale a 18). Una prova scritta finale riservata agli studenti frequentanti si svolgerà in una data antecedente al primo appello della sessione a chiusura del corso. La prova di fine corso può essere strutturata con: domande aperte; esercizi; domande a risposta multipla; commento di un articolo tratto da un quotidiano o magazine nazionale o internazionale sulle tematiche affrontate durante il corso.

La prova finale potrà essere consistere in parte (con valore di norma pari al 50% dell'esame finale) nell'elaborazione e presentazione in aula di un project-work di gruppo (3-5 studenti max) della lunghezza di 20 pagine. Tale project work proporrà la discussione critica approfondita e la presentazione in pubblico di un analyst report relativo al posizionamento in termini di comunicazione economico-finanziaria o alle principali scelte di corporate governance di una società industriale o commerciale, banca o assicurazione quotata.

Gli studenti che non svolgono o superano la prova finale possono sostenere l'esame che si svolge in forma orale

nelle date indicate dal dipartimento. Tutti gli argomenti indicati nel syllabus possono essere oggetto d'esame.

### Testi di riferimento

- Dispense di "Corporate Governance and Strategic Leadership" a cura del docente.
- Larcker .D e Tayan B. (2015) Corporate governance matters: A closer look at organizational choices and their consequences, Pearson (esclusi i capitoli 7, 9 e 10)
- Lev B. (2012) Winning investors over. Harvard Business Publishing, Boston (esclusi i capitoli 4, 12, 13)
- Hitt, M.A., Haynes, K. T., & Serpa, R. (2010). Strategic leadership for the 21st century. Business Horizons, 53, 437-444.

Lettere consigliate:

- Brogi, M. (2016) Corporate governance, Egea, Milano.
- Zattoni A. (2015), Corporate Governance, EGEA
- Dagnino, G. B., Minà, A., & Picone, P. M. (2014). La hubris manageriale quale fonte della irresponsabilità d'impresa: uno studio esplorativo. Sinergie, 141-160.

### L'attività didattica è offerta in:

#### Giurisprudenza

<b>Tipo corso</b>	<b>Corso di studio (Ordinamento)</b>	<b>Percorso</b>	<b>Crediti</b>	<b>S.S.D.</b>
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2018)	Management	6	SECS-P/08

Stampa del 14/11/2019

# DEVELOPMENT ECONOMICS [ DECO\_LM77 ]

**Offerta didattica a.a.** 2019/2020

**Docenti:** ANTONIO NICITA

**Periodo:** Secondo Ciclo Semestrale

**Syllabus non pubblicato dal Docente.**

**L'attività didattica è offerta in:**

## Giurisprudenza

<b>Tipo corso</b>	<b>Corso di studio (Ordinamento)</b>	<b>Percorso</b>	<b>Crediti</b>	<b>S.S.D.</b>
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Professione e consulenza	6	SECS-P/01
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Management	9	SECS-P/01

*Stampa del 14/11/2019*



# DIGITAL STRATEGY AND MARKETING [ DSMAR\_LM77 ]

Offerta didattica a.a. 2019/2020

**Docenti:** GIOVANNI BATTISTA DAGNINO

**Periodo:** Primo Ciclo Semestrale

## Obiettivi formativi

Dagli inizi del nuovo millennio, la diffusione dei nuovi media digitali ha radicalmente cambiato il modello globale di commercializzazione di beni e servizi diffusosi dalla fine degli anni '80. Infatti, a partire dall'anno 2010 la commercializzazione dei beni e dei servizi avviene attraverso i nuovi mercati telematici cui accedono gli utenti che hanno accesso alla rete mediante i media digitali e i social network. Si tratta a evidenza della nuova "digitalizzazione dei processi" commerciali e di distribuzione e fruizione dei servizi che, nelle imprese, è vissuta come "digital transformation". L'insegnamento di "Digital Strategy and Marketing" intende fornire agli studenti una conoscenza avanzata degli approcci e delle tecniche fondamentali che traggono il processo inarrestabile di digitalizzazione delle aziende, delle organizzazioni e delle istituzioni e, di conseguenza, l'ottenimento di risultati economici, competitivi e di sviluppo umano e imprenditoriale per tutti gli individui coinvolti. In tale prospettiva, l'insegnamento adotta uno specifico focus strategico alla progettazione e gestione dei processi digitali e contempla un'attenzione particolare sulle attività di digital marketing.

Grazie all'utilizzo di casi di studio, testimonianze dirette di imprenditori, manager, consulenti e professionisti del settore digitale e all'impiego in aula di modelli e tecniche di avanguardia, gli studenti saranno preparati a comprendere e governare processi e risorse immediatamente spendibili nel mondo del lavoro. Tali competenze fondamentali verranno acquisite mediante l'utilizzo di un approccio sperimentale articolato in tre momenti: momenti teorici, momenti pratici e laboratori progettuali.

A conclusione del percorso formativo, gli studenti saranno in grado di:

- progettare e implementare un piano strategico digitale; e/o
- progettare e implementare un piano di marketing digitale.

## Prerequisiti

Nessuno in particolare

Per il miglior accesso a parte del materiale didattico è suggerita la conoscenza applicata della lingua inglese

## Contenuti del corso

Parte Prima: Digital Strategy

Digital Transformation & Digital Competition

Dalla Strategia d'impresa alla Digital Strategy

I pilastri della Digital Strategy: come cambia, cosa cambia?

Digital Leadership & Digital Maturity

Digital Media & Digital Strategy: Platform Strategy

Crowdfunding

I limiti della Digital Strategy

Parte Seconda: Digital Marketing

Media Evolution

Dalla Globalizzazione degli anni '80 del '90 alla Globalizzazione Digitale del nuovo millennio

Exchange Markets & Full Stacks

Programmatic Advertising

Analytics

Data Mining & Data Scientist (E-Metrics & Business Intelligence)

SEO (Search Engine Optimization) & SEM (Search Engine Marketing)

SMM (Social Media Marketing)

Digital Marketing: come cambia, cosa cambia?

## Metodi didattici

Lezioni anche con l'ausilio di strumenti didattici multimediali.

Analisi e dibattito in aula di case study.

Discussione in aula e analisi (orale e/o scritta) di articoli tratti dai principali quotidiani e magazine di settore nazionali e internazionali.

Esercitazioni scritte in aula su temi rilevanti per l'insegnamento.

Testimonianze in aula di operatori d'impresa

## Modalità di verifica dell'apprendimento

La frequenza è condizione necessaria per la partecipazione alla prova finale scritta. In particolare, per poter partecipare all'esame lo studente deve frequentare almeno il 75 % delle lezioni. Considerando che durante l'intero percorso formativo si effettuerà un controllo accurato e continuo della comprensione e dell'effettiva acquisizione da parte degli studenti delle conoscenze via via trasmesse, stimolandone una proficua ed attiva partecipazione, il docente potrà assegnare agli studenti delle valutazioni positive che concorrono al voto finale (massimo 3 punti). Tali valutazioni verranno considerate esclusivamente se la valutazione della prova scritta di fine corso è positiva (cioè maggiore o uguale a 18). Una prova unica scritta finale riservata agli studenti frequentanti si svolgerà in una data antecedente al primo appello della sessione a chiusura del corso. La prova di fine corso potrà essere strutturata con: domande aperte; esercizi; domande a risposta multipla; commento di un articolo di giornale tratto da quotidiani o magazine nazionali o internazionali sulle tematiche affrontate durante il corso.

La prova finale potrà essere consistere in parte (con valore di norma pari al 50% dell'esame finale) nell'elaborazione e presentazione in aula di un project-work di gruppo (3-5 studenti max), che proponga un piano strategico digitale oppure un piano di marketing digitale applicato a una realtà aziendale (profit o non-profit) specifica e reale. Tale piano potrà essere elaborato dal gruppo di studenti anche con la supervisione, oltre che del docente, di un tutor aziendale.

Gli studenti che non svolgono o superano la prova finale possono sempre sostenere l'esame in forma orale nelle date indicate nella bacheca del dipartimento. Tutti gli argomenti indicati nel syllabus possono essere oggetto d'esame.

## Testi di riferimento

Testi obbligatori

1. Dispense di "Digital Strategy" a cura del docente.
  2. Cardile D., Mayer G. e Moder P. (2017) Trasformazione digitale. Strategie e strumenti per le PMI del futuro. Egea, Milano.
  3. Dodson I. e Sala V.B. (2016) L'arte del marketing digitale. Guida per creare strategie e campagne di successo, Apogeo.
- Lecture consigliate (complementari)
4. Bertoli M. (2012). Web Marketing per le PMI: fare business con SEO, email marketing, Google, Facebook & Co. Hoepli Editore.
  5. Di Fraia G. (2012) Social media marketing: manuale di comunicazione aziendale 2.0. Hoepli Editore.
  6. Gorni N., Maglio, M. (2013). Email marketing 2.0: strategie e tecniche efficaci per fare business. Hoepli Editore.
  7. Maltraversi M. (2016). SEO e SEM: guida avanzata al web marketing. Edizioni LSWR.
  8. Testa A., Di Fraia G. (2013). I segreti di Google AdWords: guida avanzata per ottimizzare le performance e moltiplicare i profitti. Hoepli Editore.
  9. Han, Byung-Chul (2016). Psicopolitica Nottetempo.
  10. Han, Byung-Chul (2015). Nello sciame: Visioni del digitale. Nottetempo.
  11. [https://cmr.berkeley.edu/documents/paper\\_calls/cmr\\_special\\_section\\_managing\\_digital\\_transformation.pdf](https://cmr.berkeley.edu/documents/paper_calls/cmr_special_section_managing_digital_transformation.pdf)

## L'attività didattica è offerta in:

### Giurisprudenza

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Management	9	SECS-P/08

Stampa del 14/11/2019

# DIRITTO DELLA CRISI DI IMPRESA [ DCIMP\_LM77 ]

Offerta didattica a.a. 2019/2020

**Docenti:** MARGOT BELLOMO

**Periodo:** Secondo Ciclo Semestrale

**Syllabus non pubblicato dal Docente.**

**L'attività didattica è offerta in:**

## Giurisprudenza

<b>Tipo corso</b>	<b>Corso di studio (Ordinamento)</b>	<b>Percorso</b>	<b>Crediti</b>	<b>S.S.D.</b>
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Professione e consulenza	6	IUS/15

*Stampa del 14/11/2019*

# DIRITTO SOCIETARIO [ DSOC\_LM77 ]

Offerta didattica a.a. 2019/2020

**Docenti:** GIUSEPPE SEIDITA

**Periodo:** Primo Ciclo Semestrale

## Obiettivi formativi

Il corso ha carattere istituzionale e si prefigge di far apprendere agli studenti gli elementi essenziali per la conoscenza del diritto delle società, anche con riferimento ai principali orientamenti dottrinali e giurisprudenziali sui temi di maggior rilievo.

## Prerequisiti

Conoscenza lingua inglese

## Contenuti del corso

Il corso si propone di affrontare i principali temi del diritto societario, e, segnatamente:

Le società. Società di persone e società di capitali.

Società semplice, società in nome collettivo. Società in accomandita semplice.

Società per azioni: costituzione, nullità, conferimenti. I patti parasociali.

Le azioni. Le obbligazioni. Gli strumenti finanziari partecipativi e i patrimoni destinati ad uno specifico affare. Il bilancio.

Organizzazione e funzionamento della s.p.a. Sistema tradizionale. Assemblea e organo amministrativo. I controlli.

Sistemi alternativi di amministrazione e controllo: il sistema dualistico. Consiglio di gestione e consiglio di sorveglianza. Il sistema monistico. Il comitato di controllo sulla gestione.

Le modificazioni statutarie. Le operazioni sul capitale.

Direzione e coordinamento di società nella riforma del diritto societario.

La società in accomandita per azioni.

Società a responsabilità limitata. Costituzione e struttura. Modificazioni statutarie. Gli amministratori. I conflitti di interessi. I conferimenti. I finanziamenti dei soci. La liquidazione della quota. L'azione sociale di responsabilità. Trasformazione, fusione e scissione.

## Metodi didattici

Il corso consisterà in lezioni frontali con la costante utilizzazione del testo di legge. Gli studenti dovranno servirsi dell'impiego di un Codice civile aggiornato con leggi collegate.

Eventuali seminari di approfondimento saranno segnalati durante il corso.

E' vivamente consigliata la presenza alle lezioni.

## Modalità di verifica dell'apprendimento

Gli esami si svolgeranno in forma orale.

## Testi di riferimento

M. CIAN, Manuale di Diritto Commerciale, III Edizione, Giappichelli Editore, 2019, da pag. 307 a pag. 674 (con esclusione da pag. 640 a pag. 656)

In alternativa

CAMPOBASSO, Manuale di diritto commerciale, VII edizione, Utet giuridica, 2017.

**L'attività didattica è offerta in:**

## Giurisprudenza

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
------------	-------------------------------	----------	---------	--------

Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2018)	Professione e consulenza	6	IUS/04
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2018)	Management	6	IUS/04
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2018)	Economia civile e del territorio	6	IUS/04

*Stampa del 14/11/2019*

# DIRITTO TRIBUTARIO DELL'IMPRESA [ DTIMP\_LM77 ]

Offerta didattica a.a. 2019/2020

**Docenti:** MARCO CEDRO

**Periodo:** Primo Ciclo Semestrale

## Obiettivi formativi

Consentire agli studenti di acquisire la conoscenza delle norme che disciplinano l'ambito del diritto tributario dell'impresa e degli enti collettivi in generale

## Contenuti del corso

A) I redditi d'impresa

- Nozione di reddito d'impresa
- Le attività commerciali
- La rilevanza dei principi contabili internazionali
- Le scritture contabili dei soggetti possessori di redditi d'impresa
- Le ONLUS, gli enti non commerciali e le agevolazioni per gli enti del terzo settore
- Agevolazioni per le attività imprenditoriali
- Cenni di diritto tributario internazionale: la residenza fiscale, la stabile organizzazione ed il transfer pricing.
- Digital economy e web tax

B) L'IVA

C) Le accise

- I dazi doganali

D) Le imposte riscosse con il sistema del registro

E) L'IRAP

## Metodi didattici

L'insegnamento sarà personalizzato, tenendo conto dei percorsi formativi degli studenti frequentanti. Nelle lezioni frontali si darà spazio ai collegamenti con altre discipline. Compatibilmente con la disponibilità di tempo da parte degli studenti, verranno organizzati seminari e gruppi di studio su tematiche di attualità.

## Modalità di verifica dell'apprendimento

Prova orale, volta a dimostrare la compiuta conoscenza degli argomenti trattati

## Testi di riferimento

A scelta dello studente (solo per le parti relative alle materie oggetto del programma):

1. BASILAVECCHIA, Corso di Diritto Tributario, Torino, Giappichelli, ultima edizione.
2. 2. FALSITTA, Corso istituzionale di Diritto tributario, Padova, CEDAM, ultima edizione.
3. 3. MULEO, Lezioni di Diritto Tributario, Torino, Giappichelli, ultima edizione.
4. 4. TESAURO, Compendio di Diritto tributario, Torino, UTET, ultima edizione.

**L'attività didattica è offerta in:**

## Giurisprudenza

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2018)	Professione e consulenza	6	IUS/12

Stampa del 14/11/2019

# ECONOMIA DEI GRUPPI E BILANCIO CONSOLIDATO [ EGBCO\_LM77 ]

Offerta didattica a.a. 2019/2020

**Docenti:** FRANCESCA COSTANZA

**Periodo:** Primo Ciclo Semestrale

## Obiettivi formativi

Il corso si prefigge i seguenti obiettivi formativi:

- fornire una panoramica delle tematiche economico-aziendali relative ai gruppi aziendali;
- esaminare i fondamenti teorici e le fasi del processo di formazione del bilancio consolidato secondo i principi contabili nazionali e internazionali, sottolineando analogie e differenze;
- supportare gli studenti nella compilazione ed analisi dei bilanci consolidati di gruppo attraverso adeguati strumenti teorici e pratici.

## Prerequisiti

Economia aziendale, Contabilità e bilancio.

E' inoltre gradita la conoscenza della lingua inglese (lettura e comprensione testi).

## Contenuti del corso

Dopo una disamina delle principali tematiche economico-aziendali relative alla costituzione e al funzionamento dei gruppi aziendali, la docente fornirà gli strumenti teorici e pratici per la redazione e l'interpretazione del bilancio consolidato di gruppo.

Il corso è dunque suddiviso in due moduli:

### MODULO 1. Economia dei gruppi aziendali

- # Fondamenti teorici delle aggregazioni aziendali
- # La nozione di gruppo nella dottrina giuridica ed economico-aziendale
- # Caratteri distintivi e possibili classificazioni dei gruppi aziendali
- # Motivazioni alla base della formazione dei gruppi
- # Modalità di formazione dei gruppi aziendali
- # Economicità dei gruppi aziendali
- # Il ruolo dei prezzi di trasferimento
- # Tutela delle minoranze societarie e dei terzi

### MODULO 2. Bilancio consolidato:

- # Normativa sul bilancio consolidato
- # Metodi di consolidamento delle partecipazioni
- # Teorie di consolidamento (entity theory, property theory, parent company theory, modified parent company theory)
- # Il processo di formazione del bilancio consolidato secondo i principi contabili nazionali
- # Il processo di formazione del bilancio consolidato secondo IAS/IFRS
- # Esercizi su redazione di bilanci consolidati

## Metodi didattici

Lezioni frontali, esercitazioni e svolgimento di lavori di gruppo assegnati dal docente, analisi di testi di letteratura scientifica e professionale.

## Modalità di verifica dell'apprendimento

Prova scritta e prova orale. Durante il corso verranno svolte due prove intermedie scritte.

- Valutazione espressa in trentesimi.

## Testi di riferimento

Paoloni M., Celli M., Dall'economia d'azienda all'economia dei gruppi aziendali, Giappichelli, Torino, 2011.  
Prencipe, A., Tettamanzi, P., Mancini, C., Bilancio consolidato, Egea, Milano, 2017.

Materiali didattici integrativi saranno forniti dalla docente durante il corso e resi disponibili su apposita piattaforma web.

**L'attività didattica è offerta in:**

**Giurisprudenza**

<b>Tipo corso</b>	<b>Corso di studio (Ordinamento)</b>	<b>Percorso</b>	<b>Crediti</b>	<b>S.S.D.</b>
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Professione e consulenza	6	SECS-P/07

*Stampa del 14/11/2019*



# ECONOMIA DEI TRASPORTI E LOGISTICA [ ETLOG\_LM77 ]

Offerta didattica a.a. 2019/2020

**Docenti:** ANDREA CIRA'

**Periodo:** Primo Ciclo Semestrale

**Syllabus non pubblicato dal Docente.**

**L'attività didattica è offerta in:**

## Giurisprudenza

<b>Tipo corso</b>	<b>Corso di studio (Ordinamento)</b>	<b>Percorso</b>	<b>Crediti</b>	<b>S.S.D.</b>
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2018)	Management	6	SECS-P/06

*Stampa del 14/11/2019*

# ECONOMIA E BILANCIO DELLE PUBBLICHE AMMINISTRAZIONI [ EBPAM\_LM77 ]

Offerta didattica a.a. 2019/2020

**Docenti:** FRANCESCA COSTANZA

**Periodo:** Secondo Ciclo Semestrale

## Obiettivi formativi

Il corso si prefigge i seguenti obiettivi formativi:

- fornire una panoramica delle principali tematiche economico-aziendali relative alle istituzioni pubbliche;
- esaminare i fondamenti teorici a supporto della gestione delle istituzioni pubbliche;
- fornire adeguati strumenti teorici e pratici a supporto della redazione del bilancio pubblico.

## Prerequisiti

Economia aziendale.

E' inoltre gradita la conoscenza della lingua inglese (lettura e comprensione testi).

## Contenuti del corso

Il corso fornirà una disamina delle principali istituzioni pubbliche, analizzandole dal punto di vista manageriale, contabile e organizzativo. I principali argomenti trattati saranno:

- # Istituzioni pubbliche: definizioni, finalità e logiche di funzionamento
- # Teorie sulle istituzioni pubbliche
- # Pianificazione strategica
- # Gestione e valutazione della performance
- # Bilancio delle istituzioni pubbliche
- # Interdipendenze tra istituzioni pubbliche
- # Interazioni pubblico-privato e pubblico-no profit

## Metodi didattici

Lezioni frontali, lezioni partecipate mediante brainstorming e domande di engagement, esercitazioni e svolgimento di lavori di gruppo assegnati dalla docente, analisi di testi di letteratura scientifica e professionale.

## Modalità di verifica dell'apprendimento

Prova scritta e prova orale. Per i frequentanti possibilità di svolgimento di due prove intermedie scritte durante il corso.

- Valutazione espressa in trentesimi.

## Testi di riferimento

Frequentanti:

Longo, F., Turrini, A., Fattore, G., Cucciniello, M., Ricciuti, E., "Management pubblico", Egea, 2018.

Materiali didattici integrativi saranno forniti dalla docente durante il corso e resi disponibili su apposita piattaforma web.

Non frequentanti:

Previsti per i non frequentanti materiali scientifici di approfondimento che verranno resi disponibili su apposita piattaforma e ad essi esplicitamente destinati.

**L'attività didattica è offerta in:**

## Giurisprudenza

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
------------	-------------------------------	----------	---------	--------

Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2018)	Management	6	SECS-P/07
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Management	6	SECS-P/07

*Stampa del 14/11/2019*

# ECONOMIA INTERNAZIONALE [ EINT\_LM77 ]

**Offerta didattica a.a.** 2019/2020

**Docenti:** FITTIZIO DOCENTE

**Periodo:** Secondo Ciclo Semestrale

**Syllabus non pubblicato dal Docente.**

**L'attività didattica è offerta in:**

## Giurisprudenza

<b>Tipo corso</b>	<b>Corso di studio (Ordinamento)</b>	<b>Percorso</b>	<b>Crediti</b>	<b>S.S.D.</b>
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Professione e consulenza	6	SECS-P/02

*Stampa del 14/11/2019*

# EDUCAZIONE ALL'IMPRENDITORIALITA' [ EIMP\_LM77 ]

**Offerta didattica a.a. 2019/2020**

**Docenti:** COSIMO COSTA

**Periodo:** Primo Ciclo Semestrale

## Obiettivi formativi

Comprendere le ragioni che stanno alla base del funzionamento e dello sviluppo dell'educazione imprenditoriale. Focalizzare le differenti dimensioni che compaginano la persona al fine di sviluppare le competenze necessarie per identificare opportunità di impresa ed attuarle concretamente. Iniziare alla giusta scelta per accrescere la motivazione all'iniziativa, al lavoro di gruppo e personale, allo spirito imprenditoriale e allo sviluppo delle risorse locali. Conoscere alcuni temi riguardanti il concetto di imprenditorialità per acquisire consapevolezza sulle proprie capacità professionali e sull'esercizio della propria funzione.

## Contenuti del corso

L'educazione imprenditoriale nella sua definizione concettuale e nell'evoluzione delle sue funzioni. Le diverse dimensioni della persona rilette nel complesso mondo dell'imprenditorialità. Le dinamiche dell'intenzionalità e della scelta nella loro forma responsabile, consapevole e motivata. Il significato della professione in rapporto ai dinamismi della relazione e della comunicazione.

## Metodi didattici

Le attività di apprendimento previste dal corso saranno sviluppate attraverso lezioni frontali con l'ausilio di mappe concettuali, sintesi schematiche e video. Saranno favoriti interventi e brevi dibattiti sui temi di volta in volta affrontati.

## Modalità di verifica dell'apprendimento

L'esame sarà orale e valuterà la conoscenza dei contenuti del corso, l'adeguatezza del lessico e la precisione terminologica, la correttezza dei riferimenti ai testi del corso, la chiarezza concettuale ed espositiva, la capacità di rielaborazione critica, la rilevanza di approfondimenti personali.

## Testi di riferimento

Frequentanti:

- V. Caggiano, Educazione imprenditoriale, Anicia, Roma 2012.
- Marco Aurelio, Ricordi, BUR, Milano 2004 (parti scelte)
- C. Costa (a cura di), Relazione Comunicazione Libertà, Anicia, Roma 2019 (parti scelte)

Come da legge della Repubblica non sono consentite le fotocopie

Non frequentanti: Non sono previsti testi aggiuntivi per gli studenti non frequentanti

## L'attività didattica è offerta in:

### Giurisprudenza

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Professione e consulenza	6	M-PED/01

Stampa del 14/11/2019

# FINANZA ETICA [ FETI\_LM77 ]

**Offerta didattica a.a. 2019/2020**

**Docenti:** UMBERTO DI MAGGIO

**Periodo:** Primo Ciclo Semestrale

## Obiettivi formativi

L'insegnamento si propone di fornire la conoscenza della finanza etica a partire dal funzionamento del concetto di moneta, credito e debito nella storia ed le relative implicazioni socio-economiche negli stili di vita e nei consumi.

## Prerequisiti

Rispetto delle propedeuticità come da Regolamento del Corso di Laurea.

## Contenuti del corso

Concetti e teorie socio-economiche su moneta, merce, credito e debito.  
Storia della moneta e del credito, disordini e crisi finanziarie.  
Le dimensioni sociali, culturali ed etiche della moneta.  
Evoluzione, nuove forme della moneta e del credito, nuove pratiche e tecnologie.

## Metodi didattici

Lezioni frontali, esercitazioni, seminari, case study, laboratori esperienziali. Durante lo svolgimento saranno possibili incontri con esperti provenienti dal mondo accademico, delle professioni e del terzo settore.

## Modalità di verifica dell'apprendimento

Esame scritto e orale. Saranno possibili verifiche intermedie, esercitazioni e la richiesta di tesine su taluni argomenti del corso o su case study specifici.

## Testi di riferimento

Ingham G. (2016). La natura della moneta. Fazi Editore. Roma  
Maniscalco M. L. (2002). Sociologia del denaro. Laterza. Roma Bari  
Altre letture, dispense, riferimenti bibliografici e materiali didattici verranno forniti dal docente nel corso dell'insegnamento.

## L'attività didattica è offerta in:

### Giurisprudenza

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2018)	Professione e consulenza	9	SECS-P/11
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2018)	Management	9	SECS-P/11
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2018)	Economia civile e del territorio	9	SECS-P/11

Stampa del 14/11/2019

# INNOVATION AND ENTREPRENEURSHIP [ IENT\_LM77 ]

Offerta didattica a.a. 2019/2020

**Docenti:** ANNA MINA'

**Periodo:** Secondo Ciclo Semestrale

## Obiettivi formativi

L'obiettivo di fondo dell'insegnamento "Innovation and Entrepreneurship" è fornire ai discenti un quadro complessivo sulle condizioni che sostengono il successo di un progetto innovativo e/o di una start up innovativa. Al termine del corso, lo studente avrà potenziato le sue capacità imprenditoriali e le principali euristiche cognitive per svolgere efficacemente le attività d'impresa, con riferimento particolare alle start-up innovative.

## Prerequisiti

Conoscenza base di Economia e Gestione delle Imprese  
Comprensione scritta di testi in lingua inglese

## Contenuti del corso

L'insegnamento di Innovation and Entrepreneurship del corso magistrale in "Economia e Management" esamina e discute le categorie teorico-concettuali nell'ambito imprenditoriale e strategico-gestionale relative all'innovazione. L'insegnamento è articolato in due moduli principali strettamente interconnessi.

Il primo modulo focalizzato sulla gestione strategica dell'innovazione presenta i processi decisionali sottesi alla formulazione e all'implementazione della strategia innovativa d'impresa. In particolare, si analizzeranno le dinamiche di settore e l'innovazione tecnologica (i principali drivers e processi innovativi sia nelle imprese start-up sia in established firm). Inoltre, il modulo si focalizza sui tipi di innovazione con un particolare focus sul ruolo della open innovation. Infine, sulla scorta del contributo di D'Aveni, si esporranno le sfide legate alla gestione strategica innovazione tecnologica nell'era della ipercompetizione. In particolare, si discuterà l'importanza della strategie di collaborazione tra i competitor e la protezione dell'innovazione.

Il secondo modulo focalizzato su strategic entrepreneurship. Esso propone un'analisi del ruolo dell'imprenditore per il successo e lo sviluppo dell'impresa. Quindi, si presenterà il cd. entrepreneurial mindset come elemento cruciale per la competizione nel XXI secolo. In tale prospettiva, si analizza il costrutto di entrepreneurial mindset sia a livello individuale (con riferimento alle euristiche e ai bias cognitivi) sia a livello organizzativo. Un elemento chiave del dibattito sarà l'affermazione della social entrepreneurship. Il corso mira altresì a fornire ai discenti, alla luce dell'analisi delle funzioni aziendali di finanza e marketing, gli elementi per sviluppare un business plan efficace.

## Metodi didattici

Lezioni anche con l'ausilio di strumenti didattici multimediali; analisi e dibattito in aula di case study in forma scritta o di video; discussione in aula e analisi (orale e/o scritta) di articoli tratti dai principali quotidiani nazionali e internazionali sulle tematiche del corso; eventuali testimonianze in aula di imprenditori e manager del mondo digitale.

## Modalità di verifica dell'apprendimento

La frequenza delle lezioni è considerata una condizione necessaria per la partecipazione alla prova finale scritta. Durante l'intero percorso formativo dell'insegnamento si effettuerà un controllo accurato e continuo della comprensione e dell'effettiva acquisizione da parte degli studenti delle conoscenze via via trasmesse dal docente, stimolando la loro proficua e attiva partecipazione.

Si prevede la redazione di un business plan in gruppo di massimo 3 studenti la cui valutazione positiva (fino a 5 punti) concorre alla formazione della valutazione finale dell'esame.

L'esame che si svolge in forma orale nelle date indicate nella bacheca del Dipartimento. Tutti gli argomenti indicati nel syllabus possono essere oggetto d'esame.

## Testi di riferimento

- Schilling M. (2017). Strategic Management of Technological Innovation (5th edition). McGraw-Hill Textbook. I capitoli oggetto di esame sono i seguenti: 2, 3, 8, 9.
- Kuratko, D. F. (2016). Entrepreneurship: Theory, process, and practice. Cengage Learning. I capitoli oggetto di esame sono i seguenti: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12.

Gli studenti sono tenuti a consultare assiduamente la pagina web del docente sul sito LUMSA per avere accesso al

materiale didattico integrativo ed eventuali comunicazioni del docente.

**L'attività didattica è offerta in:**

**Giurisprudenza**

<b>Tipo corso</b>	<b>Corso di studio (Ordinamento)</b>	<b>Percorso</b>	<b>Crediti</b>	<b>S.S.D.</b>
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Professione e consulenza	9	SECS-P/08
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Management	9	SECS-P/08

*Stampa del 14/11/2019*



# MANAGEMENT BY COACHING [ MCOA\_LM77 ]

Offerta didattica a.a. 2019/2020

**Docenti:** EMILIO PURSUMAL

**Periodo:** Secondo Ciclo Semestrale

## Obiettivi formativi

Il laboratorio di "Management & Communication by Coaching" vuole offrire una prima introduzione alla teoria e al metodo del Coaching, in particolare del Coaching Umanistico applicato alle Imprese e alle Organizzazioni, proprio con l'intento di rimettere la risorsa umana al centro delle imprese e dei loro servizi. Particolare attenzione sarà data alla discussione in aula e alla Comunicazione d'Impresa come terreno di sfida concreto del Coaching.

## Contenuti del corso

### INCONTRO 1

- > Introduzione al Coaching, l'approccio Umanistico
- > Felicità e Autodeterminazione
- > Dal Desiderio al Piano di Azione
- > L'Approccio Maieutico
- > Discussione in Aula

### INCONTRO 2

- > La Psicologia Positiva e le sei Virtù
- > Potenzialità e Talento
- > Test delle Potenzialità
- > La Potenzialità del Team
- > Discussione in Aula

### INCONTRO 3

- > Mission, Vision, Value & Leadership: la base del Team
- > I Postulati della Comunicazione di Paul Watzlawick
- > Team e Comunicazione Interna
- > Team e Comunicazione Esterna
- > Discussione in Aula

### INCONTRO 4

- > L'approccio di Coaching per la costruzione e conduzione di un'Idea / Laboratorio pratico

### INCONTRO 5

- > L'approccio di Coaching per la Comunicazione di un'Idea / Laboratorio pratico

## Testi di riferimento

Riferimenti e Testi:

- > Scopri le tue potenzialità. E libera il tuo talento con il coaching umanistico  
Autore: Luca Stanchieri / Editore: Franco Angeli
- > Approfondimenti delle tematiche varie : ricerca su web

**L'attività didattica è offerta in:**

## Giurisprudenza

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2018)	Professione e consulenza	3	SECS-P/07
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2018)	Management	3	SECS-P/07
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2018)	Economia civile e del territorio	3	SECS-P/07

*Stampa del 14/11/2019*

# OPERAZIONI E BILANCI STRAORDINARI [ OBSTR\_LM77 ]

Offerta didattica a.a. 2019/2020

**Docenti:** ANTONIO COGLITORE

**Periodo:** Primo Ciclo Semestrale

## Obiettivi formativi

Gli obiettivi formativi sono i seguenti da perseguire sono i seguenti:

- Imparare a conoscere il sistema aziendale nella sua fase ordinaria per valutare le argomentazioni che conducono l'imprenditore ad effettuare una operazione straordinaria;
- Conoscere gli effetti giuridici di una operazione straordinaria e valutarne la coerenza rispetto alla scelta dell'imprenditore;
- Conoscere le tecniche contabili e di redazione dei bilanci straordinari;
- Conoscere gli effetti fiscali delle operazioni straordinarie sia nella fase di effettuazione che a regime;
- Valutare gli impatti operativi di una operazione straordinaria in relazione ai cambiamenti di natura gestionale, contabile fiscale e giuridica rivenienti.

## Prerequisiti

Conoscenza delle tecniche di redazione del bilancio d'esercizio.

Conoscenza delle principali norme riguardanti la tassazione delle imprese.

Conoscenza delle tecniche di contabilità generale.

## Contenuti del corso

Il corso affronta il tema delle operazioni straordinarie aziendali e dei bilanci che fotografano un momento di importante passaggio da un tipo di gestione aziendale ad un altro di un soggetto giuridico.

Le operazioni sono nelle varie forme;

- Liquidazione;
- Trasformazione;
- Cessione;
- Conferimento;
- Scissione;
- Fusione.

Il corso pertanto approfondirà i temi connessi agli aspetti tecnico giuridici delle operazioni straordinarie, le tecniche di redazione dei bilanci straordinari, le conseguenze gestionali sulle aziende.

Verranno quindi in particolare trattati per ogni singola tipologia di operazione straordinaria:

- La scelta dell'impresa di modificare l'assetto giuridico;
- Gli obblighi ed adempimenti civilistici e gli effetti giuridici delle operazioni straordinarie;
- Le impostazioni contabili;
- Le tecniche di redazione dei bilanci straordinari;
- Gli aspetti fiscali;
- Gli aspetti gestionali ed economico aziendali alle operazioni straordinarie;
- La gestione delle criticità operative connesse alle operazioni straordinarie.

## Metodi didattici

Lezioni frontali, esercitazioni dirette e mediante la creazione di gruppi di studio per la realizzazione di progetti operativi.

## Modalità di verifica dell'apprendimento

Prove scritte, esame orale, valutazione dei progetti realizzati in itinere.

## Testi di riferimento

Trasformazione, fusione, conferimento, scissione e liquidazione delle società. Aspetti civilistici, contabili e fiscali delle operazioni straordinarie di Marco Confalonieri Edizione – il Sole 24 ore;

Materiale didattico e teaching notes a cura del docente.

## L'attività didattica è offerta in:

## Giurisprudenza

<b>Tipo corso</b>	<b>Corso di studio (Ordinamento)</b>	<b>Percorso</b>	<b>Crediti</b>	<b>S.S.D.</b>
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2018)	Professione e consulenza	9	SECS-P/07

*Stampa del 14/11/2019*

# POLITICHE DI SVILUPPO LOCALE [ PSLOC\_LM77 ]

Offerta didattica a.a. 2019/2020

**Docenti:** UMBERTO DI MAGGIO

**Periodo:** Secondo Ciclo Semestrale

## Obiettivi formativi

L'insegnamento si propone di fornire la conoscenza delle politiche di sviluppo con particolare riferimento a quello locale.

## Prerequisiti

Rispetto delle propedeuticità come da Regolamento del Corso di Laurea.

## Contenuti del corso

Concetti introduttivi: Spazio, territorio, ambiente. Comunità, istituzioni, economia.

Politiche per la progettazione dello sviluppo locale: tipologie, modelli, prassi e prospettive.

Analisi e valutazione delle politiche di sviluppo locale e dell'impatto: metodologie e strumenti.

## Metodi didattici

Lezioni frontali, esercitazioni, seminari, case study, laboratori esperienziali. Durante lo svolgimento saranno possibili incontri con esperti provenienti dal mondo accademico, delle professioni e del terzo settore.

## Modalità di verifica dell'apprendimento

Esame scritto e orale. Saranno possibili verifiche intermedie, esercitazioni e la richiesta di tesine su taluni argomenti del corso o su case study specifici.

## Testi di riferimento

Osti G., Sociologia del territorio, Il Mulino, Bologna, 2010

La Spina A, Analisi e valutazione delle politiche pubbliche, Il Mulino, Bologna, 2011

Altre letture, dispense, riferimenti bibliografici e materiali didattici verranno forniti dal docente nel corso dell'insegnamento.

**L'attività didattica è offerta in:**

## Giurisprudenza

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2018)	Economia civile e del territorio	6	SECS-P/02

Stampa del 14/11/2019

# POLITICHE FINANZIARIE DI IMPRESA [ PFIMP\_LM77 ]

Offerta didattica a.a. 2019/2020

**Docenti:** LIDIA NOTO

**Periodo:** Secondo Ciclo Semestrale

## Obiettivi formativi

Il presente modulo mira a formare gli studenti sulla gestione della finanza aziendale, affrontando i principali temi della corporate finance: l'analisi finanziaria in ottica di gestione del rischio, la valutazione degli investimenti, la scelta della struttura finanziaria e la valutazione delle aziende

## Prerequisiti

Conoscere le nozioni base per la lettura e l'analisi dei bilanci aziendali; conoscere le nozioni di base di matematica finanziaria (interesse, montante, sconto, valore attuale); conoscere i concetti base del diritto privato: contratti e obbligazioni e del diritto commerciale

## Contenuti del corso

- Compiti ed evoluzione della funzione finanziaria nelle imprese
- Gli investimenti: definizioni e modalità differenti di classificazione. Analisi dei criteri alternativi per la valutazione di convenienza economica degli investimenti.
- La determinazione dei flussi monetari rilevanti nell'ambito dei criteri di valutazione degli investimenti.
- Le scelte di finanziamento delle organizzazioni: profili di analisi e considerazioni introduttive. Brevi cenni al costo medio ponderato del capitale (WACC). La stima del costo del capitale azionario e il costo del debito.
- I principi ispiratori della struttura finanziaria.
- La gestione del rischio finanziario (cenni)
- Valutazione d'azienda

## Metodi didattici

Lezioni frontali, casi di studio, esercitazioni

## Modalità di verifica dell'apprendimento

Prova scritta e Prova orale. La valutazione sarà espressa in trentesimi.

## Testi di riferimento

Dalocchio M., SalviA., Finanza aziendale vol.1 e 2 EGEA (2011)

Materiali di supporto alla didattica saranno forniti dal docente durante il corso

## L'attività didattica è offerta in:

### Giurisprudenza

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Professione e consulenza	6	SECS-P/09

Stampa del 14/11/2019

# PROGETTAZIONE EUROPEA E POLITICHE COMUNITARIE [ PEPCOM\_L77 ]

Offerta didattica a.a. 2019/2020

**Docenti:** FABRIZIO MAIMONE

**Periodo:** Secondo Ciclo Semestrale

## Obiettivi formativi

Il corso si propone di fornire agli studenti le conoscenze e le competenze di base sul funzionamento delle Istituzioni Europee, le strategie a supporto dello sviluppo economico e imprenditoriale, le tecniche e gli strumenti per la progettazione, pianificazione e gestioni dei progetti finanziati e co-finanziati dalla EU. Le conoscenze e le competenze verranno contestualizzate nel più ampio quadro delle strategie e delle politiche attive attuate dalla EU per favorire lo sviluppo economico e imprenditoriale.

## Contenuti del corso

- # Le istituzioni europee
- # Le strategie comunitarie per lo sviluppo economico e imprenditoriale e la cooperazione
- # La programmazione comunitaria
- # Gli strumenti di finanziamento: fondi strutturali, fondi a gestione diretta, finanziamenti alla cooperazione e allo sviluppo
- # La partnership tra il pubblico e il privato e l'utilizzo dei fondi europei
- # Tecniche e strumenti di progettazione e pianificazione
- # Il budget e gli strumenti di rendicontazione
- # La disciplina degli aiuti di Stato
- # Le politiche comunitarie per la cooperazione e lo sviluppo locale

## Metodi didattici

Lezione frontale, case study, esercitazioni individuali e di gruppo, testimonianze di esperti e aziendali, presentazioni. Durante le lezioni verranno fornite dispense e articoli tratti da riviste nazionali e internazionali a carattere tecnico-scientifico e documenti tratti dalle fonti istituzionali.

## Modalità di verifica dell'apprendimento

Esame scritto obbligatorio, esame orale facoltativo.

Gli studenti frequentanti potranno integrare il voto dell'esame con gli esiti delle prove scritte effettuate durante le lezioni, di un lavoro di gruppo e una presentazione.

La prova di gruppo sarà finalizzata anche a verificare l'apprendimento degli studenti, rispetto ai descrittori di Berlino, con particolare riguardo ai punti 19, 20, 21 e 22. Agli studenti frequentanti che avranno partecipato con profitto a questa attività esercitativa verrà assegnato un punteggio, che si sommerà al voto conseguito negli esami finali.

## Testi di riferimento

# Vecchi V., Cusumano M., Minardi P., Finanziamenti comunitari 2014-2020. Strategia, gestione e rendicontazione, Edizioni EGEA, 2015.

# Dispense a cura del docente

**L'attività didattica è offerta in:**

## Giurisprudenza

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2018)	Professione e consulenza	6	SECS-P/02
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2018)	Management	6	SECS-P/02
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2018)	Economia civile e del territorio	6	SECS-P/02

*Stampa del 14/11/2019*



# SISTEMI DI MISURAZIONE DELLA PERFORMANCE [ SMPER\_LM77 ]

Offerta didattica a.a. 2019/2020

**Docenti:** LIDIA NOTO

**Periodo:** Primo Ciclo Semestrale

## Obiettivi formativi

Il presente modulo mira a studiare e analizzare criticamente i sistemi di misurazione della performance aziendale e del settore pubblico. Il corso offre agli studenti una panoramica sullo stato dell'arte nel campo per poi focalizzarsi sulle criticità di implementazione dei sistemi di valutazione della performance. L'utilizzo di un approccio globale al controllo strategico fornisce agli studenti una competenza specifica rispetto alla pianificazione, l'implementazione e l'utilizzo dei sistemi di misurazione della performance.

## Prerequisiti

Nozioni di economia aziendale. Analisi di bilancio.

## Contenuti del corso

- Evoluzione dei sistemi di pianificazione e controllo strategico nel settore privato
- Performance: definizione
- I sistemi di misurazione delle performance: obiettivi, requisiti, implementazione, indicatori
- L'evoluzione tecnologica e il cost management
- La misurazione della performance: casi pratici in diversi settori produttivi

## Metodi didattici

Lezioni frontali, casi di studio, esercitazioni

## Modalità di verifica dell'apprendimento

Prova scritta e Prova orale. La valutazione sarà espressa in trentesimi.

## Testi di riferimento

Bhimani A., Caglio A., Ditillo A., Performance management. Controllo di gestione: modelli e strumenti per competere oggi, 2010, EGEA

Cugini et al., Strategia, azioni, misure, Modelli di successo di performance management per le imprese italiane, 2016, EGEA

Vergara C., Il contributo della programmazione e del controllo al governo consapevole delle aziende, Giuffrè, Milano.

Materiali di supporto alla didattica saranno forniti dal docente durante il corso

## L'attività didattica è offerta in:

### Giurisprudenza

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Professione e consulenza	9	SECS-P/07
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Management	9	SECS-P/07

Stampa del 14/11/2019

# SOCIAL ENTREPRENEURSHIP [ SOENT\_LM77 ]

Offerta didattica a.a. 2019/2020

**Docenti:** LUCA MONGELLI

**Periodo:** Secondo Ciclo Semestrale

## Obiettivi formativi

Questo breve corso proverà a rispondere ai seguenti quesiti:

- Qual è il senso dell'agire economico?
- Che ruolo ha e quanto vale la persona nei sistemi economici?
- Cosa crea valore nell'economia e cosa c'è oltre il profitto?
- Come può il mercato generare altro valore oltre il profitto?
- Come può un'impresa usare il mercato per promuovere lo sviluppo integrale della persona?
- Quali sono i modelli di business che generano impatto sociale?

## Contenuti del corso

Questo breve corso proverà a rispondere ai quesiti sotto citati, attraverso il perseguimento dei seguenti obiettivi pedagogici:

1. Valore della persona e principi fondamentali dell'etica della prima persona.
2. Dall'innovazione che crea valore all'impresa sociale.
3. Modelli di impresa sociale
4. Come disegnare modelli di impresa per risolvere problematiche di tipo sociale
5. Affrontiamo una social challenge!

## Metodi didattici

Simulazioni in classe, e discussione in classe di mini-casi (preparati e pubblicati dal docente per IESE Publishing e Harvard Business School).

## Modalità di verifica dell'apprendimento

Durante il corso verranno proposti casi concreti, sui quali verranno verificare le conoscenze acquisite. Gli studenti dovranno lavorare a presentazioni in gruppo da svolgere a fine corso.

## Testi di riferimento

Mini-casi preparati e pubblicati dal docente per IESE Publishing e Harvard Business School.

## L'attività didattica è offerta in:

### Giurisprudenza

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2018)	Professione e consulenza	3	SECS-P/08
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2018)	Management	3	SECS-P/08
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2018)	Economia civile e del territorio	3	SECS-P/08

Stampa del 14/11/2019

# STATISTICA ECONOMICA [ SECO\_LM77 ]

Offerta didattica a.a. 2019/2020

**Docenti:** GIUSEPPE NOTARSTEFANO, GIUSEPPE TERZO

**Periodo:** Primo Ciclo Semestrale

## Obiettivi formativi

Lo studente dovrà sapersi orientare nella ricerca di informazioni economiche con particolare attenzione ai dati statistici.

Lo studente conosce e sa utilizzare le nuove fonti di informazione economica e statistica

Lo studente conosce ed utilizza diversi metodi di produzione e trattamento statistico dei dati economici.

Lo studente sa utilizzare ed interpretare modelli semplici e complessi attraverso tecniche multivariate.

Lo studente sa applicare i metodi statistici attraverso la loro implementazione nei più diffusi pacchetti applicativi.

Lo studente sa utilizzare i metodi statistici nei principali campi di applicazione economica e aziendale, con particolare attenzione alla valutazione dello sviluppo e della sostenibilità, all'analisi della produttività e dell'efficienza e alla gestione dei processi aziendali

## Prerequisiti

Statistica per l'economia (corso base di Statistica).

Utilizzo di pacchetti applicativi per l'analisi dei dati (soprattutto Excel).

## Contenuti del corso

L'obiettivo del corso consiste nell'acquisizione degli strumenti di base dell'analisi statistica applicata all'analisi dei fenomeni economici. Lo studente dovrà saper analizzare ed interpretare i dati economici, nonché misurare relazioni tra essi attraverso modelli statistici: a livello micro (imprese); meso (spaziale) e macro (contabilità nazionale). Una particolare attenzione sarà assegnata alle nuove tipologie di i dati.

Saranno altresì approfondite tecniche statistiche multivariate per l'analisi di fenomeni complessi.

## Metodi didattici

Lezioni frontali, esercitazioni e laboratorio informatico. Sono previste 25 ore di esercitazioni integrative al corso.

## Modalità di verifica dell'apprendimento

La valutazione dell'apprendimento sarà articolata in tre fasi:

# Una prova intermedia attraverso lavoro di gruppo che dovrà valutare la capacità di analisi ed interpretazione dei dati economici, nonché la comunicazione dei risultati attraverso report sintetici.

# Una prova scritta alla fine del corso composta da alcune domande a risposta chiusa (multiple choice) e alcuni esercizi.

# Un colloquio orale basato sulla discussione di un tema a scelta concordato con il docente.

## Testi di riferimento

Alcuni testi consigliati sono che verranno utilizzati durante il corso sono:

E. Giovannini (2015) Le statistiche economiche, Il Mulino, Bologna.

F. Carapellotti e P. Ribaldi (2015) Economic Data Scientists, Apogeo.

Ulteriore materiale didattico verrà fornito dal docente durante il corso.

## L'attività didattica è offerta in:

### Giurisprudenza

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Professione e consulenza	6	SECS-S/03, SECS-S/03
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Management	6	SECS-S/03, SECS-S/03

*Stampa del 14/11/2019*

# STATISTICA TERRITORIALE [ STER\_LM77 ]

**Offerta didattica a.a.** 2019/2020

**Docenti:** GIUSEPPE NOTARSTEFANO

**Periodo:** Primo Ciclo Semestrale

## Obiettivi formativi

Lo studente dovrà approfondire i metodi statistici riferiti all'analisi territoriale di dati economici, con particolare attenzione alla costruzione di modelli che sintetizzano la variabilità nello spazio inteso come geografia.

## Prerequisiti

Statistica Economica e Statistica per l'economia

## Contenuti del corso

L'obiettivo del corso è lo studio dei principali approcci per l'analisi quantitativa dei fenomeni economici nello spazio. Il corso intende offrire un ampio repertorio di metodi e tecniche statistiche utilizzate nelle analisi empiriche territoriali.

## Metodi didattici

Lezioni frontali , esercitazioni, laboratorio informatico

## Modalità di verifica dell'apprendimento

La valutazione dell'apprendimento consiste nella elaborazione e discussione di un breve saggio di analisi empirica concordato con il docente.

## Testi di riferimento

Il materiale didattico verrà fornito in aula dal docente

**L'attività didattica è offerta in:**

## Giurisprudenza

<b>Tipo corso</b>	<b>Corso di studio (Ordinamento)</b>	<b>Percorso</b>	<b>Crediti</b>	<b>S.S.D.</b>
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2018)	Economia civile e del territorio	6	SECS-S/03

*Stampa del 14/11/2019*

# TEOLOGIA MORALE [ TMOR\_LM77 ]

Offerta didattica a.a. 2019/2020

**Docenti:** ANTONINO PARISI

**Periodo:** Ciclo Annuale Unico

## Obiettivi formativi

In un itinerario di riflessione sistematica sui fondamenti della verità morale, con taglio antropologico all'interno di una prospettiva storico-teologica, obiettivo del corso è orientare alla comprensione delle strutture della decisione morale e delle categorie morali fondamentali.

L'attenzione viene rivolta all'uomo storico, alla sua dignità, al suo bagaglio di libertà e responsabilità morale, che costituiscono il cuore della dimensione dialogale della vita morale, il cui centro gravitazionale è rappresentato dalla coscienza.

Nella luce della rivelazione cristiana, in un'ottica specificamente teologica, viene posta in risalto la tensione verso la vita nuova che la proposta cristiana porta con sé, alla luce del confronto con i contesti vitali, sociali e culturali, contrassegnati da pluralità di opinioni, per una comprensione profonda e dinamica del fenomeno morale, concepito come impegno di risposta responsabile alla vocazione cristiana.

## Contenuti del corso

La riflessione teologica è preceduta da una breve esplorazione delle istanze e delle questioni etico-filosofiche.

Nell'elaborazione dei contenuti il corso muove dai presupposti antropologici dell'agire morale, delineando la natura del bene morale, per poi orientare la riflessione, nell'orizzonte della rivelazione cristiana, al rapporto tra verità di fede e verità morale, ovvero tra mistero di Cristo e agire morale, alla coscienza come regola di moralità e come punto d'incontro tra libertà e legge morale, al rapporto tra opzione fondamentale e comportamenti concreti, al senso del peccato e al bisogno della conversione e alla dimensione ecclesiale della moralità cristiana. Oggetto di puntuale riflessione anche questioni di morale sociale e di bioetica.

## Metodi didattici

Unitamente alle lezioni frontali e allo studio individuale, potranno prevedersi eventuali letture di approfondimento da concordare con il docente.

## Modalità di verifica dell'apprendimento

La valutazione complessiva attraverso un esame finale in forma di colloquio.

## Testi di riferimento

A. PARISI, Capaci di Dio. Morale e pienezza di vita, Il Pozzo di Giacobbe, Trapani 2009;

C. ZUCCARO, Teologia morale fondamentale, Queriniana, Brescia 2013.

## L'attività didattica è offerta in:

### Giurisprudenza

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Professione e consulenza	3	NN
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Management	3	NN

Stampa del 14/11/2019

# TEOLOGIA TEMATICHE SPECIFICHE [ TTSPEC\_LM7 ]

Offerta didattica a.a. 2019/2020

**Docenti:** GIUSEPPE ALCAMO

**Periodo:** Ciclo Annuale Unico

## Obiettivi formativi

Offrire una sintesi completa della fede della Chiesa su cinque tematiche che sono state riproposte con forza dal magistero di papa Francesco

## Contenuti del corso

La logica della misericordia. Il Vangelo è fonte di gioia. Nulla è più esigente dell'amore coniugale. Coltivare e custodire il creato. La santità è la vocazione di tutti i cristiani.

## Metodi didattici

Lezioni frontali con il supporto di slide

## Modalità di verifica dell'apprendimento

esami orali

## Testi di riferimento

I documenti magisteriali di papa Francesco. G. Alcamo (a cura di), La Catechesi educa alla gioia evangelica, Paoline, Milano 2014, pp.17-54. Idem, Con il cuore del Padre. Rivelazione di Dio e stile pastorale per la Chiesa, Paoline, Milano 2016, pp.15-54. Idem, Nulla è più esigente dell'amore. La famiglia e le sfide di Amoris Laetitia, Paoline, Milano 2017, pp.19-74. Idem, Educare «all'umanesimo» solidale per nuovi stili di vita, Paoline, Milano 2018, pp.19-68. Idem, La vita della Chiesa aurora di umanità. Alla luce di Gaudete et exultate, Paoline, Milano 2019, pp. 5-54.

**L'attività didattica è offerta in:**

## Giurisprudenza

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2018)	Professione e consulenza	3	NN
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2018)	Management	3	NN
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2018)	Economia civile e del territorio	3	NN

Stampa del 14/11/2019