

BUSINESS ENGLISH I [BENG_LM77]

Offerta didattica a.a. 2020/2021

Docenti: JULIE THOMPSON

Periodo: Ciclo Annuale Unico

Contenuti del corso

Topics

Unit 3 Change

Describing change in businesses – vocabulary p.22/23

Describing change in a company: reading text p.24 'Mercedes star twinkles once more', 'Looking to Wikipedia for answers' (revision worksheet)

Listening text p.25: management consultant talking about changes in businesses

Skills: p.26/27, managing meetings

Unit 4 Organisation

Describing a company's structure – vocabulary p.36/37

Describing a successful organisation: reading text p.38 'Success can be a game with many players'

Listening text p.40: a management consultant talking about changes in businesses

Unit 5 Advertising

Words and expressions for talking about advertising – vocabulary p.44/45

Listening text p.47: a marketing communications executive talking about advertising campaigns

Describing a successful advertising campaign: reading text p.46 'A new kind of campaign'

Skills: Starting and structuring presentations, p. 49

Unit 7 Cultures

What is culture?

Listening text p.67: the manager of a cultural training centre talking about cultural differences in international business

Idioms for business relationships p.68

Describing solutions for culture shock: reading text p.69 'Standard Bank overcomes culture shock'

Unit 8 Human Resources

Vocabulary – employment p.75

Talking about women at work: reading texts 'Article A' p.76, 'Article B', p.137

Listening text p.77: an international recruitment specialist talking about helping candidates to find a job

Unit 11 Leadership

Describing character – vocabulary p.104/105

Listening text p.105: the managing director of an executive recruitment company talking about qualities of leadership

Describing the leader of a successful company: reading text p.106 'Father of the feel-good factory'

Skills: Presenting p.108/109

Grammar

Present tenses: simple and continuous

Past simple

Present perfect

Future. Present continuous, be going to, will

Noun combinations

Articles

Modals for obligation, necessity and advice: must/mustn't, have to/don't have to, should,

Use of gerunds and infinitives

Relative clauses

Modalità di verifica dell'apprendimento

A dialogue between candidate and examiner of approximately 10 minutes

- Questions and answers relating to the Business English course

To pass the exam candidates must:

- Demonstrate a B2 level of English:

- Language (grammar and vocabulary)

- Skills (listening and speaking)

- Interaction (understanding and answering appropriately)

- Demonstrate critical and independent thinking

To pass the exam candidates must:

- Choose a topic from the course and make a 3-5-minute presentation

- Answer questions about the topics on the course
- To pass the exam candidates must justify/describe:
- Why they chose the topic
 - Explain the different aspects of the topic
 - Follow the typical structure of a presentation
 - Use the language for signposting, signalling and summarising
- To pass the exam candidates must consider and explain:
- What they found of particular interest in the course
 - Think about the questions from the course

Grades

B2 level FCE LUMSA

1-2

0-17 - Fail

3-4

18-23 – Pass (lower)

5

24-27 Pass (upper)

5+

28-30 Pass (with distinction)

Testi di riferimento

Text Book

David Cotton David Falvey Simon Kent, Intermediate MARKET LEADER Business English Course Book, FT Publishing, 3rd Edition

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	L-LIN/12
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Management	3	L-LIN/12

Stampa del 03/02/2021

BUSINESS ENGLISH II [BENG2_LM77]

Offerta didattica a.a. 2020/2021

Docenti: JULIE THOMPSON

Periodo: Ciclo Annuale Unico

Contenuti del corso

Topics

NETWORKING

Unit 1 Introductions

A How to introduce yourself: the elevator pitch; making a good first impression

B How to describe your current project: PAPO

Unit 2 Listening

A Active listening: 4 types of listeners, showing interest

B FACE

Unit 3 Small talk

A How to start a conversation: 5 areas of experience

B How to avoid causing offence: cultural fault lines, asking about sensitive topics

PRESENTATIONS

Unit 4 Presentation Organization

A How to structure your presentation: the 3 Ss technique

B How to deal with questions and interruptions: the four answers technique

Unit 5 Preparation and delivery

A How to prepare: 3 key principles (aims, organization, audience), techniques for keeping the audience's attention

Unit 6 Presentation style

A Presentation delivery techniques: the 6 techniques

B Voice and visuals: how to use the voice and the visuals

MEETINGS

Unit 7 Running a successful meeting

A Setting the agenda: key factors for a successful meeting, the Agenda

B Taking the minutes and keeping control: What? Who? When?, how to keep in control of the meeting

Unit 8 Participating in meetings

A Making your point in meetings: how to make your point

B Giving your opinion: 8 tips

Unit 9 Conference calls

A Taking part in conference calls: problems of conference calls and advice

B Taking part in video-conference calls: how to make a successful call

NEGOTIATIONS

Unit 10 International negotiations

A Presenting your organization: 8 ways to impress the other negotiator

B The 5 stages of negotiation: prepare, explore, propose, bargain, agree

Unit 11 Negotiation Styles

A Preparing and exploring: what each stage involves

B Proposing and bargaining: the rules

Unit 12 Closing the negotiation

A Reaching an agreement: alternatives when an agreement isn't reached

B Dealing with last minute problems: solutions

Modalità di verifica dell'apprendimento

- A dialogue between candidate and examiner of approximately 10 minutes
- Questions and answers relating to the Business English course

To pass the exam candidates must:

- Demonstrate a B2 level of English:
- Language (grammar and vocabulary)
- Skills (listening and speaking)
- Interaction (understanding and answering appropriately)
- Demonstrate critical and independent thinking

To pass the exam candidates must:

- Search online and find an advertisement for a professional job
- Use the job description and person specification to talk about the job

To pass the exam candidates must justify/describe:

- Why they would apply for this job
- Why they would like to work for the company
- Describe the main role of the job
- Why they feel they are the best candidate for this job
- Which BE skills they would need for this role

To pass the exam candidates must consider and explain:

- What they found of particular interest in the course
- Think about the questions from the course

Grades

B2 level FCE LUMSA

1-2

0-17 - Fail

3-4

18-23 – Pass (lower)

5

24-27 Pass (upper)

5+

28-30 Pass (with distinction)

Testi di riferimento

Text Book

Barry Tomlin, Key Business Skills, Harper Collins Publishers

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	L-LIN/12
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Management	3	L-LIN/12

Stampa del 03/02/2021

CONTRATTAZIONE DI IMPRESA [CIMP_LM77]

Offerta didattica a.a. 2020/2021

Docenti: MARIA MADDALENA SEMERARO

Periodo: Secondo Ciclo Semestrale

Obiettivi formativi

Italiano: Sul terreno didattico, l'insegnamento è finalizzato all'apprendimento delle nozioni essenziali in materia di contrattazione bancaria. L'articolazione del corso in due parti, l'una teorica e l'altra pratica, consente allo studente di acquisire le conoscenze necessarie ai fini della comprensione delle questioni attualmente più dibattute della materia

Prerequisiti

La frequenza del corso presuppone la conoscenza degli istituti del Diritto Privato.

Contenuti del corso

Italiano: Il corso, che si articola in due parti, ha ad oggetto la disciplina dei contratti dell'impresa bancaria, con particolare riguardo al fenomeno del finanziamento. La prima parte, di carattere teorico, verte sulla disciplina generale in materia di contrattazione bancaria, distinguendo tra contratti conclusi con i non consumatori e contratti conclusi con i consumatori. La seconda parte, di carattere pratico, è dedicata allo studio delle principali questioni applicative, in costante raffronto con la giurisprudenza e con gli orientamenti dell'Arbitro bancario e finanziario.

Metodi didattici

Lezioni frontali, problemsolving, simulazione casi.

Modalità di verifica dell'apprendimento

Italiano: L'esame consiste in un colloquio orale finalizzato ad appurare il grado di assimilazione e comprensione del programma svolto a lezione e contenuto nei libri di testo consigliati. L'apprendimento non dovrà essere mnemonico ma critico e dovrà denotare la capacità di proiettare le nozioni teoriche sul piano dell'applicazione pratica.

Testi di riferimento

A. Urbani, L'attività delle banche, 2020, Cedam: Parte I, Cap. III, IV, pp. 33-64; Parte III, Cap. XII, pp. 143-147; Cap. XV, XVI e XVII, pp. 163-212; Cap. XIX, XX e XXI, pp. 239-261; Cap. XXXVI, pp. 441-453.

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	6	IUS/01

Stampa del 03/02/2021

CORPORATE GOVERNANCE AND STRATEGIC LEADERSHIP [CGSLE_LM77]

Offerta didattica a.a. 2020/2021

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

Italiano

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 particolar 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 scritto 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 e attiva partecipazione, il docente potrà assegnare delle valutazioni positive che concorrono al voto finale (massimo 3 punti). Tali valutazioni verranno considerate esclusivamente ove la valutazione della prova scritta di fine corso sia positiva (cioè maggiore o uguale a 18/30). 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 non superiore 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 (font times new roman 12, interlinea 1,5, spazio da giustificazione max cm2,5). Tale project work proporrà la discussione critica approfondita e la presentazione in aula di un analyst report longitudinale (sulla base delle

informazioni rese pubbliche negli ultimi 3-5 anni) relativo al posizionamento in termini di comunicazione economico-finanziaria o alle principali scelte di corporate governance di un'impresa industriale o commerciale, banca o assicurazione quotata in una delle maggiori borse valori.

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.
- Zattoni A. (2020). Corporate Governance. How to Design Good Companies. Bocconi University Press.
- Hitt, M.A., Haynes, K. T., & Serpa, R. (2010). Strategic leadership for the 21st century. Business Horizons, 53, 437-444.

Lecture consigliate:

- Brogi, M. (2016) Corporate governance, Egea, Milano.
- Larcker D e Tayan B. (2015) Corporate governance matters: A closer look at organizational choices and their consequences, Pearson.
- Lev B. (2012) Winning investors over. Harvard Business Publishing, Boston.
- Dagnino, G. B., Minà, A., & Picone, P. M. (2014). La hubris manageriale quale fonte della irresponsabilità d'impresa: uno studio esplorativo. Sinergie, 141-160.

Altre informazioni

La tesi di laurea potrà essere assegnata soltanto agli studenti che hanno frequentato l'insegnamento con esito positivo e che mostrano notevole interesse ad approfondire le tematiche oggetto delle lezioni. È pertanto richiesta la presentazione al docente di un progetto sul tema dell'elaborato finale della lunghezza di 7-800 parole in cui lo studente indichi con chiarezza gli obiettivi, le motivazioni, la metodologia che intende utilizzare e la struttura del lavoro.

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	6	SECS-P/08

Stampa del 03/02/2021

DEVELOPMENT ECONOMICS AND INSTITUTIONAL CHANGE [DEICH_LM77]

Offerta didattica a.a. 2020/2021

Docenti: ANTONIO NICITA

Periodo: Secondo Ciclo Semestrale

Obiettivi formativi

Italiano: Conoscenza delle teorie economiche dello sviluppo, della relazione tra sviluppo, disuguaglianza e povertà; delle relazioni tra globalizzazione, innovazione; delle politiche di sostenibilità ambientale e di digitalizzazione.

Antitrust

Conoscenza delle teorie economiche alla base della politica della concorrenza e del diritto antitrust. Illustrazione di casi studio antitrust e della analisi economica e giuridica sottostante, anche con l'uso di strumenti analitici.

Prerequisiti

Conoscenza scolastica della lingua inglese

Contenuti del corso

Italiano: Il corso tratta i temi dell'economia dello sviluppo ponendo particolare enfasi al ruolo delle istituzioni e del cambiamento istituzionale.

Partendo dai principali approcci teorici al tema dello sviluppo economico, si analizzeranno i temi dello sviluppo sostenibile, della disuguaglianza e delle sue relazioni con la povertà, sia all'interno degli Stati che nel rapporto tra Nord e Sud del mondo, dal dopoguerra fino ai recenti fenomeni di globalizzazione. Particolare attenzione viene posta all'economia delle istituzioni (institutional economics) e all'approccio law and economics. Il primo tema si concentra su teorie istituzionali e quadri teorici progettati per spiegare l'esistenza e l'impatto della variazione istituzionale. Il secondo introduce le nozioni di sviluppo economico e cambiamento strutturale, compreso il ruolo delle tecnologie di uso generale in tale cambiamento. Infine, utilizzando esempi empirici, il terzo tema discute il ruolo delle istituzioni in questi sviluppi. Vengono identificati casi di cambiamento istituzionale ex ante ed ex post, così come casi di variazione istituzionale, complementarità e concorrenza. Vengono identificate l'interazione e la tensione tra sviluppi a diverse scale - globale, nazionale, subnazionale. Tre aspetti tematici saranno approfonditi: le politiche di contrasto alla pandemia, le politiche di sostenibilità ambientale e le politiche di digitalizzazione e uso dei big data.

Antitrust

In questo corso verranno introdotti i principi fondamentali dell'economia industriale e il processo di liberalizzazione degli ex monopoli pubblici nelle industrie a rete, con riferimento alla loro applicazione nel diritto antitrust. Saranno analizzati tutti gli aspetti rilevanti dei cartelli e degli abusi di posizione dominante, confrontando modelli teorici e casi studio, con un'enfasi sulla politica della concorrenza nell'economia digitale.

1. Politica della concorrenza: storia, obiettivi e diritto nazionale ed europeo
2. Regimi di mercato
3. La definizione del mercato rilevante e la valutazione del potere di mercato
4. Collusione e accordi orizzontali
5. Fusioni orizzontali
6. Restrizioni verticali e fusioni verticali
7. Condotte predatorie, monopolizzazione ed altre pratiche abusive
8. Casi applicati antitrust
9. Teoria dei giochi e antitrust
10. Economia digitale e concorrenza

Metodi didattici

Lezioni frontali; seminari organizzati dagli studenti in classe; testimonianze online di esperti.

Modalità di verifica dell'apprendimento

esame scritto e tesine (facoltative)

Testi di riferimento

N. Boccella e altri, ECONOMIA E SVILUPPO DISEGUALE, Pearson, 2013

M. Delmastro, A. Nicita, BIG DATA, Il Mulino 2019

Ulteriori letture in lingua italiana e in lingua inglese saranno distribuite agli studenti del corso

Altre informazioni

Il compito scritto si baserà sulla risposta corretta ad almeno 3 domande su 5.

Gli studenti che scelgono di svolgere anche una tesina/presentazione in classe, potranno utilizzare il voto della tesina/presentazione per il 30% della valutazione finale.

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/02
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Management	9	SECS-P/02, SECS-P/02

Stampa del 03/02/2021

DIGITAL STRATEGY AND MARKETING [DSMAR_LM77]

Offerta didattica a.a. 2020/2021

Docenti: GIOVANNI BATTISTA DAGNINO

Periodo: Primo Ciclo Semestrale

Obiettivi formativi

Italiano:

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 riguardano 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

Italiano:

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.

Modalità di verifica dell'apprendimento

Italiano: 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 eventuale 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. Chaffey D. & Ellis-Chadwick F. (2019). Digital Marketing. Strategy, Implementation and Practice. Pearson
 3. Han, Byung-Chul (2016). Psicopolitica Nottetempo.
 4. Han, Byung-Chul (2015). Nello sciame: visioni del digitale. Nottetempo.
- Lecture consigliate (complementari)
5. Bertoli M. (2012). Web Marketing per le PMI: fare business con SEO, email marketing, Google, Facebook & Co. Hoepli Editore.
 6. Cardile D., Mayer G. e Moder P. (2017) Trasformazione digitale. Strategie e strumenti per le PMI del futuro. Egea, Milano.
 7. Di Fraia G. (2012) Social media marketing: manuale di comunicazione aziendale 2.0. Hoepli Editore.
 8. Dodson I. e Sala V.B. (2016) L'arte del marketing digitale. Guida per creare strategie e campagne di successo, Apogeo.
 9. Maltraversi M. (2016). SEO e SEM: guida avanzata al web marketing. Edizioni LSWR.
 10. https://cmr.berkeley.edu/documents/paper_calls/cmr_special_section_managing_digital_transformation.pdf

Altre informazioni

L'elaborato finale potrà essere assegnato soltanto agli studenti che hanno frequentato l'insegnamento con esito positivo e che mostrano notevole interesse ad approfondire le tematiche oggetto delle lezioni. È pertanto richiesta la presentazione al docente di un progetto sul tema della prova finale di laurea della lunghezza di 7-800 parole circa in cui lo studente indichi con chiarezza e puntualità gli obiettivi, le motivazioni la metodologia che intende utilizzare e la struttura del lavoro.

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 03/02/2021

DIRITTO DELLA CRISI DI IMPRESA [DCIMP_LM77]

Offerta didattica a.a. 2020/2021

Docenti: MARGOT BELLOMO

Periodo: Secondo Ciclo Semestrale

Obiettivi formativi

Obiettivo del corso è fornire allo studente una conoscenza completa dei principali istituti volti alla gestione della crisi d'impresa, con particolare riferimento alle singole procedure concorsuali. Il programma terrà conto dei recenti interventi legislativi dettati dalla crisi economica.

Prerequisiti

Buona conoscenza di Diritto privato e Diritto commerciale. Capacità di consultazione dei testi normativi di riferimento.

Contenuti del corso

Il corso ha ad oggetto lo studio e l'analisi dei principali istituti volti alla gestione della crisi d'impresa. Saranno oggetto di approfondimento: la crisi d'impresa e la garanzia patrimoniale; il sistema delle procedure concorsuali; le discipline giurisdizionali della crisi; le soluzioni negoziali; il fallimento; le discipline amministrative della crisi.

Metodi didattici

Lezioni frontali

Modalità di verifica dell'apprendimento

Esame orale finale.

Testi di riferimento

M. GIORGETTI, Le procedure concorsuali, ult. ed.

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	IUS/15

Stampa del 03/02/2021

DIRITTO SOCIETARIO [DSOC_LM77]

Offerta didattica a.a. 2020/2021

Docenti: GIAMPAOLO FREZZA, 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

Italiano: 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 (2019)	Professione e consulenza	6	IUS/04, IUS/04
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Management	6	IUS/04, IUS/04

Stampa del 03/02/2021

DIRITTO TRIBUTARIO DELL'IMPRESA E DEL TERZO SETTORE [DTTSE_LM77]

Offerta didattica a.a. 2020/2021

Docenti: ALESSANDRO DAGNINO

Periodo: Primo Ciclo Semestrale

Obiettivi formativi

L'insegnamento mira a fornire gli strumenti cognitivi ed interpretativi della materia.

Lo studente deve acquisire:

- la conoscenza dei principi e delle norme tributarie applicabili alle attività d'impresa e del terzo settore;
- essere in grado di comprendere processi e analizzare informazioni da una varietà di fonti;
- avere la capacità di apprendere e aggiornarsi;
- essere in grado di lavorare autonomamente, identificare, porre e risolvere i problemi;
- essere in grado di applicare le conoscenze acquisite a casi pratici che si verificano nella vita professionale

Contenuti del corso

Le attività economiche nel sistema impositivo: impresa e terzo settore
Il sistema di tassazione nelle imposte sul reddito

L'IRES

L'IRPEF

La tassazione del reddito transnazionale

L'IVA

La disciplina fiscale dei gruppi societari

L'IRAP

Operazioni straordinarie, liquidazione e fallimento nelle imposte sui redditi

Metodi didattici

Lezioni frontali in aula e verifica in itinere dell'apprendimento attraverso momenti di interazione in aula.

Modalità di verifica dell'apprendimento

Accertamento del processo di apprendimento: Gli studenti sono invitati a svolgere dei compiti a casa e a partecipare a discussioni su esempi concreti. La partecipazione attiva è stimolata anche da brevi sessioni di Domande e Risposte

Accertamento dei risultati di apprendimento: Esame Orale

Lo studente deve dimostrare la conoscenza acquisita rispondendo, di regola, a 3 domande relative agli argomenti del programma.

Gli studenti saranno valutati sulla capacità di discutere i principali argomenti del corso

Testi di riferimento

L. Salvini (a cura di), Diritto tributario e attività economiche, Giappichelli, ultima edizione
oppure

G. Melis, Manuale di diritto tributario, Giappichelli, ultima edizione, parti III, IV e V.

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	IUS/12
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Management	6	IUS/12

Stampa del 03/02/2021

ECONOMIA DEI GRUPPI E BILANCIO CONSOLIDATO [EGBCO_LM77]

Offerta didattica a.a. 2020/2021

Docenti: FRANCESCA COSTANZA

Periodo: Primo Ciclo Semestrale

Obiettivi formativi

Italiano:

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 di 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

Italiano:

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

Italiano:

- Prova orale. Previste prove in itinere opzionali. Esse concorreranno al voto secondo modalità che verranno precisate in aula.
- 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.

Altre informazioni

Per l'assegnazione dell'elaborato finale occorre che l'esame venga superato con votazione minima 27.
E' altresì gradita la conoscenza della lingua inglese (lettura e comprensione testi).

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/07

Stampa del 03/02/2021

ECONOMIA E BILANCIO DELLE PUBBLICHE AMMINISTRAZIONI [EBPAM_LM77]

Offerta didattica a.a. 2020/2021

Docenti: LIDIA NOTO

Periodo: Secondo Ciclo Semestrale

Obiettivi formativi

Il presente corso mira a studiare e analizzare criticamente l'assetto manageriale, contabile e organizzativo delle principali istituzioni pubbliche. Il corso privilegia un'impostazione di carattere generale volta a far acquisire agli studenti le conoscenze utili per comprendere i sistemi di management e le problematiche di valutazione e comunicazione della performance delle pubbliche amministrazioni

Prerequisiti

Nozioni di economia aziendale.

Contenuti del corso

Natura e funzioni delle aziende della pubblica amministrazione
Evoluzione delle teorie sulla pubblica amministrazione: il modello tradizionale di amministrazione pubblica; il New Public Management e il passaggio da governmenta governance.
Sistemi di pianificazione e controllo strategico delle pubbliche amministrazioni: il processo di definizione delle strategie; organizzazione e cambiamento.
Il bilancio delle amministrazioni pubbliche; la funzione finanziaria nelle pubbliche amministrazioni.
La valutazione della performance delle pubbliche amministrazioni: trasparenza (accountability) e performance management;
Interazione della PA con i privati

Metodi didattici

Lezioni frontali(o a distanza secondo disposizioni), casi di studio, esercitazioni

Modalità di verifica dell'apprendimento

Prova orale. La valutazione sarà espressa in trentesimi. Sono previste prove intermedie facoltative.

Testi di riferimento

E. BORGONOVÌ, G. FATTORE, F. LONGO (a cura di) (2014), Management delle istituzioni pubbliche, EGEA, Milano.

S. ROTA., M. SICILIA, I. STECCOLINI (a cura di) (2015), Bilancio e performance measurement nelle amministrazioni pubbliche, Maggioli. 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/07
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Management	6	SECS-P/07

Stampa del 03/02/2021

ECONOMIA E VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI [EVBCU_LM77]

Offerta didattica a.a. 2020/2021

Docenti: VALENTINA BRUSCHI, MASSIMO VALSECCHI

Periodo: Primo Ciclo Semestrale

Obiettivi formativi

Italiano:

Gli obiettivi del corso sono quelli di rispondere all'esigenza, sempre più avvertita a livello nazionale e internazionale, di figure professionali che operino in una prospettiva attuale della valorizzazione dei Beni Culturali. Il corso offre l'integrazione delle conoscenze economiche dei partecipanti con gli aspetti gestionali del patrimonio culturale, così da fornire gli strumenti più idonei per valorizzare al meglio i Beni Culturali affidati alla cura dei diversi enti pubblici o privati.

La finalità dell'insegnamento è di fornire agli studenti una formazione di base e un'adeguata padronanza di metodi e contenuti scientifici generali sul tema dell'Economia e della Valorizzazione di Beni Culturali, l'acquisizione di specifiche competenze riguardanti il panorama ampio nel quale queste si applicano, dai beni culturali tradizionali, a quelli intangibili, fino al più complesso aspetto del paesaggio culturale.

A conclusione del corso, oltre alle competenze relative alla gestione delle organizzazioni pubbliche e private attive nel settore dei Beni Culturali, gli studenti avranno assorbito anche nozioni relative al management di questo settore, con un approfondimento sul ruolo fondamentale che oggi ha la comunicazione, soprattutto quella digitale, nella progettazione e realizzazione dei servizi.

Con riferimento ai diversi ambiti della ricerca, gli studenti avranno appreso quelle competenze necessarie per operare come professionisti presso istituzioni ed enti pubblici e privati preposti alla tutela e alla gestione dei beni culturali e altresì del turismo culturale.

Attraverso l'analisi dell'esempio del progetto Palazzo Butera – Collezione Francesca e Massimo Valsecchi, arte e cultura gli studenti acquisiranno notizie specifiche "sul campo" di un modello di esperienza che coniuga l'esigenza di tutelare, conservare e valorizzare la tradizione, la storia e la cultura con l'arte, sia antica che contemporanea, con l'utilizzo dei nuovi mezzi di comunicazione che consentono di raggiungere e creare una rete sempre più ampia di stakeholder.

La proposta formativa focalizza l'attenzione degli studenti sui legami delle istituzioni museali e culturali (sia pubbliche che private) con il territorio e con gli attori locali (sistemi museali, distretti culturali come i siti UNESCO) ed anche sulle politiche del turismo culturale per una rigenerazione sostenibile delle città d'arte di cui l'Italia è ricca, che sono sicuramente una risorsa per lo sviluppo economico e sociale e possono, quindi, offrire nuove opportunità imprenditoriali.

Prerequisiti

Inglese

Contenuti del corso

Italiano:

Il I modulo del corso si propone di trattare la disciplina esaminando i fondamenti teorici, le forze competitive e le prospettive economiche del settore all'interno del bilancio del nostro Paese. La particolarità delle imprese di questo settore comporta la necessità di approfondire le tematiche di gestione alla luce delle specifiche caratteristiche delle imprese culturali per la comprensione dei prodotti, delle loro caratteristiche e delle loro specificità che vanno ben oltre alla pura dimensione economica.

La sostenibilità economica è un tema fondamentale per le istituzioni culturali, e le diverse crisi finanziarie degli ultimi anni hanno determinato una inesorabile riduzione dei fondi pubblici e una maggiore attenzione delle imprese private ad allargare contributi e sponsorizzazioni attraverso politiche di defiscalizzazione. Oltre agli aspetti economici, le istituzioni culturali di tutto il mondo s'interrogano sul proprio ruolo e su come definire, misurare e comunicare il proprio valore culturale e sociale. Per rendere effettive queste strategie è necessario dotarsi non solo di nuovi strumenti, ma di specifiche competenze per introdurre innovazioni.

Tra le strategie oggi fondamentali c'è, ovviamente, la comunicazione che è diventata sempre di più esclusiva del digitale e dei social network. Il tema sarà affrontato all'interno di una discussione più ampia sulla fruizione culturale nell'era del post-covid 19.

Il II modulo del corso, si propone come approfondimento di due argomenti: il sistema museale e la creazione di distretti culturali come valorizzazione del territorio, il sistema e il mercato dell'arte contemporanea, la catena del valore (e le strategie che la determinano) insieme alle variabili che influenzano le quotazioni delle opere d'arte. Nello svolgimento del corso si partirà dall'esperienza personale del docente e del suo percorso particolare all'interno del sistema dell'arte dagli anni Sessanta ad oggi, attraverso diversi cambiamenti che ne hanno determinato lo

scenario attuale. Dopo la laurea in Economia e Commercio e un'esperienza nel mondo dell'industria e della finanza tra Milano e Londra, Massimo Valsecchisi è dedicato al collezionismo attraverso lo studio e la conoscenza profonda del mercato dell'arte. Gli studenti faranno esperienza diretta di come l'Economia e la Valorizzazione dei Beni Culturali possano essere viste da un punto di vista completamente diverso da quello più conosciuto, cercando un equilibrio tra passato, presente e futuro, lontano dagli eccessi troppo virtuali e finanziari, attraverso il progetto di Palazzo Butera – Centro di arte e cultura a Palermo.

Dopo le lezioni d'introduzione generale in cui verranno illustrati i soggetti del sistema culturale e nelle quali verranno fatti degli esempi di alcuni eventi nati per la valorizzazione di territori specifici attraverso l'analisi di alcune delle esperienze modello in campo nazionale ed internazionale, come i siti UNESCO, la Biennale Europea Manifesta, il Fondo per l'Ambiente Italiano, il corso esaminerà, in particolare, il modello di Palazzo Butera – Centro di arte e cultura, come progetto sperimentale di rinnovamento di un sistema territoriale, che passa dalla riqualificazione di un edificio del Settecento sito in uno dei quartieri storici simbolo di Palermo, la Kalsa, dove si trovano alcuni dei principali monumenti della città, dall'Orto Botanico, alla Galleria Regionale di Palazzo Abatellis fino a Palazzo Chiaramonte Steri, nell'ottica della rigenerazione urbana che, dal centro del Mediterraneo, può sviluppare notevoli potenzialità culturali.

Il percorso formativo approfondirà il ruolo del collezionista all'interno dell'attuale sistema dell'arte, le motivazioni del collezionismo e la valorizzazione di una collezione attraverso la creazione di un museo privato o di una fondazione.

Metodi didattici

Oltre alle lezioni frontali (in aula), il corso prevede una sessione di testimonianze di operatori culturali, integrati da visite guidate da tenersi presso Palazzo Butera – collezione Francesca e Massimo Valsecchi, a Palermo.

Modalità di verifica dell'apprendimento

I due moduli del corso convergeranno in un unico esame che consisterà in una relazione scritta su un argomento da concordare e una discussione orale.

Testi di riferimento

F. Severino, Economia e marketing per la cultura, 2016, Franco Angeli editore, Milano (capitoli selezionati)

L. Solima, Management per l'impresa culturale, 2018, Carocci editore, Roma (capitoli selezionati).

1 lettura a scelta tra i seguenti 4 titoli:

A. Crespi, Ars Attack. Il bluff del contemporaneo, 2013, Johan & Levi ed., Milano;

D. Thompson, Lo squalo da 12 milioni di dollari. La bizzarra e sorprendente economia dell'arte contemporanea, 2009, ed. Mondadori, Milano;

S. Thorton, Il giro del mondo dell'arte in sette giorni, 2009, ed. Feltrinelli, Milano;

S. Thorton, 33 artisti in 3 atti, 2015, ed. Feltrinelli, Milano

Altre informazioni

I criteri per l'assegnazione dell'elaborato finale terranno in considerazione sia i risultati conseguiti dallo studente nelle attività relative al corso in oggetto che l'originalità del tema proposto. Allo studente verrà richiesto di formulare il tema della tesi in un testo di una cartella (1800 battute spazi inclusi) in cui argomentare le motivazioni e gli obiettivi del progetto. Questo testo sarà propedeutico all'assegnazione dell'elaborato finale.

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	6	SECS-P/01, SECS-P/01

Stampa del 03/02/2021

EDUCAZIONE ALL'IMPRENDITORIALITA' [EIMP_LM77]

Offerta didattica a.a. 2020/2021

Docenti: COSIMO COSTA

Periodo: Primo Ciclo Semestrale

Obiettivi formativi

Precisare il rapporto intercorrente tra educazione, lavoro e impresa per comprendere le ragioni dello sviluppo e del funzionamento dell'educazione all'imprenditorialità. Sensibilizzare alle molteplici funzioni dell'impresa per sviluppare una nuova mentalità imprenditoriale. Definire la capacità di scelta e di innovazione per identificare ed attuare concretamente opportunità imprenditoriali. Chiarire la figura dell'imprenditore per aprire al dovere della professione nella sua forma responsabile, consapevole e motivata.

Contenuti del corso

L'educazione all'imprenditorialità nella sua definizione concettuale e nell'evoluzione delle sue funzioni. Le funzioni dell'impresa per identificare nuove e motivate opportunità. La capacità di scelta e di innovazione come condizione necessaria per lo sviluppo di un nuovo spirito imprenditoriale. La figura dell'imprenditore riletta attraverso autori antichi e contemporanei.

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

- V. Caggiano, Educazione imprenditoriale, Anicia, Roma 2012
- G. Berta, L'enigma dell'imprenditore (e il destino dell'impresa), il Mulino, Bologna 2018
- L. A. Seneca, Lettere a Lucilio, q.e. (lettere scelte)

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 03/02/2021

FINANZA ETICA [FETI_LM77]

Offerta didattica a.a. 2020/2021

Docenti: UMBERTO DI MAGGIO

Periodo: Secondo 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

Riferimenti bibliografici e materiali didattici verranno forniti dal docente nel corso dell'insegnamento.

Altre informazioni

Aver dimostrato l'apprendimento dei concetti illustrati nel corso, per l'ottenimento di buoni risultati curriculari. In particolare, gli studenti devono poter aver dimostrato capacità critica d'analisi con un approccio interdisciplinare.

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/11
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Management	6	SECS-P/11

Stampa del 03/02/2021

FINTECH [FINT_LM77]

Offerta didattica a.a. 2020/2021

Docenti: DARIO IGNAZIO MARINO

Periodo: Secondo Ciclo Semestrale

Obiettivi formativi

Il Laboratorio avrà la finalità di fornire una panoramica sul fenomeno e sulla terminologia utilizzata nel Fintech. Si affronteranno le principali tematiche, le logiche di base e gli strumenti relativi con applicazioni pratiche.

Contenuti del corso

Il laboratorio si comporrà di una parte teorica ed una pratica. Partendo dalla rivoluzione tecnologica degli ultimi anni e dalla spinta al digitale derivante dal fenomeno COVID-19 si analizzeranno i principali fenomeni di finanza alternativa e del fintech.

Nel dettaglio, partendo dalla terminologia, si analizzerà come la rivoluzione tecnologica, regolamentare e la pandemia COVID-19 hanno portato delle imponenti trasformazioni e accelerazioni nel mondo finanziario coinvolgendo i principali attori: imprese, operatori finanziari, consumatori e investitori. Si sono così da un lato digitalizzati strumenti e processi, dall'altro sono emersi nuovi fabbisogni, strumenti e servizi che hanno iniziato a modificare, in maniera ormai permanente, il panorama finanziario e il comportamento degli attori coinvolti.

Partendo da fenomeni oggettivi, quali l'elevata mole di dati oggi disponibili tramite internet e reti intranet, l'incremento della potenza di calcolo dei computer attuali e l'interconnessione tra gli stessi si analizzeranno concetti quali:

- machine learning e intelligenza artificiale (es. lettura e riclassificazione di bilancio o analisi movimentazione conto corrente per trend o abitudini di consumo e/o risparmio)
 - blockchain e criptovalute
 - Python per il Fintech
 - alternative finance: peer to peer lending; crowdfunding; online invoice trading; on line leasing; ecc.
 - sistemi di pagamento immediato
 - regolamentazione PSD2 e impatti sul mercato
 - nuovi modelli di business model per banche e operatori finanziari (es. Illimity, Qonto, N26, Oval, ecc.)
- approfondendo tipologia servizi, operatori coinvolti e relative piattaforme.

Verranno inoltre analizzati case study con esercitazioni e con il supporto di professional del settore, anche con simulazioni e applicazioni concrete.

Metodi didattici

Lezioni teoriche, presentazioni di casi aziendali anche con intervento degli studenti mediante progetti di gruppo, utilizzo di app e piattaforme web.

Modalità di verifica dell'apprendimento

La frequenza è una condizione necessaria per la partecipazione alle prove, esercitazioni e al colloquio finale. 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, stimolando una proficua ed attiva partecipazione, il docente potrà assegnare agli studenti delle valutazioni positive attraverso dei lavori di gruppo che concorrono al voto finale o al giudizio sintetico.

Gli studenti che non svolgono o superano le prove 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.

Sia lo svolgimento della prova scritta, sia le sue modalità, che le modalità di svolgimento dell'esame potranno essere soggette a modifica in virtù delle possibili evoluzioni dei protocolli di sicurezza anti-Covid. Durante il corso saranno fornite in maniera tempestiva e dettagliata tutte le informazioni necessarie per affrontare in maniera consapevole la prova di esame.

Testi di riferimento

Materiale 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 (2019)	Professione e consulenza	3	SECS-P/09
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Management	3	SECS-P/09

Stampa del 03/02/2021

INNOVATION AND ENTREPRENEURSHIP [IENT_LM77]

Offerta didattica a.a. 2020/2021

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

Italiano: 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

Prova di fine corso che comprende domande a risposta aperta ed esercizi applicativi coerenti con il programma e con le esercitazioni effettuate durante il corso e riportate nei libri di testo

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.

La prova orale può essere sostenuta (in via integrativa e facoltativa) soltanto se si è superata, con voto almeno sufficiente, la prova scritta. Essa può comportare una votazione nel range da zero a due punti suppletivi rispetto al voto conseguito nell'esame scritto.

L'esame orale è diretto ad accertare:

- il grado di conoscenza del programma d'esame;
- la comprensione delle dinamiche inerenti la disciplina;
- la padronanza del linguaggio e la capacità d'uso degli strumenti logici e applicativi.

La valutazione sarà espressa in trentesimi. Per i frequentati potrebbe essere previsto lo svolgimento di una prova

intermedia scritta durante il corso. Sia lo svolgimento della prova intermedia, sia la loro modalità, che le modalità di svolgimento dell'esame potranno essere soggette a modifica in virtù delle possibili evoluzioni dei protocolli di sicurezza anti-Covid. Durante il corso saranno fornite in maniera tempestiva e dettagliata tutte le informazioni necessarie per affrontare in maniera consapevole la prova di 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

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/08
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Management	9	SECS-P/08

Stampa del 03/02/2021

LEADERSHIP DEVELOPMENT [LDEV_LM77]

Offerta didattica a.a. 2020/2021

Docenti: CLEO LI CALZI

Periodo: Secondo Ciclo Semestrale

Obiettivi formativi

Il corso sviluppa competenze utili ad alimentare la capacità di leadership generativa, sempre più necessaria in contesti lavorativi caratterizzati da alta complessità e nei sistemi multirelazionali tipici delle moderne organizzazioni. Gli obiettivi formativi che declinano lo sviluppo della capacità di leadership sono tre:

- gestire un team di lavoro con leve che facilitino la collaborazione e la responsabilizzazione;
- orientare un team alla performance, in ottica di risultato, auto-sviluppo e continua crescita professionale;
- acquisire competenze di team coaching coerenti con il contesto e con i tempi.

Le teorie classiche della leadership si basano su una visione deterministica dell'organizzazione, in cui si presuppone una relazione lineare tra variabili, processi aziendali standardizzati, output prevedibili, mentre l'incertezza e gli "eventi inattesi" sono imputati al fallimento dei meccanismi di controllo.

La leadership development ribalta questo paradigma facendo perno sul potenziale umano come guida generativa dell'organizzazione, rivolta a coltivare sistemi interattivi, agili, dinamici e orientati al work engagement.

Lo sviluppo della leadership si traduce nella capacità di orientare il lavoro al risultato, gestire sistemi complessi integrando fiducia e responsabilità, favorire la diversityinclusion e costruire ambienti di lavoro che favoriscano l'innovazione tecnologica ed organizzativa.

La leadership generativa crea valore attraverso lo stake engagement ed il team engagement. Questo approccio arricchisce il sistema di competenze manageriali con un focus sul "care", migliorando l'efficacia relazionale e promuovendo la capacità decisionale e di influenza generativa del sistema.

Prerequisiti

Non sono previsti specifici prerequisiti.

Contenuti del corso

Il percorso formativo sviluppa la leadership generativa su più aree di lavoro, integrando i principi delle neuroscienze, della scienza del sé, dell'economia sociale.

Il corso tratterà nello specifico, alternando teoria e sperimentazione, i seguenti argomenti;

- leadership generativa;
- portafoglio delle skills strategiche per la leadership;
- intelligenza emotiva per le organizzazioni di lavoro;
- il modello di salienza per lo stakeholder management;
- team management per l'innovazione;
- change management.

Sono previste sessioni di coaching for action per la sperimentazione pratica dei concetti appresi:

- Coaching for Performance: sviluppo del potenziale e del talento.
- Coaching for Purpose: fissare obiettivi sfidanti e creare motivazione.
- Coaching for Feedback: fornire feedback efficaci ed utili alla crescita.

Metodi didattici

Il percorso prevede attività in aula, actionlearning, case studies, coaching. Questa combinazione è disegnata per favorire la sperimentazione dei concetti appresi, il learning by doing e l'assessment interattivo.

I metodi didattici includono:

- lezioni frontali o in e-learning, con l'ausilio di strumenti multimediali;
- analisi e discussione collettiva di case studies;
- analisi e discussione collettiva di articoli e saggi.

E' altamente raccomandata la frequenza del corso, perché i metodi didattici si basano sull'interazione fra docente e studenti e la loro efficacia è rafforzata dall'esperienza diretta.

Modalità di verifica dell'apprendimento

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 o da un saggio internazionale sulle tematiche affrontate durante il corso.

Testi di riferimento

Frequentanti:

Testi consigliati: Dispensa del Docente ed articoli di attualità

Testi integrativi:

- G. Cocco - G. Zanghi, Leadership e coaching. Cambiamento e sviluppo delle persone, Franco Angeli
- A. De Toni - A. Barbaro, Visione evolutiva, Etas

- R. Dilts, Leadership e visione creativa, Guerini e Associati
- P. L. Floris, Leadership e Change Management, Franco Angeli
- R.W. Giuliani, Leadership, Mondadori
- D. Goleman, R. E. Boyatzis, A. McKee, Essere Leader, Rizzoli
- F. Maimone, Change Management. Gestire il cambiamento organizzativo con un approccio "human centered", Franco Angeli
- Y. Shaharabani, Leadership nella complessità, Guerini e Associati

Non frequentanti: sarà concordata una selezione di letture obbligatorie dai testi consigliati o da altre fonti.

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	SECS-P/10
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Management	3	SECS-P/10

Stampa del 03/02/2021

MANAGEMENT BY COACHING [MCOA_LM77]

Offerta didattica a.a. 2020/2021

Docenti: EMILIO PURSUMAL

Periodo: Secondo Ciclo Semestrale

Obiettivi formativi

Presa di consapevolezza di:

- > Soft Skills
- > Il senso etico dell'impresa e delle organizzazioni
- > La scoperta del potenziale
- > L'autorealizzazione come obiettivo di vita e professionale
- > Il senso e le potenzialità della diversità umana e del gioco di squadra

Prerequisiti

Nozioni base di Gestione Aziendale

Contenuti del corso

Quali sono le competenze richieste ai futuri manager e imprenditori?

Complessità e dinamismo crescenti, tecnologia e digitalchallenge, sviluppo internazionale dei mercati, smartworking e rivoluzioni dei modelli sociali spingono a considerare sempre più le cosiddette "soft skills", ovvero le capacità relazionali e comportamentali, l'attitudine alla leadership, al project management, alla motivazione e al lavoro in team come abilità essenziali attraverso le quali riorganizzare le competenze tecniche e tutte le attività delle imprese, grandi o piccole che siano, private o pubbliche, profit e no profit.

Il Coaching, come modello teorico a fondamento della felicità e dell'auto determinazione, e più ancora come approccio pratico allo sviluppo del potenziale umano attraverso l'ascolto attivo e la definizione di obiettivi e piani di azione, consente di "umanizzare" le proprie capacità tecniche e di restituire un senso profondo del perché del lavoro e dell'impegno della persona, con riguardo anche ai contesti organizzativi e di gruppo.

Questioni come l'innovazione collettiva o la motivazione del team o la coerenza fra mission, management e benessere personale al di là degli aspetti prettamente economici, assumono oggi una rilevanza fondamentale per la nascita delle start up e più ancora per lo sviluppo strategico delle imprese. Il Coaching con il suo fondamento etico ed umanistico orientato ad un risultato "concreto" e raggiungibile, se desiderato, è effettivamente uno strumento di innovazione e accelerazione molto moderno e necessario per bilanciare il rischio attuale di modelli pratici di management e di marketing a volte troppo orientati su algoritmi e tecnologia a discapito delle passioni e motivazioni dei singoli professionisti e dei team.

Il corso di "Management 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 concreto di sfida del Coaching.

Metodi didattici

Lezioni frontali, ascolto e confronto comune, ricerca web, test e prove pratiche

Modalità di verifica dell'apprendimento

Confronto in aula sui vari temi trattati, stimolo all'analisi e al commento critico, Semplici esercizi e restituzioni

Testi di riferimento

"Scopri le tue potenzialità. E libera il tuo talento con il coaching umanistico"

Autore: Luca Stanchieri / Editore: Franco Angeli

>Spiritualità Cristiana e Coaching / Autori: Natale Brescianini e Alessandro Pannitti / Edizioni La Parola

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	SECS-P/07
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Management	3	SECS-P/07

Stampa del 03/02/2021

MANAGEMENT CONSULTING [MCON_LM77]

Offerta didattica a.a. 2020/2021

Docenti: GIOVANNI BATTISTA DAGNINO, ANNA MINA'

Periodo: Secondo Ciclo Semestrale

Obiettivi formativi

Il corso è teso a sviluppare le conoscenze e le competenze avanzate di problem solving strategico e gestione dei processi decisionali che manager e consulenti aziendali tipicamente affrontano nel supporto alle attività delle imprese che operano in contesti locali e globali.

Obiettivo dell'insegnamento è offrire allo studente gli strumenti concettuali e operativi sottesi alla consulenza manageriale tali da consentirgli lo sviluppo di un pensiero critico, e anche la capacità di discernere la problematica in cui è chiamato a intervenire, e ad adottare i più idonei modelli e tecniche di consulenza e di problem solving strategico.

A tale scopo, si prevede il coinvolgimento attivo di 4-5 imprese del territorio che presentano una problematica concreta e attinente alla loro attività imprenditoriale e a cui lo gli studenti saranno chiamati a risolvere entro la durata del corso.

Contenuti del corso

Il concetto di consulenza manageriale – il business della consulenza – tipologie di consulenza manageriale – La relazione cliente-consulente – Il ciclo di vita della consulenza – Approcci di consulenza, metodi e strumenti – le competenze e le skill per l'attività di consulenza– La gestione di una consulenza manageriale – Le problematiche collegate alla consulenza manageriale – l'etica della consulenza – la carriera in consulenza.

Metodi didattici

Lezione teorica cd. frontale, e testimonianze aziendali, presentazioni

Modalità di verifica dell'apprendimento

Prova di fine corso con un lavoro gruppo/progetto in merito a un caso aziendale assegnato.

L'esame orale è diretto ad accertare:

- il grado di conoscenza del programma d'esame;
- la comprensione delle dinamiche inerenti la disciplina;
- la padronanza del linguaggio e la capacità d'uso degli strumenti logici e applicativi.

La valutazione sarà espressa in trentesimi. Per i frequentati potrebbe essere previsto lo svolgimento di una prova scritta a margine dell'insegnamento. Sia lo svolgimento della prova scritta, sia le sue modalità, che le modalità di svolgimento dell'esame potranno essere soggette a modifica in virtù delle possibili evoluzioni dei protocolli di sicurezza anti-Covid. Durante il corso saranno fornite in maniera tempestiva e dettagliata tutte le informazioni necessarie per affrontare in maniera consapevole la prova di esame.

Testi di riferimento

O'Mahoney, J., & Markham, C. (2013). Management Consultancy. Oxford University Press.

Materiale a cura del docente

Lecture consigliate

Block, P. (2011). Flawless consulting: A guide to getting your expertise used. John Wiley & Sons.

Kubr, M. (2002). Management consulting: A guide to the profession. International Labour Organization.

Newton, R. (2012). Il consulente aziendale. Come dominare l'arte della consulenza. Franco Angeli.

Schein, E. H. (2001). La consulenza di processo: come costruire le relazioni d'aiuto e promuovere lo sviluppo organizzativo. Raffaello Cortina.

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	6	SECS-P/08, SECS-P/08

Stampa del 03/02/2021

OPERAZIONI E BILANCI STRAORDINARI [OBSTR_LM77]

Offerta didattica a.a. 2020/2021

Docenti: ANTONIO COGLITORE

Periodo: Primo Ciclo Semestrale

Obiettivi formativi

Italiano: 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

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/07

Stampa del 03/02/2021

POLITICHE E PROGRAMMAZIONE EUROPEA [PPEU_LM77]

Offerta didattica a.a. 2020/2021

Docenti: ENRICO CAMILLERI

Periodo: Primo Ciclo Semestrale

Obiettivi formativi

Il corso si propone di approfondire la dinamica dei fondi strutturali dell'Unione Europea e il loro contributo allo sviluppo dei paesi membri. Verranno esaminati nel dettaglio i principali regolamenti comunitari sui fondi e i principali documenti di programmazione della politica di coesione. Inoltre verranno studiati gli effetti dei programmi comunitari secondo quanto evidenziato dai principali studi di valutazione a livello nazionale. Si analizzerà il contributo di tali fondi al processo di integrazione europea.

Prerequisiti

Conoscenza della lingua inglese, Politica Economica

Contenuti del corso

il corso vuole fornire allo studente le informazioni principali sui meccanismi istituzionali e di funzionamento dell'Unione Europea, con particolare attenzione a ruoli e compiti delle principali istituzioni comunitarie (Commissione Europea, Parlamento Europeo, Consiglio Europeo, Banca Centrale Europea, Banca Europea degli Investimenti, Meccanismo Europeo di Stabilità, etc.), sia in generale sia per i vari temi di interesse e competenza diretta dell'UE. Ampio rilievo verrà dato alle strategie di sviluppo dell'UE e al finanziamento tramite fondi a gestione diretta ed indiretta per le politiche di coesione. Verrà esaminato il processo di formazione delle priorità di investimento dell'UE ed i programmi operativi per la programmazione 2014 – 2020 e le basi della trattazione per il periodo 2021 -2027. Verranno analizzati in profondità i meccanismi di funzionamento dei fondi SIE. Verranno approfondite le tematiche nazionali e regionali. Una parte rilevante del corso sarà incentrata sugli strumenti di finanziamento europei: fondi strutturali, fondi a gestione diretta, finanziamenti alla cooperazione e lo sviluppo. Verranno esaminati i principali regolamenti in materia di aiuti di stato. Verranno introdotti elementi di progettazione comunitaria e saranno effettuati dei case studies sulla programmazione comunitaria (es. la costruzione di un PO, la redazione delle Relazioni Annuali per la Commissione) e progettazione comunitaria (case study su presentazione di domande di agevolazione su fondi diretti e indiretti dell'UE).

Metodi didattici

Lezione frontale e case study

Modalità di verifica dell'apprendimento

La verifica consta di una prova orale. Nella valutazione verranno premiate la dimostrazione di padronanza dei concetti, la capacità di correlare gli argomenti, la capacità di adattare ai temi e problemi proposti i riferimenti concettuali più appropriati.

Testi di riferimento

Santaniello, R. Capire l'Unione europea. Politiche, diritto, economia. Il Mulino, 2016

Altre informazioni

Per l'assegnazione dell'elaborato finale è necessaria la presenza di almeno uno dei due seguenti requisiti

- il superamento dell'esame di Politica Economica nella laurea triennale con almeno 28/30-simi;
- il superamento dell'esame con almeno 28/30-simi

E' indispensabile una buona conoscenza della lingua inglese (capacità di lettura e comprensione di un testo in lingua inglese)

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/01

Stampa del 03/02/2021

POLITICHE FINANZIARIE DI IMPRESA [PFIMP_LM77]

Offerta didattica a.a. 2020/2021

Docenti: PAOLO CAPUANO

Periodo: Secondo Ciclo Semestrale

Obiettivi formativi

Il corso ha l'obiettivo di approfondire le tematiche fondamentali circa la struttura finanziaria dell'impresa ed i meccanismi che presidono alle scelte finanziarie aziendali. Gli studenti saranno in grado di analizzare i temi fondamentali delle politiche finanziarie d'impresa: gli strumenti della valutazione finanziaria, la dinamica del rapporto rendimento/rischio, il costo del capitale, la valutazione degli investimenti, la scelta della struttura finanziaria ottimale.

Prerequisiti

È consigliata la conoscenza delle nozioni di base di matematica finanziaria (interesse, montante, sconto, valore attuale) e della struttura del bilancio d'impresa.

Contenuti del corso

- La struttura finanziaria dell'impresa.
- Gli strumenti della valutazione finanziaria.
- Il rapporto rischio/rendimento.
- Problemi pratici di capital budgeting.
- Le decisioni di finanziamento e l'efficienza del mercato.
- La distribuzione dell'utile e la struttura finanziaria.
- Il ruolo della struttura finanziaria d'impresa.
- Il finanziamento tramite debito.
- La gestione dei rischi nell'ambito della complessiva gestione finanziaria d'impresa.
- La gestione del capitale circolante.
- La finanza straordinaria d'impresa (cenni).

Metodi didattici

Il corso prevede lezioni, esercitazioni, seminari, case study e gruppi di lavoro per l'approfondimento di specifiche tematiche.

Modalità di verifica dell'apprendimento

Esame orale, solo per gli studenti frequentanti (almeno 2/3 delle lezioni), valutazione dei gruppi di lavoro (massimo 3 punti). L'esame mira a valutare la conoscenza dei contenuti del corso, l'adeguatezza del lessico e la precisione terminologica, la correttezza dei riferimenti, la chiarezza concettuale ed espositiva, la capacità di rielaborazione critica.

Testi di riferimento

Testo consigliato:

- Brealey R.A., Myers S.C., Allen F., Sandri S., (2020), "Principi di finanza aziendale", McGraw Hill, 8ª edizione.

Testi di approfondimento:

- Colombi F. (2003), Finanza condizionale e teoria del valore. Rischio e opportunità di investimento, vol. 2, Aracne editrice.

- Myers S.C. (2015), On the Interaction of Corporate Financing and Investment Decisions and the Weighted Average Cost of Capital, Sagwan Press.

Testi alternativi:

- Berk J., DeMarzo P., Venanzi D., Morresi O., (2018), "Finanza aziendale 1", Pearson, 4ª edizione.
- Damodaran A., Roggi O., (2015), "Finanza aziendale", Maggioli editore, 4ª edizione.

Durante il corso saranno inoltre suggerite alcune letture utili all'approfondimento e alla contestualizzazione delle tematiche trattate.

Altre informazioni

L'assegnazione dell'elaborato finale avverrà dopo il superamento dell'esame e dopo aver ottenuto una valutazione positiva al progetto di tesi.

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 03/02/2021

RESPONSABILITA' E RENDICONTAZIONE SOCIALE [RRSOC_LM77]

Offerta didattica a.a. 2020/2021

Docenti: SERGIO PATERNOSTRO

Periodo: Secondo Ciclo Semestrale

Obiettivi formativi

Italiano:

Attraverso lo svolgimento del corso, gli studenti acquisiranno le nozioni basilari relative alla comprensione e all'analisi delle relazioni tra azienda e società che permettono di progettare e implementare strategie di responsabilità sociale in ogni tipologia aziendale, nonché sistemi di rendicontazione sociale.

Attraverso lo svolgimento del corso gli studenti acquisiranno anche consapevolezza circa i concetti e gli strumenti che sono rilevanti per analizzare, interpretare e comprendere i principali dilemmi etici che ogni manager deve affrontare nella sua attività manageriale.

Prerequisiti

Conoscenza dei principi base dell'Economia Aziendale e della Contabilità e Bilancio

Contenuti del corso

Italiano:

Il corso tratterà principalmente i seguenti argomenti:

- Azienda e persona umana
- Responsabilità Sociale delle aziende (CSR): differenti approcci
- Csr e sostenibilità
- Un approccio strategico alla CSR
- L'approccio stakeholder
- Successo, valore e performance
- Rendicontazione sociale: aspetti teorici
- Rendicontazione sociale: linee guida di riferimento
- Integrated Reporting: un nuovo approccio all'accountability?
- Tematiche speciali

Durante il corso verranno proposti casi aziendali di studio e testimonianze relative ad esperienze pratiche

Metodi didattici

Lezioni frontali, casi studio e testimonianze di esperti. La modalità di erogazione delle lezioni, in presenza, mista o a distanza seguirà le indicazioni dettate dagli organi di Ateneo e di Dipartimento.

Modalità di verifica dell'apprendimento

Italiano:

Prova orale. Per i frequentanti il corso potranno essere proposte delle prove intermedie. La valutazione sarà espressa in trentesimi. Sia lo svolgimento delle prove intermedie, sia la loro modalità, che le modalità di svolgimento dell'esame potranno essere soggette a modifica in virtù delle possibili evoluzioni dei protocolli di sicurezza. Durante il corso saranno fornite in maniera tempestiva e dettagliata tutte le informazioni necessarie per affrontare in maniera consapevole la prova di esame

Testi di riferimento

Ballucchi F. e Furlotti K. La responsabilità sociale delle imprese: un percorso verso lo sviluppo sostenibile. Profili di governance e accountability, Giappichelli, 2019. Per i seguenti capitoli: 1.2, 2.2, 2.3, 3.1, 3.2, da 4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5, 4.6, 6.1, 6.2, 8.2, 8.3, 9.2, 9.3, 9.4

Perrini F., Sostenibilità, Egea, 2018. Per i seguenti capitoli: 1.1, 1.2, 1.3, 2.1, 2.2, 2.4, 2.,5, 3.3, 3.4, 3.5, 4.3, 4.4, 4.5, 5 (tutto il capitolo), 6 (tutto il capitolo),

Durante il corso saranno forniti ulteriori materiali didattici a cura del docente

Altre informazioni

Per l'assegnazione dell'elaborato finale è necessario a) il superamento dell'esame di Responsabilità e rendicontazione sociale con una votazione di almeno 24

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

Stampa del 03/02/2021

SISTEMI DI MISURAZIONE DELLA PERFORMANCE [SMPER_LM77]

Offerta didattica a.a. 2020/2021

Docenti: LIDIA NOTO

Periodo: Primo Ciclo Semestrale

Obiettivi formativi

Italiano: 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

Italiano:

- I sistemi di pianificazione e controllo strategico nel settore privato
- Modelli di business, strutture di costo e cost management
- I sistemi di misurazione delle performance: requisiti, implementazione, indicatori, controllo ed evoluzione
- Definizione degli obiettivi e processo di budgeting
- Le proposte dottrinali più significative:
 - Il Tableau de Bord
 - Lo SMART Model
 - La Balanced Scorecard e la Mappa Strategica
 - L'Intangible Asset Monitor
 - Il Performance Prism

Metodi didattici

Lezioni frontali, casi di studio, esercitazioni

Modalità di verifica dell'apprendimento

Prova scritta (esercizi, domande aperte e chiuse) e prova orale. La valutazione sarà espressa in trentesimi. Sono previste prove intermedie facoltative.

Testi di riferimento

Caglio A., Ditiello A., Morelli M., Misurare e gestire le performance. Strumenti e modelli per monitorare i risultati, EGEA, 2020.

<http://www.egeaeditore.it/ita/prodotti/amministrazione-e-controllo/misurare-e-gestire-le-performance.aspx>

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

2016, EGEA <https://www.egeaonline.it/ita/prodotti/amministrazione-e-controllo/strategia-azioni-misure.aspx>

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

Altre informazioni

Per l'assegnazione dell'elaborato finale è necessario il superamento dell'esame di Sistemi di misurazione della performance con una votazione di almeno 24

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 03/02/2021

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP [SOENT_LM77]

Offerta didattica a.a. 2020/2021

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 (2019)	Professione e consulenza	3	SECS-P/08
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Management	3	SECS-P/08

Stampa del 03/02/2021

STATISTICA ECONOMICA [SECO_LM77]

Offerta didattica a.a. 2020/2021

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 (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 20 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:

G. Arbia (2018) Statistica, nuovo empirismo e società nell'era dei Big Data, Edizioni Nuova Cultura, Roma

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 03/02/2021

TEOLOGIA MORALE [TMOR_LM77]

Offerta didattica a.a. 2020/2021

Docenti: ANTONINO PARISI

Periodo: Ciclo Annuale Unico

Obiettivi formativi

Italiano: 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

Italiano: 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 03/02/2021

TEOLOGIA TEMATICHE SPECIFICHE [TTSPEC_LM7]

Offerta didattica a.a. 2020/2021

Docenti:

Periodo: Ciclo Annuale Unico

Obiettivi formativi

Offrire una sintesi completa della fede della Chiesa su cinque tematiche che sono riproposte 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 exsultate, 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 (2019)	Professione e consulenza	3	NN

Stampa del 03/02/2021

TEOLOGIA TEMATICHE SPECIFICHE [TTSPEC_LM7]

Offerta didattica a.a. 2020/2021

Docenti: GIUSEPPE ALCAMO

Periodo: Ciclo Annuale Unico

Obiettivi formativi

Offrire una sintesi completa della fede della Chiesa su cinque tematiche che sono riproposte 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 exsultate, 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 (2019)	Management	3	NN

Stampa del 03/02/2021