

Guida dello studente anno accademico 2014-2015

CORSO DI LAUREA IN MANAGEMENT DELL'INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE AZIENDALE

Classe L-18 (D.M. 270/04)

Classe delle lauree in SCIENZE DELL'ECONOMIA E DELLA GESTIONE AZIENDALE



Dipartimento di Management
Università degli Studi di Torino



Indice

Indice	1
A New World Economy	3
A New World Economy	
Attività integrativa di orientamento (Coaching)	5
Coaching	
Auditing e reporting per comunicazione della performance aziendale (Corso di)	10
Auditing and Reporting for Company Performance Communication	
Diritto avanzato (Corso Integrato di)	12
Integrated Advanced course of Law	
Diritto Commerciale	14
Business Law	
Diritto dell'Unione Europea	17
European Union Law	
Diritto dell'informazione e della comunicazione aziendale	22
Corporate Information and Communication Law	
Diritto pubblico e dell'Unione Europea (Corso integrato)	25
Diritto dell'Unione Europea	27
Istituzioni di Diritto pubblico	29
Public Law Institutions	
Diritto regionale	32
Italian Regional Law	
Economia (Corso Integrato di)	34
Integrated course of Economics	
Economia dell'innovazione	35
Economia Manageriale	38
Economia Aziendale	42
Business Administration	
Estrategias comunicativas en la negociación internacional	46
Etica aziendale	48
Business Ethics	
European Union Law on Tourism and Sports	52
European Union: Anti-Discrimination Law	54
European Union: Anti-Discrimination Law	56
European Union: Anti-Discrimination Law	
Fondamenti di comunicazione (Pre-corso)	57
Gestione dei processi organizzativi (Corso Integrato di)	59
Integrated Course of Business Process Management	
Gestione dei processi e dei progetti aziendali	60
Organizzazione Aziendale	63
International Retail and Distribution	67
International Retail and Distribution	
Introduction to Event Planning Management	69
Introduction to Event Planning Management	
Istituzioni di Economia	70
Fundamentals of Economics	
Laboratorio di Leadership 1	74
Leadership Workshop 1	
Laboratorio Office e Presentation	76
Leadership in a Change Management Process	81
Leadership in a Change Management Process	
Lingua Francese	83
French	

Lingua Inglese	87
English	
Lingua Spagnola	92
Spanish	
Linguaggi della Comunicazione Aziendale	96
Language of Business Communication	
Marketing	100
Marketing	
Marketing e Finanza (Corso Integrato di)	104
Integrated course of Marketing and Finance	
Finanza Aziendale	105
Principles of Corporate Finance	
Marketing	107
Marketing	
Matematica (Pre-corso)	111
Matematica per l'Azienda	113
MATHEMATICS FOR BUSINESS	
Professional Communication Skills	118
Psicologia dell'organizzazione	120
The Psychology of Organizations	
Ragioneria e Controllo di Gestione	124
Financial Accounting and Management Control	
Reti e sicurezza e Tecnologia per la comunicazione sul Web (Corso di)	128
The Net and Security - Web Communication Technologies	
Sistemi Informativi e Laboratorio	131
Information Systems and Laboratory	
Sociologia dell'Informazione e della Comunicazione	134
Sociology of Communication and the media	
Statistica per l'azienda	138
Statistics	
Strategic HR Management	143
Strategic HR Management	
Strategie d'impresa	145
Corporate Strategy	

A New World Economy

A New World Economy

Anno accademico:	2014/2015
Codice attività didattica:	
Docenti:	
Contatti docente:	
Corso di studio:	Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)
Anno:	2° anno 3° anno
Tipologia:	Servizi didattici integrativi
Crediti/Valenza:	
SSD attività didattica:	SPS/08 - sociologia dei processi culturali e comunicativi
Erogazione:	Tradizionale
Lingua:	Inglese
Frequenza:	Facoltativa
Tipologia esame:	Orale

PREREQUISITI

Students should have an excellent knowledge of the English language

PROGRAMMA

Many significant and revolutionary events have influenced the world order between the XX and the XXI century: the fall of the Berlin Wall, the ascent of China and the subsequent acceleration of the globalization process through market integration, September 11 attacks and the military campaigns in Afghanistan and Iraq, and finally the financial crisis that strongly hit Western economies and reshaped global geopolitics. The emergence of new important actors in the political and economical international environment, revolutionized the global equilibriums and the relationships between states.

Our world order is rapidly changing: social, economic and demographic changes will have a huge impact on the world we know and they will determine deep changes in Western societies.

The course is divided in three segments:

-- the first part is focused on the development of the West: particular emphasis is placed on the economic institutions that favored the take-off and rise of the western power across the centuries;

-- the second part is focused on the end of the first globalization era and on the historical, social and economic changes that reshaped the world structure in XX century. In this session special attention will be devoted to the rise of the international organizations and on their role in the political and financial international environment;

-- the third part is focused on the current world order, especially on the rise of the emerging powers all over the globe (from Asia to Africa to Americas). During this session, their new role in the political and economic world order will be investigated. Particular emphasis will be placed on the economic and institutional dynamics of the developing countries and the changes occurred in the last 20 years.

The course is designed to offer the students the tools to interpret the economic, political, cultural and social changes that are reshaping the international world order by comparing present and past events and by investigating the current relationships between the various factors on the global scene. The class should help the students develop the competencies to better decipher the political and economic global framework they're going to deal within the future.

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Lezioni: dal 29/09/2014 al 01/12/2014		

Nota: Attività didattiche (orario: 17.00 - 21.00; sabato: 9.00 - 13.00):

29 settembre 2014

30 settembre 2014

10 ottobre 2014

11 ottobre 2014

31 ottobre 2014

14 novembre 2014

15 novembre 2014

28 novembre 2014

1 dicembre 2014 EXAM

Pagina web del corso: http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=zncc

Attività integrativa di orientamento (Coaching)

Coaching

Anno accademico:	2014/2015
Codice attività didattica:	SAA0011
Docenti:	Dott. Marcella Baiunco (Titolare del corso) Dott. Damiano Cortese (Tutor) Dott. Eleonora Crestani (Tutor) Dott. Marisa Della Torre (Tutor) Dott. Paola Genotti (Tutor) Dott. Claudia Pescitelli (Tutor)
Contatti docente:	<i>marcella.baiunco@fastwebnet.it</i>
Corso di studio:	Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)
Anno:	3° anno
Tipologia:	Altro - Tirocini formativi e di orientamento
Crediti/Valenza:	1
SSD attività didattica:	M-PSI/06 - psicologia del lavoro e delle organizzazioni
Erogazione:	Tradizionale
Lingua:	Italiano
Frequenza:	Obbligatoria
Tipologia esame:	Giudizio finale - Laboratorio

OBIETTIVI FORMATIVI

ITALIANO

Il corso è da intendersi più come un "per-corso" che ha la finalità di accompagnare e sostenere gli/le studenti/esse, durante tutto il triennio di studi universitari, nello sviluppo e acquisizione di competenze e capacità importanti nel mondo accademico e, successivamente, nella fase di stage nel contesto lavorativo. Le principali conoscenze e abilità da sviluppare sono legate agli aspetti comportamentali, alle "soft skill" che possono migliorare e rendere più efficaci le proprie performance. Le conoscenze e abilità da conseguire sono indicate nelle quattro macro-aree che seguono:

- CONSAPEVOLEZZA di Sé (autostima, gestione del tempo e dello stress, creatività, apertura al cambiamento);
- LAVORARE in GRUPPO efficacemente (ascolto, comunicazione, assertività, gestione dei conflitti, soluzione dei problemi, condivisione e spirito di squadra);
- LEADERSHIP (strategie di influenza, parlare in pubblico, prendere decisioni, produrre risultati, motivare sé e gli altri);
- INSERIRSI nel MONDO del LAVORO (capacità di sostenere la selezione e i colloqui, pianificazione attività, adattabilità, competitività e cooperazione).

ENGLISH

OBJECTIVES

This course is intended as a "par-cour" course designed to accompany and support the students throughout their three-year university career. It will assist them in the acquisition and development of fundamental competencies firstly within the academic world, and then within the context of an internship in a real work environment.

The main competencies and abilities that will be developed are linked to behavioural aspects, the so-called "soft skills", that can improve performances and make them more effective. The competences and abilities that will be

acquired can be divided into four main categories:

- KNOWLEDGE OF SELF: (self-esteem, handling of time and stress, creativity, openness to change)
- Effective GROUP WORK (listening skills, communication, assertiveness, handling of conflicts, problem-solving, sharing and team work)
- LEADERSHIP: (influence strategies, public speaking, decision making, producing results, motivating oneself and others)
- ENTERING THE WORLD OF WORK: (ability to carry out interviews and selection processes successfully, planning activities, adaptability, competitiveness and cooperation)

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO ATTESI

ITALIANO

Sviluppo e acquisizione di competenze relazionali e comportamentali, quali una maggiore consapevolezza di sé e autostima; la capacità di lavorare in gruppo, adottando uno stile comunicativo efficace e appropriato; una buona capacità di leadership, assumendo funzioni di guida; la capacità di adattarsi allo stage e al contesto lavorativo, in modo proficuo e adeguato.

ENGLISH

COMPETENCIES ACQUIRED

Acquisition and development of relational and behavioural skills, such as a greater knowledge of self and self-esteem; ability to work in a group, adopting an effective and appropriate communicative style; good leadership competencies; ability to adapt to the internship and the work environment in a successful and suitable way.

PROGRAMMA

ITALIANO

Metodi didattici

- Formazione in aula in piccoli gruppi (al massimo 15 studenti/esse) orientata a definire i riferimenti teorico-concettuali e gli strumenti operativi sia del modello di coaching e di sviluppo di competenze adottato, sia delle specifiche competenze comportamentali (consapevolezza di sé, lavoro in gruppo, leadership, inserimento nel mondo del lavoro) che di volta in volta saranno prese in esame. La formazione in aula è articolata in 4 incontri della durata ciascuno di 3 ore. I 4 incontri si svolgeranno nell'arco dei tre anni del percorso universitario. La presenza è obbligatoria ai fini del conseguimento del credito.

- Sessioni di coaching di gruppo volte a sperimentare concretamente attraverso esercitazioni, simulazioni, giochi di ruolo, visione e commento critico di sequenze cinematografiche, le dinamiche relazionali e di problem solving incentrate sulle specifiche tematiche sopra indicate, ritenute centrali nel percorso universitario e nella fase di stage. Le sessioni di coaching di gruppo sono attività della durata di 1 ora inserite nei momenti di formazione in aula, pertanto avranno le stesse modalità di svolgimento sopra indicate. La presenza è obbligatoria ai fini del conseguimento del credito.

- Sessioni di coaching individuali e facoltative modulate sul profilo degli/le studenti/esse universitari/e e condivise dagli stessi. In funzione delle esigenze/bisogni emersi, sono formulati specifici obiettivi di sviluppo delle competenze ed è previsto accompagnamento e supporto per il raggiungimento di tali obiettivi durante il triennio in università e nella fase di stage obbligatorio. La presenza è facoltativa, ma fortemente consigliata per dare valore, coerenza e continuità al percorso di crescita e sviluppo di sé e delle proprie competenze.

Programma

1° INCONTRO di GRUPPO (attività obbligatoria per conseguimento credito)

Avvio del percorso di Coaching

1° COLLOQUIO INDIVIDUALE

- Autovalutazione delle proprie competenze comportamentali
- Individuazione obiettivi di sviluppo

2° INCONTRO di GRUPPO (attività obbligatoria per conseguimento credito)

Lavoro di gruppo

2° COLLOQUIO INDIVIDUALE

- Approfondimento lavoro di gruppo
- Andamento obiettivi di sviluppo

3° COLLOQUIO INDIVIDUALE

Andamento obiettivi di sviluppo

3° INCONTRO di GRUPPO (attività obbligatoria per conseguimento credito)

Leadership

4° INCONTRO INDIVIDUALE

- Approfondimento Leadership
- Andamento obiettivi di sviluppo

4° INCONTRO di GRUPPO (attività obbligatoria per conseguimento credito)

Inserirsi in azienda

5° INCONTRO INDIVIDUALE

- Approfondimento transizione università – Lavoro e supporto all'orientamento nella scelta di stage
- Supporto durante lo stage in Azienda
- Verifica risultati raggiunti

ENGLISH

TEACHING METHODS

Classroom training for small groups (15 students max) aimed at defining the theoretical and conceptual references and the operational tools of both the coaching method adopted and the students' specific behavioural competences (knowledge of self, group work, leadership, introduction to the world of work). This part will be divided into four sessions of 3 hours each. The four sessions will be distributed over the three years of the students' university career. Attendance is compulsory in order to be awarded the credit.

-Group coaching sessions aimed at experimenting – through practical exercises, simulations, role play, the viewing and critical comment of cinematographic sequences – the relational and problem-solving dynamics central to the topics mentioned above, which are of fundamental importance during the students' university career and their internship period. The group coaching sessions are 1-hour activities within the classroom training sessions. Attendance is compulsory in order to be awarded the credit.

-Optional individual coaching sessions, modelled on the students' profiles and decided with them. Depending on

their specific needs, different models of competence development are designed, and the students will be monitored in the pursuit of their goals throughout their university career and their compulsory internship period. Attendance is not compulsory, but strongly recommended to give value, consistency and continuity to the students' ongoing process of personal growth and development.

SYLLABUS

1st GROUP MEETING (compulsory activity in order to be awarded the credit). Beginning of the coaching programme.

1st INDIVIDUAL INTERVIEW

- Self-evaluation of one's own behavioural competencies
- Definition of objectives

2nd GROUP MEETING (compulsory activity in order to be awarded the credit). Group work

2nd INDIVIDUAL INTERVIEW

- Discussion of group work
- Discussion of objectives pursued

3rd GROUP MEETING (compulsory activity in order to be awarded the credit)

Leadership

4th INDIVIDUAL MEETING

- Leadership – further study
- Discussion of objectives pursued

4th GROUP MEETING (compulsory activity in order to be awarded the credit)

- Entering the world of business

5th INDIVIDUAL MEETING:

- Discussion of the passage from university to the world of work, assistance in the choice of internship
- Support during the internship period
- Discussion of the results achieved

TESTI CONSIGLIATI E BIBLIOGRAFIA

- Il materiale didattico presentato a lezione è disponibile presso la Segreteria didattica.
- Il testo adottato

Sarà indicato durante l'avvio delle attività del percorso

- Bibliografia consigliata

Sarà indicata durante gli incontri di gruppo.

- Link ad altre eventuali informazioni e siti internet di interesse:

Indicati durante gli incontri di gruppo.

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
--------	-----	------

Pagina web del corso: <http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show? id=b954>

Auditing e reporting per comunicazione della performance aziendale (Corso di)

Auditing and Reporting for Company Performance Communication

Anno accademico:	2014/2015
Codice attività didattica:	SAA0004
Docenti:	Prof. Valter Cantino (Titolare del corso) Prof. Massimo Pollifroni (Titolare del corso)
Contatti docente:	011 6706026, valter.cantino@unito.it
Corso di studio:	Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)
Anno:	3° anno
Tipologia:	Caratterizzante - Aziendale
Crediti/Valenza:	10
SSD attività didattica:	SECS-P/07 - economia aziendale
Erogazione:	Tradizionale
Lingua:	Italiano
Frequenza:	Obbligatoria
Tipologia esame:	Scritto ed orale

PREREQUISITI

Aver frequentato i corsi economico-aziendali del primo e secondo anno e il corso di Diritto Commerciale.

OBIETTIVI FORMATIVI

Gli obiettivi del corso sono finalizzati a comprendere i sistemi di governance delle società per collegarli ai sistemi di misurazione della performance aziendale. Il collegamento tra governance e misurazione della performance deve trovare il conforto in sistemi di controllo interno che garantiscono la compliance formale e sostanziale ai sistemi di remunerazione basati sul merito. Il sistema informativo rappresenta quindi una struttura fondamentale per garantire la condivisione del modello di business e dei processi operativi che consentono di applicare sistemi coerenti di misurazione della performance e di controllo dei livelli di raggiungimento dei risultati.

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO ATTESI

Capacità di leggere e comprendere la struttura di governance delle società di capitali.

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

Relazione, discussione di casi e prova d'esame.

Relazione più prova scritta

PROGRAMMA

Sistemi di governance. Soggetto economico e soggetto giuridico (la formazione dei gruppi aziendali

I metodi di consolidamento.

Le leve azionarie e le leve finanziarie.

Il codice di autodisciplina delle società quotate.

Le funzioni dell'investor relator.

Il processo di controllo interno.

Il revisore esterno.

I giudizi di revisione.

Esame di alcuni giudizi delle società quotate.

Il dirigente preposto ex L. 262/05

Il modello organizzativo. Ex D.Lgs 231/01

Sistemi di governance delle società di capitali.

Sistemi di controllo interno delle imprese.

Modelli di monitoraggio e vigilanza della gestione aziendale.

TESTI CONSIGLIATI E BIBLIOGRAFIA

Valter Cantino, Corporate Governance, Giuffrè editore, Milano, ultima edizione

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Martedì	9:00 - 12:00	Aula 5 SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
Lezioni: dal 23/09/2014 al 05/06/2015		

Pagina web del corso: http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=e460

Diritto avanzato (Corso Integrato di)

Integrated Advanced course of Law

Anno accademico:	2014/2015
Codice attività didattica:	SAA0005
Docenti:	Prof. Francesco Costamagna (Titolare del corso) Dott. Stefano Montaldo (Titolare del corso) Prof. Patrizia Grosso (Titolare del corso)
Contatti docente:	<i>francesco.costamagna@unito.it</i>
Corso di studio:	Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)
Anno:	2° anno
Tipologia:	Caratterizzante - Giuridico
Crediti/Valenza:	12
SSD attività didattica:	IUS/04 - diritto commerciale IUS/14 - diritto dell'unione europea
Erogazione:	Tradizionale
Lingua:	Italiano
Frequenza:	Obbligatoria
Tipologia esame:	Orale

PREREQUISITI

Corso integrato di Diritto Base Integrated Basic Course on Law

OBIETTIVI FORMATIVI

ITALIANO

Le informazioni di dettaglio sono inserite sulle schede dei moduli didattici

ENGLISH

Detailed information are available in the data sheet of each teaching module

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO ATTESI

ITALIANO

Le informazioni di dettaglio sono inserite sulle schede dei moduli didattici

ENGLISH

Detailed information are available in the data sheet of each teaching module

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

ITALIANO

Esame finale e possibilità di specifici lavori di approfondimento durante il corso

ENGLISH

Final exam and possible interim assignments

L'esame finale si tiene in forma orale. Esso consiste di 6 domande, di cui 3 per il modulo Diritto commerciale e 3 per il modulo Diritto dell'Unione Europea. La valutazione tiene conto anche della partecipazione dello studente in aula, nonché dei risultati ottenuti nella redazione di specifici lavori di approfondimento tematico assegnati durante il corso. ----- There is an oral examination made up of 6 questions: three are on Commercial law and three are on EU Law. Class participation during the contact hours will be taken into consideration when assigning the mark, as well as the quality of the assignments carried out during the course.

ATTIVITÀ DI SUPPORTO

ITALIANO

Durante il corso, verranno svolte attività di tutorato durante le quali gli studenti sono invitati a porre quesiti su quanto non compreso durante le lezioni.

ENGLISH

During the course, students can have access to a tutorship programme

PROGRAMMA

ITALIANO

Le informazioni di dettaglio sono inserite sulle schede dei moduli didattici.

ENGLISH

Detailed information are available in the data sheet of each teaching module

ITALIANO

Le informazioni di dettaglio sono inserite sulle schede dei moduli didattici.

ENGLISH

Detailed information are available in the data sheet of each teaching module

TESTI CONSIGLIATI E BIBLIOGRAFIA

ITALIANO

Le informazioni di dettaglio sono inserite sulle schede dei moduli didattici.

ENGLISH

Detailed information are available in the data sheet of each teaching module

NOTA

Moduli didattici:

- Diritto Commerciale
- Diritto dell'Unione Europea

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Nota: L'orario delle lezioni è indicato nei singoli moduli		

Pagina web del corso: http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=f777

Diritto Commerciale

Business Law

Anno accademico:	2014/2015
Codice attività didattica:	SAA0005B
Docente:	Prof. Patrizia Grosso (Titolare del corso)
Contatti docente:	0116706118, patrizia.grosso@unito.it
Corso integrato:	• Diritto avanzato (Corso Integrato di)
Anno:	
Tipologia:	
Crediti/Valenza:	6
SSD attività didattica:	IUS/04 - diritto commerciale
Erogazione:	Tradizionale
Lingua:	Italiano
Frequenza:	Obbligatoria
Tipologia esame:	Orale

OBIETTIVI FORMATIVI

ITALIANO

OBIETTIVI

Il Modulo ha lo scopo di fornire la conoscenza dei principali istituti di del diritto commerciale con particolare riferimento al diritto dell'impresa, al diritto della concorrenza e del mercato e alla contrattualistica dell'informazione. Si intende dotare lo studente di strumenti interpretativi finalizzati a sviluppare un metodo critico autonomo di ricognizione della fattispecie concreta e normativa per la gestione delle relazioni nel mondo dell'impresa.

ENGLISH

OBJECTIVES

The aim of the course is to provide students with a knowledge of the most important institutions involved in commercial law, with a particular emphasis on laws regarding companies, competition, the market and information contracts.

Students should be equipped with the necessary tools to develop an autonomous critical method to recognise

what laws and norms are applied to companies and the business world.

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO ATTESI

ITALIANO

Conoscenza degli istituti del diritto commerciale e delle metodologie di applicazione dei medesimi.

ENGLISH

COMPETENCES ACQUIRED. A basic knowledge of commercial law and how it is applied.

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

L'esame finale si tiene in forma orale. Esso consiste di 6 domande, di cui 3 per il modulo Diritto commerciale e 3 per il modulo Diritto dell'Unione Europea.

La valutazione tiene conto anche della partecipazione dello studente in aula, nonché dei risultati ottenuti nella redazione di specifici lavori di approfondimento tematico assegnati durante il corso.

Orale

PROGRAMMA

ITALIANO

METODI DIDATTICI

Lezioni frontali tenute dal docente del modulo così suddivise:

- introduzione degli istituti;
- analisi degli strumenti interpretativi correlati;
- proiezione nella fattispecie concreta e progettazione delle relazioni, attraverso la discussione di casi in contraddittorio con gli studenti.

PROGRAMMA

Modulo: DIRITTO COMMERCIALE

1 - Le fonti del diritto commerciale italiano: norme nazionali, transnazionali e sovranazionali. Dialettica fra mondo civile e mondo dell'impresa. Elementi di teoria dell'interpretazione e dell'applicazione della norma.

2 - Impresa e imprenditore: l'imprenditore.

3 - Impresa e imprenditore: continua. L'azienda e la sua circolazione.

4 - L'imprenditore commerciale

5 - L'imprenditore collettivo privato e pubblico. Le società.

6 - Le società di persone

7 - Le società di capitali: introduzione. Frammentazione del sistema. Costituzione e modalità di partecipazione e gestione

8 - Le società di capitali: assemblea

9 - Le società di capitali: organi gestori e organi di controllo

10 - Le società di capitali: le modificazioni dell'atto costitutivo e le operazioni straordinarie.

11 - Le società di capitali: le operazioni straordinarie. Lo scioglimento. Revisione dei principali nodi problematici nella gestione della società di capitali.

12 - Le altre società. Imprese, enti e società a statuto speciale.

13 - Forme di integrazione fra imprese e i gruppi.

14 - Impresa e mercato: il sistema economico, la concorrenza ed i controlli del mercato nell'ordinamento italiano.

15 - I contratti dell'informazione: nozioni generali e analisi delle forme contrattuali.

ENGLISH

TEACHING METHODS

Contact hours with the teacher divided in the following modules:

- introductions to institutions
- analysis of the interpretative correlated tools
- discussion of case studies together with the students

SYLLABUS

Commercial Law

1 – The origins of Italian commercial law: national, transnational and supranational . Communication between civilians and companies. Theoretical elements of the application and interpretation of the norms.

2 – Company and the entrepreneur: the entrepreneur

3 – Company and the entrepreneur: the company and its circulation

4 – The commercial entrepreneur

5 – The private and public entrepreneur. Societies.

6 - Private partnerships

7 – Joint-stock companies: introduction, fragmentation of the system. Creation, ways of participation and management.

8 – Joint-stock companies: meetings

9 – Joint-stock companies: management and controlling bodies

10 – Joint-stock companies: amendments to the constitutional acts and extraordinary operations.

11 – Joint-stock companies: extraordinary operations. Dissolution. Revision of the main problems involved in the management of a joint-stock company.

12 – Other companies. Firms, organizations with a special statute.

13 – Ways groups and firms can integrate.

14 – Companies and the market; the economic system, competition and market controls in compliance with Italian law.

15 – Information contracts: general notions and analysis of contractual forms

16 – Information contracts: analysis of the forms of contracts. Case studies.

TESTI CONSIGLIATI E BIBLIOGRAFIA

ITALIANO

Testi adottati:

F.GALGANO, Diritto commerciale, L'imprenditore-le Società, Ed. Zanichelli-Bologna, ultima edizione ,

G.DE NOVA, Codice civile, Editore Zanichelli, ultima edizione;

ENGLISH

Main books

Main books

F.GALGANO, Business Law, Entrepreneur-Company, ed. Zanichelli-Bologna, latest edition

G.DE NOVA, Civil Code, Editore Zanichelli-Bologna, latest edition;

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Mercoledì	13:30 - 16:30	Aula 3 SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
Giovedì	9:15 - 12:15	Aula 3 SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
Lezioni: dal 24/09/2014 al 05/12/2014		

Pagina web del modulo: http://saa.campusnet.unito.it/do/moduli.pl/Show?_id=910f

Diritto dell'Unione Europea

European Union Law

Anno accademico:	2014/2015
Codice attività didattica:	SAA0005A
Docente:	Prof. Francesco Costamagna (Titolare del corso) Dott. Stefano Montaldo (Titolare del corso)
Contatti docente:	<i>francesco.costamagna@unito.it</i>
Corso integrato:	<ul style="list-style-type: none">• Diritto avanzato (Corso Integrato di)• Diritto avanzato (Corso Integrato di)
Anno:	
Tipologia:	
Crediti/Valenza:	6
SSD attività didattica:	IUS/14 - diritto dell'unione europea
Erogazione:	Tradizionale
Lingua:	Italiano
Frequenza:	Obbligatoria
Tipologia esame:	Orale

PREREQUISITI

Corso integrato di Diritto Base

OBIETTIVI FORMATIVI

ITALIANO

Il Modulo si propone di fornire le nozioni di base del Diritto dell'Unione europea, con particolare riferimento al sistema delle fonti e delle istituzioni dell'Unione europea, anche in rapporto al sistema nazionale, nonché al sistema giurisdizionale e alle politiche dell'Unione.

L'obiettivo è fornire una conoscenza degli elementi essenziali dell'Unione europea al fine di sviluppare una capacità

di leggere anche in materia critica i documenti concernenti i rapporti tra l'ordinamento interno e l'ordinamento europeo.

ENGLISH

OBJECTIVES

The aim of the course is to provide the students with the basic concepts of EU law, with particular emphasis on the origins and institutions of European Union law, also in relation to the national system and well as the juridical system of the EU.

The aim is to provide students with a sufficient knowledge in order to be able to read documentation regarding the relation between national and European laws.

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO ATTESI

ITALIANO

Conoscenza degli elementi essenziali del diritto dell'Unione europea.

ENGLISH

Knowledge of the fundamental notions of European Law

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

ITALIANO

L'esame finale, in forma orale, mira a verificare l'acquisizione da parte dello studente delle capacità analitiche di base per la corretta comprensione del diritto dell'UE e delle sue principali dinamiche istituzionali.

ENGLISH

The final exams aims at assessing whether the student has acquired those basic analytical skills that are necessary to understand EU law and its fundamental institutional evolution.

L'esame finale si tiene in forma orale. Esso consiste di 3 domande. La valutazione tiene conto anche della partecipazione dello studente in aula. ----- There is an oral examination made up of three questions. Class participation will be taken into consideration for the evaluation.

ATTIVITÀ DI SUPPORTO

ITALIANO

Durante il corso, verranno svolte attività di tutorato durante le quali gli studenti sono invitati a porre quesiti su quanto non compreso durante le lezioni.

ENGLISH

During the course, students can have access to a tutoring programme

PROGRAMMA

ITALIANO

METODI DIDATTICI

L'attività didattica si articola in:

- lezioni frontali tenute dai docenti del corso e finalizzate all'acquisizione delle nozioni di base del diritto dell'Unione europea.
- Incontri di approfondimento durante i quali saranno affrontati alcuni dei temi di maggiore attualità relativi al processo di integrazione europea. Questi incontri mirano a stimolare la partecipazione attiva degli studenti. Gli argomenti trattati saranno in parte scelti in collaborazione con gli studenti, sulla base dei loro specifici interessi.

PROGRAMMA

Modulo I: Il quadro istituzionale e le fonti del diritto dell'Unione Europea

- 1 -Le origini e lo sviluppo del processo di integrazione europea. I valori costituzionali dell'Unione europea
- 2 -Il quadro istituzionale dell'Unione europea: il Parlamento europeo e il Consiglio europeo
- 3 -Il quadro istituzionale dell'Unione europea: il Consiglio
- 4 - Il quadro istituzionale dell'Unione europea: la Commissione europea, la Corte dei Conti ed i comitati

Modulo II: Il sistema giurisdizionale, le fonti e le politiche dell'Unione Europea

- 5 - Le fonti del diritto dell'Unione europea: il diritto primario, i principi generali
- 6 - Le fonti del diritto dell'Unione europea: gli atti delle istituzioni
- 7 - Le competenze dell'Unione europea. I principi di sussidiarietà e proporzionalità
- 8 - Adattamento del diritto interno al diritto dell'Unione europea
- 9 - Il primato del diritto dell'Unione europea
- 10 - Gli organi giurisdizionali dell'Unione europea
- 11- Il sistema di tutela giurisdizionale: il ricorso di annullamento
- 12 - Il sistema di tutela giurisdizionale: la procedura di infrazione e il rinvio pregiudiziale
- 13 - La tutela dei diritti fondamentali
- 14 - La cittadinanza europea

ENGLISH

TEACHING METHODS

The teaching activity is structured as follows:

- Lessons held by the teachers of the Module, focusing on EU law's key aspects.
- Special seminars where various topics regarding the European integration process will be discussed more thoroughly, with the aim of stimulating students' active participation. Some of the topics will be selected together with the students on the basis of their interests.

COURSE CONTENTS

Module 1: The institutional framework and the sources of EU Law

- 1 - The origins and development of the process of European Integration

- 2 – The institutional framework of the European Union: the European Council and Parliament
- 3 - The institutional framework of the European Union: the Council
- 4 - The institutional framework of the European Union: the European Commission, European Court of Auditors and committees

Module 2: The judicial system, sources and policies of the European Union

- 5 – Sources of EU law: primary law, the general principles
- 6 – Sources of EU Law: the acts of the institutions
- 7 – European Union competences. The principles of subsidiarity and proportionality
- 8 – Relationship between national laws and European law
- 9 – Supremacy of EU Law
- 10 – EU judicial bodies
- 11 – The judicial system: the annulment procedure
- 12 - The judicial system: the infringement procedure and the preliminary ruling procedure
- 13 – The protection of fundamental rights
- 14 – European citizenship

ITALIANO

Il corso si concentra sui principali aspetti istituzionali del diritto dell'Unione europea, affrontando la loro evoluzione nel corso del processo di integrazione. Il corso si articola in lezioni frontali, dedicate alla spiegazione degli istituti del diritto UE e in seminari di approfondimento.

ENGLISH

The course focuses on the main institutional aspects of EU law, by taking into account their historical evolution throughout the whole integration process. The course is composed by lessons, which focus on the main institutional aspects of EU law, and seminars looking at more specific issues.

TESTI CONSIGLIATI E BIBLIOGRAFIA

ITALIANO

Il materiale didattico presentato a lezione è disponibile presso la Segreteria Studenti.

Il testo adottato è:

R. Adam, A. Tizzano, Lineamenti di Diritto dell'Unione Europea, Ed. Giappichelli, Torino, ultima edizione

B. Nascimbene, Unione Europea. trattati. L'europa in movimento, Giappichelli, Torino, ultima edizione

Link ad altre eventuali informazioni e siti internet di interesse

- www.europa.eu
- www.curia.eu
- www.cortieuropee.unito.it
- www.youtube.com/user/eutube

ENGLISH

Material used during the lessons will be available at the student service office.

Course books:

Lineamenti di Diritto dell'Unione Europea, R. Adam. A Tizzano, Giappichelli, Torino, latest edition

Unione Europa, trattati. L'europa in movimento, B. Nascimbene, Giappichelli, Torino, latest edition

Links to other information or websites of interest.

- www.europa.eu
- www.curia.eu
- www.cortieuropee.unito.it
- www.youtube.com/user/eutube

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Mercoledì	13:30 - 16:30	Aula 3 SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
Venerdì	9:15 - 12:15	Aula 3 SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale

Lezioni: dal 24/09/2014 al 19/12/2014

Pagina web del modulo: <http://saa.campusnet.unito.it/do/moduli.pl/Show? id=d303>

Diritto dell'informazione e della comunicazione aziendale

Corporate Information and Communication Law

Anno accademico:	2014/2015
Codice attività didattica:	AA035
Docente:	Dott. Cristina Barettini (Titolare del corso)
Contatti docente:	<i>crisrina.barettini@unito.it</i>
Corso di studio:	Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)
Anno:	2° anno 3° anno
Tipologia:	A scelta dello studente
Crediti/Valenza:	3
SSD attività didattica:	IUS/04 - diritto commerciale
Erogazione:	Tradizionale
Lingua:	Italiano
Frequenza:	Obbligatoria
Tipologia esame:	Orale

OBIETTIVI FORMATIVI

ITALIANO

Finalità: Il corso si propone di fornire agli studenti nozioni teoriche ed un approccio metodologico e critico in materia di disciplina giuridica sulla comunicazione aziendale. A tale fine il percorso di apprendimento comprenderà sia lo studio della disciplina legislativa in materia che l'analisi critica e la discussione di casi reali.

Obiettivi: Lo studente dovrà acquisire conoscenze sulla materia e strumenti concettuali che gli permettano di operare autonomamente nell'attività di comunicazione aziendale esterna.

ENGLISH

OBJECTIVES

The course aims at providing students with theoretical concepts and a methodological and critical approach to the subject of company communication. Therefore rules will be studied and case studies will be analyzed and discussed.

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO ATTESI

ITALIANO

Capacità di autonomo reperimento, analisi ed applicazione della disciplina legislativa in materia di comunicazione aziendale.

ENGLISH

COMPETENCES ACQUIRED

Students should gain a knowledge of the laws and tools in order to be able to operate autonomously in a company with regard to external company communication

PROGRAMMA

ITALIANO

Metodi didattici

L'attività didattica si articola attraverso tre fasi:

- lezione frontale, finalizzata all'illustrazione della legislazione e delle sue principali problematiche
- analisi individuale, di gruppo o collettiva di casi pratici e decisioni di autorità amministrative o giudiziarie, focalizzata sull'individuazione dei problemi affrontati e dei principi normativi applicati;
- esposizione e discussione delle decisioni esaminate, con inquadramento dei casi pratici all'interno del quadro legislativo.

Programma

- 1 - La disciplina della pubblicità commerciale
- 2 - Informazione e pratiche commerciali sleali
- 3 - Garanzie post vendita e requisiti informativi
- 4 - Requisiti informativi nelle vendite a distanza

ENGLISH

TEACHING METHODS

The course is divided into 3 parts.

- contact hours, aimed at presenting and explaining the most important laws and problems;
- individual, group or collective analysis of case studies, aimed at identifying the problems faced and the main norms applied;
- presentation and discussion on the decisions examined, placing the case studies within the legislative framework.

SYLLABUS

- Advertising rules
- Information and unfair trade practices
- Post sale guarantees and information requirements
- Information requirements in distance sales

TESTI CONSIGLIATI E BIBLIOGRAFIA

- Il materiale didattico presentato a lezione è disponibile presso:

Copie dei testi di legge e delle decisioni giudiziali ed amministrative sono fornite agli studenti durante le lezioni e sono comunque disponibili in segreteria.

- Bibliografia consigliata

Per coloro che non possono frequentare, si consiglia di integrare lo studio del materiale fornito dal docente con la lettura dei testi che verranno consigliati dal docente, su richiesta dello studente.

Per approfondimenti della materia, si suggerisce di consultare:

- Salvatore Sica, Vincenzo Zeno-Zencovich, Manuale di diritto dell'informazione e della comunicazione, CEDAM, 2009.
- Aldo Frignani, Wanya Carraro, Gianmaria D'Amico (a cura di), La comunicazione pubblicitaria d'impresa, Giuffr , 2009
- Paolo Caretti, Diritto dell'informazione e della comunicazione, Il Mulino, 2009
- Fabio Bassan (a cura di), Diritto delle comunicazioni elettroniche, Giuffr , 2010

COURSE MATERIAL

The course material used during the lessons will be available at the secretarial office.

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Lezioni: dal 11/04/2015 al 23/05/2015		
Nota: orario: 9.00 - 13.00		
11 aprile 2015		
18 aprile 2015		
9 maggio 2015		
23 maggio 2015		

Pagina web del corso: http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=f25c

Diritto pubblico e dell'Unione Europea (Corso integrato)

Anno accademico:	2014/2015
Codice attività didattica:	SAA0063
Docente:	Prof. Francesco Costamagna (Titolare del corso) Dott. Mario Aioldi (Titolare del corso) Dott. Stefano Montaldo (Titolare del corso)
Contatti docente:	<i>francesco.costamagna@unito.it</i>
Corso di studio:	Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)
Anno:	1° anno
Tipologia:	Di base - Giuridico
Crediti/Valenza:	11
SSD attività didattica:	IUS/09 - istituzioni di diritto pubblico IUS/14 - diritto dell'unione europea
Erogazione:	Tradizionale
Lingua:	Italiano
Frequenza:	Obbligatoria
Tipologia esame:	Scritto ed orale

PREREQUISITI

-

OBIETTIVI FORMATIVI

ITALIANO

OBIETTIVI

Le informazioni di dettaglio sono inserite sulle schede dei moduli didattici

ENGLISH

OBJECTIVES

Detailed information are available in the data sheet of each teaching module

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO ATTESI

ITALIANO

Le informazioni di dettaglio sono inserite sulle schede dei moduli didattici

ENGLISH

COMPETENCES ACQUIRED

Detailed information are available in the data sheet of each teaching module

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

ITALIANO

Le informazioni di dettaglio sono inserite sulle schede dei moduli didattici

ENGLISH

Detailed information are available in the data sheet of each teaching module

ATTIVITÀ DI SUPPORTO

ITALIANO

Durante il corso, verranno svolte attività di tutorato durante le quali gli studenti sono invitati a svolgere esercitazioni casistiche e porre quesiti su quanto non compreso durante le lezioni.

ENGLISH

During the course, tutoring activities will be carried out and students are requested to perform case studies and ask questions on what they have not understood in lessons.

PROGRAMMA

ITALIANO

Le informazioni di dettaglio sono inserite sulle schede dei moduli didattici

ENGLISH

Detailed information are available in the data sheet of each teaching module

TESTI CONSIGLIATI E BIBLIOGRAFIA

ITALIANO

Le informazioni di dettaglio sono inserite sulle schede dei moduli didattici

ENGLISH

Detailed information are available in the data sheet of each teaching module

Moduli didattici:

- Diritto dell'Unione Europea
- Istituzioni di Diritto pubblico

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Nota: L'orario delle lezioni è pubblicato sui singoli moduli		

Pagina web del corso: http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=qxdq

Diritto dell'Unione Europea

Anno accademico:	2014/2015
Codice attività didattica:	SAA0063B
Docenti:	Prof. Francesco Costamagna (Titolare del corso) Dott. Stefano Montaldo (Titolare del corso)
Contatti docente:	<i>francesco.costamagna@unito.it</i>
Corso integrato:	• Diritto pubblico e dell'Unione Europea (Corso integrato)
Anno:	
Tipologia:	
Crediti/Valenza:	6
SSD attività didattica:	IUS/14 - diritto dell'unione europea
Erogazione:	Tradizionale
Lingua:	Italiano
Frequenza:	Obbligatoria
Tipologia esame:	Orale

OBIETTIVI FORMATIVI

ITALIANO

Il Modulo si propone di fornire le nozioni di base del Diritto dell'Unione europea, con particolare riferimento al sistema delle fonti e delle istituzioni dell'Unione europea, anche in rapporto al sistema nazionale, nonché al sistema giurisdizionale e alle politiche dell'Unione.

L'obiettivo è fornire una conoscenza degli elementi essenziali dell'Unione europea al fine di sviluppare una capacità di leggere anche in materia critica i documenti concernenti i rapporti tra l'ordinamento interno e l'ordinamento europeo.

ENGLISH

The aim of this Module is to provide students with the basic concepts of EU law, with particular emphasis on the origins and institutions of European Union law, also in relation to the national system and well as the judicial system of the EU.

The aim is to provide students with a sufficient knowledge in order to be able to read and understand documentation regarding the relation between national and European laws.

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO ATTESI

ITALIANO

Conoscenza degli elementi essenziali del diritto dell'Unione europea.

ENGLISH

The final exam is oral and it aims at assessing whether the student has acquired those basic analytical skills that are necessary to understand EU law and its fundamental institutional evolution.

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

ITALIANO

L'esame finale, in forma orale, mira a verificare l'acquisizione da parte dello studente delle capacità analitiche di base per la corretta comprensione del diritto dell'UE e delle sue principali dinamiche istituzionali.

ENGLISH

The final exam is oral and it aims at assessing whether the student has acquired those basic analytical skills that are necessary to understand EU law and its fundamental institutional evolution.

PROGRAMMA

ITALIANO

Modulo I: Il quadro istituzionale e le fonti del diritto dell'Unione Europea

- 1 - Le origini e lo sviluppo del processo di integrazione europeo. I valori costituzionali dell'Unione europea
- 2 - Il quadro istituzionale dell'Unione europea: il Parlamento europeo e il Consiglio europeo
- 3 - Il quadro istituzionale dell'Unione europea: il Consiglio
- 4 - Il quadro istituzionale dell'Unione europea: la Commissione europea, la Corte dei Conti ed i comitati

Modulo II: Il sistema giurisdizionale, le fonti e le politiche dell'Unione Europea

- 5 - Le fonti del diritto dell'Unione europea: il diritto primario, i principi generali
- 6 - Le fonti del diritto dell'Unione europea: gli atti delle istituzioni
- 7 - Le competenze dell'Unione europea. I principi di sussidiarietà e proporzionalità
- 8 - Adattamento del diritto interno al diritto dell'Unione europea
- 9 - Il primato del diritto dell'Unione europea
- 10 - Gli organi giurisdizionali dell'Unione europea
- 11 - Il sistema di tutela giurisdizionale: il ricorso di annullamento
- 12 - Il sistema di tutela giurisdizionale: la procedura di infrazione e il rinvio pregiudiziale
- 13 - La tutela dei diritti fondamentali
- 14 - La cittadinanza europea

ENGLISH

Module 1: The institutional framework and the sources of EU Law

- 1 - The origins and development of the process of European Integration
- 2 - The institutional framework of the European Union: the European Council and Parliament
- 3 - The institutional framework of the European Union: the Council
- 4 - The institutional framework of the European Union: the European Commission, European Court of Auditors and committees

Module 2: The judicial system, sources and policies of the European Union

- 5 - Sources of EU law: primary law, the general principles
- 6 - Sources of EU Law: the acts of the institutions
- 7 - European Union competences. The principles of subsidiarity and proportionality
- 8 - Relationship between national laws and European law
- 9 - Supremacy of EU Law
- 10 - EU judicial bodies
- 11 - The judicial system: the annulment procedure
- 12 - The judicial system: the infringement procedure and the preliminary ruling procedure
- 13 - The protection of fundamental rights
- 14 - European citizenship

TESTI CONSIGLIATI E BIBLIOGRAFIA

ITALIANO

R. Adam, A. Tizzano, Lineamenti di Diritto dell'Unione Europea, Ed. Giappichelli, Torino, ultima edizione

B. Nascimbene, Unione Europea. trattati. L'europa in movimento, Giappichelli, Torino, ultima edizione.

ENGLISH

Lineamenti di Diritto dell'Unione Europea, R. Adam. A Tizzano, Giappichelli, Torino, latest edition

Unione Europa, trattati. L'europa in movimento, B. Nascimbene, Giappichelli, Torino, latest edition

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Mercoledì	13:15 - 16:15	Aula Magna SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
Venerdì	13:15 - 16:15	Aula Magna SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale

Nota: Diritto Pubblico e dell'Unione Europea (Corso integrato)
La data di inizio delle lezioni del modulo di Diritto dell'Unione Europea è in via di definizione

Pagina web del modulo: http://saa.campusnet.unito.it/do/moduli.pl/Show?_id=ac02

Istituzioni di Diritto pubblico

Public Law Institutions

Anno accademico:	2014/2015
Codice attività didattica:	SAA0063A
Docente:	Dott. Mario Airoidi (Titolare del corso)
Contatti docente:	011.6706029, mario.airoidi@unito.it
Corso integrato:	<ul style="list-style-type: none">• Diritto pubblico e dell'Unione Europea (Corso integrato)• Diritto pubblico e dell'Unione Europea (Corso integrato)
Anno:	
Tipologia:	
Crediti/Valenza:	5
SSD attività didattica:	IUS/09 - istituzioni di diritto pubblico
Erogazione:	Tradizionale
Lingua:	Italiano
Frequenza:	Obbligatoria
Tipologia esame:	Scritto ed orale

PREREQUISITI

.

OBIETTIVI FORMATIVI

ITALIANO

Il corso si propone di far acquisire allo studente la conoscenza dei fondamenti dell'ordinamento giuridico italiano, anche al fine di poter conseguire gli strumenti necessari per una adeguata comprensione delle dinamiche della realtà politico-istituzionale italiana.

ENGLISH

The course aims to provide the student with knowledge of the fundamentals of Italian legal law system, also in order to achieve the necessary tools for an adequate understanding of the dynamics of political-institutional Italian reality.

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO ATTESI

Conoscenza delle nozioni di base relative agli istituti fondamentali del diritto pubblico

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

L'esame si svolgerà in forma scritta e orale.

La prova scritta, che è condizione per l'ammissione all'orale, si articola in 20 domande a risposta chiusa, cui deve essere data risposta (scegliendo una delle tre) in 20' (venti minuti primi). Rispondendo correttamente a 15 domande su 20 si è ammessi all'orale (obbligatorio).

Le modalità con cui lo studente strutturerà la risposta, così come la padronanza dei concetti e il livello di approfondimento dell'argomento, consentiranno al docente di valutare se e in quale misura siano stati raggiunti gli obiettivi formativi del corso.

PROGRAMMA

1. Caratteri fondamentali del fenomeno giuridico e forme di Stato.
2. Il sistema delle fonti normative e la loro interpretazione
3. La Costituzione e la sua revisione. Il Referendum abrogativo e quello costituzionale
4. La legge e la sua approvazione.
5. Decreto legge e decreto legislativo
6. I regolamenti
7. Il potere giudiziario
8. La Corte costituzionale.
9. Organizzazione degli apparati amministrativi e principi in tema di attività amministrativa
10. Parlamento, Governo e Presidente della Repubblica
11. Organi ausiliari. Diritti di libertà.
12. Regioni ed enti locali.

È indispensabile la conoscenza della Costituzione della Repubblica italiana, dei primi quindici artt. delle Disposizioni sulla legge in generale (o preleggi) di cui al D.R. 16 marzo 1942, n. 262, nonché della L. 241/90.

Programma d'esame (da CARETTI e DE SIERVO, Diritto costituzionale e pubblico, Torino, 2014):

- Cap. I - Caratteri fondamentali del fenomeno giuridico. [Sì]
- Cap. II - Le forme di Stato ecc. [solo leggere]
- Cap. III - Lo Stato costituzionale [Sì]
- Cap. IV - Le trasformazioni delle Istituzioni pubbliche ecc. [NO]
- Cap. V - L'Italia e l'UE [Solo leggere salvo § 3 (da sapere)]
- Cap. VI - Il corpo elettorale [fare tutto eccetto §§ da 6 a 13 (da Capacità elettorale a La disciplina delle campagne elettorali) e §§ da 20 alla fine (da Il Referendum per la fusione di Regioni esistenti, ecc. alla fine del Cap.)]
- Cap. VII - Il Parlamento [Sì]
- Cap. VIII - Il Presidente della Repubblica [Sì]
- Cap. IX - Il Governo [fare tutto eccetto § 9 (Gli Alti commissari, ecc.)]
- Cap. X - L'organizzazione degli apparati amministrativi ecc.
 - Sez. I (Principi costituzionali, ecc.) [Sì]
 - della Sez. II (Gli apparati statali) fare solo §§ 8 (I beni della PA) e 10 (Le Autorità amm.ve indipendenti)
 - Sez. III (Organi ausiliari) [Sì]
- Cap. XI - Principi in tema di attività amm.va [Sì]
- Cap. XII - Regioni ed enti locali [fare tutto eccetto §§ da 8 alla fine (da L'autonomia amministrativa alla fine del Cap.); leggere § 12]
- Cap. XIII - La Corte costituzionale [Sì]
- Cap. XIV - Il potere giudiziario [Sì]
- Cap. XV - I diritti di libertà [Sì]
- Cap. XVI - Il sistema delle fonti normative [Sì]

TESTI CONSIGLIATI E BIBLIOGRAFIA

ITALIANO

CARETTI e DE SIERVO, Diritto Costituzionale e pubblico, Giappichelli ed., Torino, 2012, € 32,54

AIROLDI, Commentari ai test per la prova di diritto pubblico, Giappichelli ed., Torino, 2012, € 25

ENGLISH

CARETTI e DE SIERVO, Diritto Costituzionale e pubblico, Giappichelli ed., Torino, 2012, € 32,54

AIROLDI, Commentari ai test per la prova di diritto pubblico, Giappichelli ed., Torino, 2012, € 25

NOTA

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Martedì	13:15 - 16:15	Aula Magna SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
Giovedì	9:00 - 12:00	Aula Magna SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale

Lezioni: dal 23/09/2014 al 19/12/2014

Nota: Diritto Pubblico e dell'Unione Europe (Corso integrato)

Pagina web del modulo: <http://saa.campusnet.unito.it/do/moduli.pl/Show? id=04f5>

Diritto regionale

Italian Regional Law

Anno accademico:	2014/2015
Codice attività didattica:	SAA0032
Docente:	Dott. Mario Airoidi (Titolare del corso)
Contatti docente:	011.6706029, mario.airoidi@unito.it
Corso di studio:	Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)
Anno:	2° anno 3° anno
Tipologia:	A scelta dello studente
Crediti/Valenza:	3
SSD attività didattica:	IUS/09 - istituzioni di diritto pubblico
Erogazione:	Tradizionale
Lingua:	Italiano
Frequenza:	Obbligatoria
Tipologia esame:	Orale

OBIETTIVI FORMATIVI

ITALIANO

Obiettivi del corso sono: l'acquisizione di strumenti concettuali per comprendere le nozioni base e le principali fonti dell'ordinamento giuridico regionale; l'apprendimento di una metodologia di analisi di testi giuridici; l'acquisizione di strumenti per comprendere le differenti competenze ed il ruolo di Stato, Regioni ed enti locali; la conoscenza del funzionamento degli organi della Regione.

ENGLISH

OBJECTIVES

The course aims at providing students with the conceptual tools necessary to understand the basic notions and main origins of regional law, as well as enabling them to analyze juridical texts, understand the different competences and the role of the State, Regions and local authorities and understand how the bodies of the Region operate .

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO ATTESI

ITALIANO

Conoscenza degli elementi essenziali dell'ordinamento regionale italiano.

ENGLISH

COMPETENCES ACQUIRED

A basic knowledge of the establishment of regional law.

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

L'esame si svolgerà in forma orale.

Le modalità con cui lo studente strutturerà la risposta, così come la padronanza dei concetti e il livello di approfondimento dell'argomento, consentiranno al docente di valutare se e in quale misura siano stati raggiunti gli obiettivi formativi del corso.

L'esame si svolgerà in forma orale

PROGRAMMA

1. Stato unitario e stato federale. L'autonomia italiana.
2. Gli Statuti e forma di governo regionale. La legislazione elettorale.
3. Le fonti.
4. Autonomia amministrativa e finanziaria delle Regioni.
5. Il Presidente della Giunta e il Consiglio regionale.
6. Potere estero delle Regioni e rapporti con l'Unione Europea.
7. Istituti di raccordo Stato-Regioni.

TESTI CONSIGLIATI E BIBLIOGRAFIA

ITALIANO

D'ATENA, Diritto regionale, Giappichelli ed., Torino

- Link ad altre eventuali informazioni e siti internet di interesse:
- <http://www.regione.piemonte.it/>
www.consiglioregionale.piemonte.it
www.cortecostituzionale.it
www.federalismi.it
<http://www.issirfa.cnr.it/>

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Sabato	9:00 - 13:00	Aula Magna SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
Lezioni: dal 11/10/2014 al 06/12/2014		
Nota: Orario lezioni: 9.00 - 13.00		
Sabato 11 ottobre 2014		
Sabato 18 ottobre 2014		
Sabato 25 ottobre 2014		
Sabato 6 dicembre 2014		

Pagina web del corso: http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=8dc9

Economia (Corso Integrato di)

Integrated course of Economics

Anno accademico:	2014/2015
Codice attività didattica:	SAA0006
Docente:	Pier Paolo Patrucco (Titolare del corso) Prof. Filippo Monge (Titolare del corso)
Contatti docente:	011 6704970, <i>pierpaolo.patrucco@unito.it</i>
Corso di studio:	Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)
Anno:	2° anno
Tipologia:	Caratterizzante - Economico
Crediti/Valenza:	10
SSD attività didattica:	SECS-P/01 - economia politica SECS-P/06 - economia applicata
Erogazione:	Tradizionale
Lingua:	Italiano
Frequenza:	Obbligatoria
Tipologia esame:	Scritto ed orale

PREREQUISITI

Istituzioni di Economia

OBIETTIVI FORMATIVI

Le informazioni di dettaglio sugli obiettivi formativi sono inserite sulle schede dei moduli didattici.

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO ATTESI

Le informazioni di dettaglio sui risultati dell'apprendimento attesi sono inserite sulle schede dei moduli didattici.

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

Le informazioni di dettaglio sulle modalità di verifica dell'apprendimento sono inserite sulle schede dei moduli didattici.

ATTIVITÀ DI SUPPORTO

Durante il corso, verranno svolte attività di tutorato durante le quali gli studenti sono invitati a porre quesiti su quanto non compreso durante le lezioni.

PROGRAMMA

Le informazioni di dettaglio sul programma sono inserite sulle schede dei moduli didattici.

Le informazioni di dettaglio sono inserite sulle schede dei singoli moduli didattici

TESTI CONSIGLIATI E BIBLIOGRAFIA

Le informazioni di dettaglio sul materiale didattico sono inserite sulle schede dei moduli didattici.

NOTA

ITALIANO

Gli studenti devono aver sostenuto l'esame di Istituzioni di Economia, ovvero possedere una conoscenza di base dei principali strumenti e concetti economici.

ENGLISH

Students must have taken classes in Institutions of Economics in order to command main tools and concepts in economics.

Moduli didattici:

- Economia dell'innovazione
- Economia Manageriale

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Nota: L'orario delle lezioni è indicato nei rispettivi moduli L'aula è indicata nei rispettivi moduli		

Pagina web del corso: http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=37a3

Economia dell'innovazione

Anno accademico:	2014/2015
Codice attività didattica:	SAA0006B
Docente:	Pier Paolo Patrucco (Titolare del corso)
Contatti docente:	011 6704970, pierpaolo.patrucco@unito.it
Corso integrato:	• Economia (Corso Integrato di)
Anno:	
Tipologia:	
Crediti/Valenza:	5
SSD attività didattica:	SECS-P/01 - economia politica
Erogazione:	Tradizionale
Lingua:	Italiano
Frequenza:	Obbligatoria
Tipologia esame:	Scritto

PREREQUISITI

Istituzioni di Economia

OBIETTIVI FORMATIVI

ITALIANO

Lo studente avrà acquisito gli elementi teorici dell'economia dell'innovazione e le loro implicazioni con particolare riguardo alla realtà aziendale, all'analisi dei settori industriali e alle caratteristiche e dinamiche dei sistemi di innovazione complessi. In particolare conoscerà il ruolo dei processi di interazione e comunicazione tra attori

economici e l'importanza delle strategie di collaborazione e networking all'interno delle dinamiche di innovazione contemporanee.

ENGLISH

OBJECTIVES

The aim of the course is to provide students with a knowledge of the theoretical elements of the economics of innovation and their implications with a particular focus on companies, the analysis of industrial sectors and the characteristics and dynamics of complex innovation systems. The course will also give students the knowledge of the role of interaction and communication processes between the economic agents and the importance of collaboration and networking strategies within the dynamics of contemporary innovation

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO ATTESI

ITALIANO

Il corso si propone di fornire agli studenti le basi per comprendere e padroneggiare l'analisi dei processi causali e degli effetti delle attività innovative a livello di impresa, settore, distretto e sistema economico nel contesto delle teorie economiche della complessità e della conoscenza. Particolare importanza verrà data all'analisi del ruolo dei processi di comunicazione, interazione e networking all'interno dei fenomeni di innovazione.

ENGLISH

COMPETENCES ACQUIRED

Students will acquire a knowledge necessary to analyze the processes that are the cause and effect of innovative activities in companies, sectors, districts and the economic system in the context of the economic theories of complexity and knowledge. Particular emphasis will be placed on the analysis of the role of communication, interaction and networking processes within innovation.

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

ITALIANO

Sono previste attività di valutazione formativa in itinere, basate su attività di gruppo al fine di stimolare la capacità di interazione e di team work degli studenti, in cui gli studenti lavoreranno su casi concreti, dovranno applicare i modelli e gli strumenti visti a lezione all'analisi di problemi reali delle imprese e dovranno presentare (attività di reporting) alla classe i risultati del loro lavoro. Inoltre, è prevista una prova scritta (alla fine del corso) con domande aperte in cui gli studenti dovranno mostrare la capacità di analisi teorica dei problemi presentati durante il corso.

ENGLISH

Activities are provided for ongoing formative assessment, based on group activities in order to enhance interaction skills and team work, in which students will work on real cases, applying theories and models to the analysis of real-world problems of the firm and must submit (reporting activities) to the class the results of their work. In addition, there is a written test (at the end of the course) with open-ended questions in which students will have to show the ability of theoretical analysis of the problems presented during the course.

L'esame del modulo di Economia dell'innovazione è scritto

PROGRAMMA

ITALIANO

METODI DIDATTICI

Didattica frontale, seminari, casi di studio.

PROGRAMMA

Modulo: ECONOMIA DELL'INNOVAZIONE

- 1 - Introduzione al corso: il ruolo dell'innovazione nel sistema economico contemporaneo
- 2 - Le fonti dell'innovazione
- 3 - Forme e modelli di innovazione: le tipologie di innovazione
- 4 - Forme e modelli di innovazione: curve e cicli tecnologici
- 5 - Conflitti di standard e modello dominante
- 6 - La scelta del tempo d'ingresso nel mercato
- 7 - La definizione dell'orientamento strategico: l'analisi dell'ambiente esterno
- 8 - La definizione dell'orientamento strategico all'innovazione: il ruolo e l'analisi delle competenze aziendali
- 9 - La scelta dei progetti di innovazione: metodi quantitativi
- 10 - La scelta dei progetti di innovazione: metodi qualitativi e conjoint analysis
- 11 - Le strategie di collaborazione
- 12 - I meccanismi di protezione dell'innovazione
- 13 - L'organizzazione dei processi di innovazione: modularità, network e sistemi complessi

ENGLISH

TEACHING METHODS

Contact hours, seminars and case studies.

COURSE CONTENTS

- Introduction to the course. The role of innovation in the contemporary economic system.
- Origins of innovation
- Innovation forms and models: the typologies of innovation
- Innovation forms and models: technological curves and cycles
- Conflicts of standards and dominating models
- The choice of entry to market times
- The definition of strategic orientation: the analysis of the external environment
- The definition of strategic orientation towards innovation: the role and analysis of company competences
- The definition of innovation projects; quantitative methods
- The choice of innovation projects: qualitative methods and conjoint analysis
- Collaboration strategies
- Protection mechanisms of innovation
- The organization of innovation processes: modularity, networks and complex systems

ITALIANO

Verranno analizzate le caratteristiche, i processi competitivi, le opportunità e le ricadute economiche legate all'innovazione, con un'attenzione particolare al ruolo dell'innovazione come fonte di crescita e competitività. Inoltre, saprà indicare le implicazioni delle diverse scelte innovative per l'organizzazione dell'attività delle imprese. Infine, lo studente sarà in grado di individuare, seppur ad un livello preliminare, le diverse politiche economiche in grado di produrre ricadute per l'innovazione a livello macroeconomico e regionale.

ENGLISH

The course will analyze the characteristics, competitive processes, opportunities and economic benefits related to innovation, with particular attention to the role of innovation as a source of growth and competitiveness. Moreover, students will be able to indicate the implications of innovations for the organization of the activity of the firm. Finally, the student will be able to detect at a preliminary level, the different economic policies able to produce results for the innovative performances at the micro and regional levels.

TESTI CONSIGLIATI E BIBLIOGRAFIA

ITALIANO

Il materiale didattico presentato a lezione è disponibile presso la Segreteria Studenti.

Il testo adottato è:

Melissa A. Schilling, Gestione dell'innovazione, ed. McGraw Hill, Milano, 2013

ENGLISH

COURSE MATERIAL

The material used during the course will be available at the secretarial office.

Gestione dell'innovazione Melissa A. Schilling, McGraw Hill, Milano 2013

NOTA

ITALIANO

Gli studenti devono aver sostenuto l'esame di Istituzioni di Economia, ovvero possedere una conoscenza di base dei principali strumenti e concetti economici.

ENGLISH

Students must have taken classes in Institutions of Economics in order to command main tools and concepts in economics.

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Giovedì	13:30 - 16:30	Aula 3 SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale

Lezioni: dal 25/09/2014 al 19/12/2014

Nota: (Corso integrato di Economia)

Pagina web del modulo: http://saa.campusnet.unito.it/do/moduli.pl/Show?_id=fd57

Economia Manageriale

Anno accademico:	2014/2015
Codice attività didattica:	SAA0006A
Docente:	Prof. Filippo Monge (Titolare del corso)
Contatti docente:	0116709602, <i>filippo.monge@unito.it</i>
Corso integrato:	<ul style="list-style-type: none"> • Economia (Corso Integrato di) • Economia (Corso Integrato di)
Anno:	
Tipologia:	
Crediti/Valenza:	5
SSD attività didattica:	SECS-P/06 - economia applicata
Erogazione:	Tradizionale
Lingua:	Italiano
Frequenza:	Obbligatoria
Tipologia esame:	Scritto

OBIETTIVI FORMATIVI

ITALIANO

Conoscere le dinamiche dei principali settori produttivi e i loro principali sistemi di rappresentanza .
Comprendere le decisioni aziendali in ottica manageriale.

ENGLISH

The course aims at providing students with the capacity to understand the analysis of main industrial sectors as well as costs and proceeds from a managerial point of view.

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO ATTESI

ITALIANO

Conoscenza dei principali settori produttivi e delle principali associazioni di categoria.
Conoscenza dei principali metodi di decisione in ambito aziendale (PMI).

ENGLISH

COMPETENCES ACQUIRED

Use of economic analysis in studying competition between firms and the evolution of market structure

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

ITALIANO

Esame scritto. Il voto d'esame è dato dalla media, arrotondata per eccesso, delle votazioni in 30esimi conseguiti in entrambi i moduli. La sufficienza deve essere raggiunta in entrambi i moduli.

ENGLISH

One written examination.

PROGRAMMA

ITALIANO

Metodi Didattici

Lezioni frontali in aula (su case history) con testimonianze di rappresentanti (esponenti) dei principali settori produttivi

Programma

1 - Impresa e azienda: indirizzi, scelte e decisioni

2 - Dati e informazioni

3 - Cosa, quando, come produrre: make or buy?

4 - Analisi dei costi

5 - Analisi delle politiche di prezzo

6 - Analisi della produttività

ENGLISH

TEACHING METHODS

Contact hours where the theoretical concepts of Managerial Economics will be presented and explained, with regular tests carried out in the classroom which will be corrected in real time so that students can understand how much they have effectively learnt.

Case studies of listed manufacturing companies will be analyzed during the lessons from a managerial point of view.

SYLLABUS

- Introduction to the course
- The function of production
- The function of production in linear processes
- Cost analysis of the function of production
- Analysis of costs in linear processes
- Classification of costs
- Break-even of mono-product firms
- Break-even of multi-product firms
- Sensitivity analysis
- Analysis of the productive mix and product suspension
- Analysis of pricing policy
- Make or buy analysis
- Analysis of productivity

TESTI CONSIGLIATI E BIBLIOGRAFIA

Materiale didattico distribuito dal docente

Testo adottato:

Sistema impresa : cultura, valore, innovazione

Autore: Filippo Monge Edizione: 3. ed., 2012

Casa editrice: Franco Angeli
ISBN: 9788820401740

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Martedì	9:15 - 12:15	Aula 3 SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale

Lezioni: dal 23/09/2014 al 19/12/2014

Nota: (Corso integrato di Economia)

Pagina web del modulo: <http://saa.campusnet.unito.it/do/moduli.pl/Show? id=8ddf>

Economia Aziendale

Business Administration

Anno accademico:	2014/2015
Codice attività didattica:	AA001
Docente:	Prof. Giovanni Ossola (Titolare del corso) Prof. Guido Giovando (Titolare del corso) Prof. Vania Tradori (Titolare del corso)
Contatti docente:	<i>giovanni.ossola@unito.it</i>
Corso di studio:	Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)
Anno:	1° anno
Tipologia:	Di base - Aziendale
Crediti/Valenza:	8
SSD attività didattica:	SECS-P/07 - economia aziendale
Erogazione:	Tradizionale
Lingua:	Italiano
Frequenza:	Obbligatoria
Tipologia esame:	Scritto

PREREQUISITI

Nessuno

OBIETTIVI FORMATIVI

ITALIANO

La parte di Economia d'Azienda ha come obiettivo l'analisi e lo studio delle aziende, con particolare enfasi alla loro finalità. La finalità è conoscere la struttura generale di qualunque sistema aziendale inserito in un più ampio sistema economico generale ed essere in grado di comprenderne i meccanismi di governo e di valutarne i risultati dell'attività.

La Ragioneria Metodologica ha come obiettivo la creazione di conoscenza sulla modalità di osservazione dei diversi (e principali) fatti amministrativi effettuati da un'impresa nel corso di un esercizio con particolare riferimento alla individuazione e distinzione tra aspetti finanziari ed economici. La finalità è conoscere la struttura generale di qualunque sistema aziendale inserito in un più ampio sistema economico generale ed essere in grado di comprenderne i meccanismi di governo e di valutarne i risultati dell'attività.

ENGLISH

OBJECTIVES

Business Administration: Knowledge and comprehension about the principles business administration as well as the main managerial features of a business entity related to typical functions and processes (i.e marketing, organization, accounting and finance, planning and control, etc.).

These skills are the basis for a steady comprehension of the topic and should act as input for further studies in the business & management degree.

Ability to apply knowledge and comprehension.

Analyze main features of a business entity in terms of core functions and processes.

Autonomy of judgment. Identifying key variables in assessing and making judgments about the business of an organization.

Communicational skills. Presenting financial and business issues and related solutions using a proper language.

Accounting: has as its objective the creation of knowledge about the mode of observation of the different (and main) administrative events performed by an enterprise during an exercise with particular reference to the identification and distinction between financial and economic aspects. The purpose is to know the general structure of any business system inserted in a broader general economic system and be able to understand the mechanisms of government and evaluate the results of the activity.

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO ATTESI

ITALIANO

1) Conoscenza e capacità di comprensione.

Conoscere la struttura generale di qualunque sistema aziendale inserito in un più ampio sistema economico generale ed essere in grado di comprenderne i meccanismi di governo e di valutarne i risultati dell'attività.

2) Capacità di applicare conoscenza e comprensione.

Apprendimento degli strumenti di base necessari per l'analisi delle realtà aziendali.

3) Autonomia di giudizio.

Saper individuare le variabili chiave per la valutazione dell'attività delle aziende quali sistemi complessi.

4) Abilità comunicative.

Capacità di trasferire sul piano dell'analisi economico-finanziaria i fatti del management aziendale.

5) Capacità di apprendimento.

Condizione di successo nell'apprendimento è la capacità di saper analizzare in termini economico-finanziari i fatti del management aziendale e di tradurne gli effetti sul piano informativo-contabile.

ENGLISH

COMPETENCES ACQUIRED

Learning abilities. Successful learning will be linked to a deep understanding of all the specific variables involved in business decision making with particular focus on business practices. Re-use and process the knowledge achieved in this course.

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

ITALIANO

Esame in forma scritta

ENGLISH

Written Exam

ATTIVITÀ DI SUPPORTO

ITALIANO

Durante il corso verranno svolte attività di tutorato durante le quali gli studenti sono invitati a porre quesiti su quanto non compreso durante le lezioni.

ENGLISH

The course will include tutoring activities; students are invited to ask questions about items eventually not included in academic lessons.

PROGRAMMA

ITALIANO

Il corso si suddivide in due parti: economia d'azienda e ragioneria metodologica.

L'economia d'azienda prevede l'analisi e lo studio delle aziende, con particolare enfasi alla loro finalità e all'ambiente di riferimento. L'approccio di studio è per aree funzionali, i principali contenuti sono riferiti a:

- il sistema azienda;
- le variabili ambientali;
- aree caratteristiche;
- aree extra-caratteristiche e di supporto.

Nella parte di ragioneria metodologica si affrontano i seguenti argomenti:

- il ciclo amministrativo-contabile;
- rilevazione delle principali operazioni d'esercizio (acquisto e vendita);
- acquisito di immobilizzazioni;
- retribuzioni a dipendenti e pagamento di professionisti;
- operazioni di finanziamento presso terzi;
- il patrimonio netto;
- il primo bilancio di verifica;
- principali operazioni di rettifica e di chiusura;
- il secondo bilancio di verifica;
- preparazione del bilancio d'esercizio (schemi semplificati).

ENGLISH

Business Administration

This course is designed to provide a basic understanding of business & management practices. Main Topics include:

- The business entity as a system;
- Environmental influences;
- Main functional areas and processes;
- Marketing;
- Organization;
- Accounting and Finance;
- Business Cases.

Accounting

This course is designed to provide a basic understanding of financial accounting. Main topics include:

- The accounting cycle;
- Accounting for ordinary business transactions;

- Fixed assets;
- Payroll;
- Financing operations;
- Shareholders' Equity;
- trial balance;
- Adjustments and closing entries;
- Presentation of Financial statement

TESTI CONSIGLIATI E BIBLIOGRAFIA

ITALIANO

AA.VV. Lezioni di economia aziendale – Torino, Giappichelli, Ultima Edizione

M. Campra, V. Cantino "Contabilità e bilancio d'esercizio - Casi ed esercizi" , Torino, Giappichelli, ultima edizione

ENGLISH

AA. VV., "Lezioni di economia aziendale", Torino, Giappichelli, Latest Edition.

M. Campra, V. Cantino "Contabilità e bilancio d'esercizio - Casi ed esercizi" , Torino, Giappichelli, Latest Edition

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Lunedì	9:00 - 12:00	Aula Magna SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
Mercoledì	9:00 - 12:00	Aula Magna SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
Lezioni: dal 22/09/2014 al 19/12/2014		

Pagina web del corso: http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=a991

Estrategias comunicativas en la negociación internacional

Anno accademico:	2014/2015
Codice attività didattica:	
Docente:	
Contatti docente:	
Corso di studio:	Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)
Anno:	2° anno 3° anno
Tipologia:	Servizi didattici integrativi
Crediti/Valenza:	
SSD attività didattica:	M-FIL/05 - filosofia e teoria dei linguaggi
Erogazione:	Tradizionale
Lingua:	Spagnolo
Frequenza:	Facoltativa
Tipologia esame:	Orale

PREREQUISITI

Students should have an excellent knowledge of the Spanish language

PROGRAMMA

A. Introducción

Comunicar es todo un arte, cuyos elementos verbales y no verbales utilizamos diariamente de forma consciente e inconsciente para llevar a cabo con éxito todo tipo de negociación. Sin embargo, no cabe duda de que las fronteras que los seres humanos estábamos acostumbrados a definir como nuestro territorio social se están volviendo progresivamente más elásticas y permeables. El mundo en que vivimos, estudiamos y trabajamos a menudo sale de nuestro ámbito cultural originario, se proyecta hacia una dimensión omnicomprensiva que es parte y también resultado de la tendencia globalizadora de nuestra sociedad. Entonces, es necesario saber definir primero las coordenadas que fijan nuestra posición en el tablero del complejo juego de las representaciones mentales, y luego desarrollar capacidades controladas para abarcar lo diferente sociolingüístico y sociocultural con sensibilidad y empatía.

B. Organización didáctica

El curso se compone principalmente de tres partes:

- análisis de los elementos implícitos y explícitos de la actitud cultural, definición de los aspectos positivos y negativos de los estereotipos y de los elementos que pueden causar el choque cultural, estudio del uso y significado del tiempo y de otras dimensiones para clasificar las diferentes culturas;
- definición de competencia comunicativa y estudio de los factores que la componen, de los elementos de comunicación verbal y no verbal de tipo kinésico, proxémico y cronémico y de la teoría de la atribución en el acto comunicativo;
- estudio de los aspectos principales de las culturas de negociación en Europa comparadas con algunas extraeuropeas, construcción de una pragmática de la negociación intercultural.

C. Objetivos

- Obtener una concepción teórico-práctica del campo de la comunicación y negociación internacional en sus diferentes expresiones y aplicaciones.
- Conocer los orígenes de la negociación internacional y algunos conceptos relacionados a la resolución de conflictos.
- Desarrollar habilidades para poder analizar debidamente procesos de negociación internacional, aplicando estrategias específicas y reconociendo las características de la contraparte en una negociación.

C. Metodología

El curso se realizará a modo de seminario, donde el profesor ejercerá un papel de facilitador, motivando a la discusión entre todos los estudiantes sobre los conceptos y ejemplos planteados en las sesiones. Así que el éxito del curso estará basado también en el trabajo y la participación activa de cada asistente. En este sentido, el elemento central será el análisis del material propuesto por el docente para profundizar sobre los contenidos y las diferentes técnicas aplicados a casos reales.

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Martedì	17:00 - 21:00	
Lezioni: dal 07/10/2014 al 09/12/2014		
Nota: Attività didattiche (orario: 17.00 - 21.00)		
Martedì 7 ottobre 2014		
Martedì 14 ottobre 2014		
Martedì 28 ottobre 2014		
Martedì 4 novembre 2014		
Martedì 11 novembre 2014		
Martedì 18 novembre 2014		
Martedì 25 novembre 2014		
Martedì 2 dicembre 2014		
Martedì 9 dicembre 2014 EXAM		

Pagina web del corso: http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=ztau

Etica aziendale

Business Ethics

Anno accademico:	2014/2015
Codice attività didattica:	SAA0046
Docente:	Prof. Massimo Pollifroni (Titolare del corso)
Contatti docente:	0116706027, massimo.pollifroni@unito.it
Corso di studio:	Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)
Anno:	2° anno 3° anno
Tipologia:	A scelta dello studente
Crediti/Valenza:	3
SSD attività didattica:	SECS-P/07 - economia aziendale
Erogazione:	Tradizionale
Lingua:	Italiano
Frequenza:	Obbligatoria
Tipologia esame:	Orale

OBIETTIVI FORMATIVI

ITALIANO

OBIETTIVI

Il corso di etica Aziendale si propone di offrire una concettualizzazione dell'etica che sia trasversalmente condivisa (e/o condivisibile) da tutte le aree di business, dai consumatori, dagli stakeholder di riferimento e alle imprese medesime. Le decisioni prese dai manager aziendali possono coinvolgere - in un modello di economia sempre più globalizzata - migliaia di individui o, in alcuni casi, intere comunità. La gestione aziendale, ed i correlati processi organizzativi, quindi, non possono prescindere nelle proprie azioni dalle crescenti aspettative in termini di integrità, onestà e trasparenza: capire tali aspettative è la chiave di successo per poter comunicare e quindi trasmettere valori condivisi e comportamenti corretti non solo ai propri lavoratori, ma a tutta la comunità di riferimento.

ENGLISH

OBJECTIVES

This course aims at providing a conceptualization of the idea of ethics that could be shared (and/or sharable) by all business areas, from consumers to stakeholders to businesses themselves. The decisions made by the managers can involve - in a model of an economy that is more and more globalized - thousands of individuals or, in some cases, entire communities. Therefore, business management and the organizational processes inevitably depend on the growing expectations in terms of integrity, honesty and transparency: understanding such expectations is the key to a successful communication and, therefore, to conveying shared values and correct behaviors not only to the employees, but also to the entire community.

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO ATTESI

ITALIANO

Risultati d'apprendimento attesi:

- Sviluppare competenze finalizzate al miglioramento dell'efficacia gestionale in contesti aziendali privati e pubblici, aventi come principale riferimento l'etica aziendale.
- Sensibilizzare gli studenti ai valori della responsabilità sociale, ai principi giuridico-legali (di riferimento nel contesto domestico ed internazionale) ed al comportamento etico.

ENGLISH

Expected learning outcomes:

- Developing skills aimed at improving the effectiveness in management (in private and public contexts), having as main reference the Business Ethics.
- Sensitize students to the values of social responsibility, legal principles (with reference the domestic and international contexts), and ethical behaviour.

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

ITALIANO

Modalità di verifica/esame

La valutazione finale del candidato verterà sul grado di conoscenza teorica acquisita della materia e sulla capacità di comprensione e impiego degli strumenti analizzati durante il corso.

ENGLISH

FINAL ASSESSMENT

The final evaluation will be based on the theoretical knowledge of the subject and on the candidate's capability to understand and actively employ the tools analyzed during the course.

PROGRAMMA

ITALIANO

- 1 - Definizioni e concetti introduttivi concernenti, rispettivamente: l'impresa nei fondamentali dell'economia aziendale, la durabilità aziendale, l'etica aziendale, i valori imprenditoriali, la responsabilità sociale dell'impresa e la sostenibilità economica, ambientale e sociale.
- 2 - Le azioni a prevalente impatto sulle attività di governo interno [Human Resources Governance (URG)] e quello a prevalente impatto sulle attività di governo esterno [External Relations Governance (ERG)] dell'impresa.
- 3 - I modelli di rendicontazione ambientale e sociale: possibili profili di interdipendenza tra i tradizionali risultati di bilancio e le performance ambientali e sociali.
- 4 - Il ruolo dell'etica aziendale nelle attuali crisi finanziarie internazionali.
- 5 - I Global Legal standards e gli attuali processi di globalizzazione: analisi delle principali criticità emergenti dal modello.
- 6 - Profili di potenziale interdipendenza tra innovazione ed etica aziendale.

ENGLISH

- 1 - Definitions and introductory concepts concerning, respectively: the basics of business management, business durability, business ethics, entrepreneurial values, social responsibility and economic, environmental and social sustainability.
- 2 - Human Resource Governance and External Relations Governance of a company
- 3 - Models of environmental and social reporting: possible profiles of interdependency among the traditional

budget results and the environmental and social performances.

4 – The role of ethics in the current international financial crises.

5 – Global legal standards and current globalization processes: analysis of the main criticalities emerging from the model

6 – Profiles of potential interdependency between innovation and business ethics: an empirical idea of analysis.

TESTI CONSIGLIATI E BIBLIOGRAFIA

ITALIANO

Testo adottato

- Pollifroni M., Lineamenti di Etica Aziendale, Giappichelli, Torino, 2012

Bibliografia consigliata:

FERRERO G., *Impresa e management*, Giuffrè, Milano, 1987.

CODA V., *Etica e impresa: il valore dello sviluppo*, in F. CORNO ([a cura di]), *Etica e impresa: scelte economiche e crescita dell'uomo*, Cedam, Padova, 1989.

FERRARA G., *L'etica ambientale nella economia delle imprese tra conflitti e condivisione*, in AA. VV., *Imprese e istituzioni nel governo dell'ambiente*, atti del XX ° Convegno AIDEA, Novara 18-19 settembre 1997, Ed. CLUEB, Bologna, 1998.

FREEMAN E., *Strategic Management. A Stakeholder Approach*, Pitman, Boston, 1984.

KETTL D. F., *The Global Public Management Revolution: A Report on the Transformation of Governance*, Washington, D. C., Brookings, 2000.

McLUHAN M., POWERS B., *The Global Village: transformation in World, Life and Media in the 21st Century*, Oxford University Press, Oxford, 1989.

NIBALE G., *L'etica aziendale, l'economicità aziendale e l'economicità sociale*, in *Finanza, Marketing e Produzione*, N. 4, 1995.

ENGLISH

- Pollifroni M. *Lineamenti di Etica Aziendale*, Giappichelli, Torino, 2012

RECOMMENDED READING

- FERRERO G., *Impresa e management*, Giuffrè, Milano, 1987.
- CODA V., *Etica e impresa: il valore dello sviluppo*, in F. CORNO ([a cura di]), *Etica impresa: scelte economiche e crescita dell'uomo*, Cedam, Padova, 1989.
- FERRARA G., *L'etica ambientale nella economia delle imprese tra conflitti e condivisione*, in AA. VV., *Imprese e istituzioni nel governo dell'ambiente*, atti del XX ° Convegno AIDEA, Novara 18-19 settembre 1997, Ed. CLUEB, Bologna, 1998.
- FREEMAN E., *Strategic Management. A Stakeholder Approach*, Pitman, Boston, 1984.
- KETTL D. F., *The Global Public Management Revolution: A Report on the Transformation of Governance*, Washington, D. C., Brookings, 2000.
- McLUHAN M., POWERS B., *The Global Village: transformation in World, Life and Media in the 21st Century*, Oxford University Press, Oxford, 1989.
- NIBALE G., *L'etica aziendale, l'economicità aziendale e l'economicità sociale*, in *Finanza, Marketing e Produzione*, N. 4, 1995.

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Lezioni: dal 07/03/2015 al 28/03/2015		
Nota: Orario: 9.00 - 13.00		
7 marzo 2015		
14 marzo 2015		
21 marzo 2015		
28 marzo 2015		

Pagina web del corso: <http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show? id=7bf6>

European Union Law on Tourism and Sports

Anno accademico:	2014/2015
Codice attività didattica:	
Docente:	
Contatti docente:	
Corso di studio:	Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)
Anno:	2° anno 3° anno
Tipologia:	Servizi didattici integrativi
Crediti/Valenza:	
SSD attività didattica:	IUS/14 - diritto dell'unione europea
Erogazione:	Tradizionale
Lingua:	Inglese
Frequenza:	Facoltativa
Tipologia esame:	Orale

PROGRAMMA

A course about leisure. Might sound good. But then, the word "law" bothers you a little ... boring? Relax, it's leisure! We won't take it all that seriously... What this course intends to discuss is: is the European Union concerned about free time at all? Is there anything like a leisure policy in the European Union? Or is it all about market, competition, the euro...?

When the European Economic Community was founded by France, Germany, Italy and the Benelux States in 1957, the final objective the founding States decided to pursue was "the improvement of the living conditions of the people of the Member States". That meant, at the time, building a common market, getting rid of obstacles to trade, defending fair competition – strictly economic goals. But throughout the years, the Member States, which were becoming more and more, started thinking that improving the people's living conditions also means protecting them as consumers, ensuring them a clean(er) environment, offering them cultural and training opportunities... The people's well-being is not just about economic aspects.

In today's enlarged European Union, the "social" aspects of living conditions are the frontier theme – especially as to services. So what about services concerning leisure – especially in the areas of sports and tourism? These areas are essential to life nowadays, and academics are indeed concentrating on them. Many leading Universities in the United States and all over the world offer courses in Tourism and Sports Management, and the University of Turin, a city that has become familiar to the public worldwide thanks to the Winter Olympics 2006 – and the connected tourism promotion – has followed this example.

But there's more to tourism and sports than management, marketing, advertising – even in the view of us Italians, who tend to connect tourism and sports to fun, sunshine, seaside, mountains and music! There are rules. There need to be rules. It's fine to think of tourists crowding attractive places in complete freedom, of sports people training, running, having a great time just as they wish; however, in order to ensure them and the community the utmost enjoyment of these activities, there must be rules to shape them, just as any good game needs good rules to make it fun.

We will be looking at the rules which organize leisure activities in Europe. Mind you, not written rules, nothing like the good old boring Civil Code or Treaty... in fact, coming back to our initial questions: formally, no, there's not yet a structured leisure

policy in the European Union, but the recent Lisbon Treaty has set the cornerstones for European tourism and sports policies; furthermore, there are entire sets of rules worked out by the Court of Justice in cases decided over the last decades. The European Union is indeed concerned about free time, just because it is becoming such an important ingredient in people's lives, and leisure activities are enhanced and regulated in the European Union.

Therefore, this course is going to be a "peculiar" law course. It will be about finding out which general EU policies have an impact on tourism and sports; which relation there is between the rules of National Federations (football, skiing, etc.) and State and EU rules; what happens if something goes wrong – the package holiday is different from what was promised, there is an accident during a sports competition, a sports event doesn't turn out as well as expected...

We will look at judgments by the European Court of Justice and national courts, we will discuss strategies and remedies, we will think together whether it sounds reasonable for the European Union to enact structured leisure policies soon... You do not need to be a lawyer, or even to have studied some law, in order to join the course.

All you need is curiosity for how things work behind the scene, for what is required in order to make tourism and sports real fun, and especially, as we say in Turin since the 2006 Winter Olympics, PASSION for good, healthy, formative leisure activities!

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Lezioni: dal 25/09/2014 al 11/12/2014		
Nota: Attività didattiche (orario: 17.00 - 21.00)		
Giovedì 25 settembre 2014		
Giovedì 2 ottobre 2014		
Giovedì 30 ottobre 2014		
Giovedì 6 novembre 2014		
Giovedì 13 novembre 2014		
Giovedì 20 novembre 2014		
Giovedì 27 novembre 2014		
Giovedì 4 dicembre 2014		
Giovedì 11 dicembre 2014 (EXAM)		

Pagina web del corso: http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=hatn

European Union: Anti-Discrimination Law

Anno accademico:	2014/2015
Codice attività didattica:	
Docente:	
Contatti docente:	
Corso di studio:	Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)
Anno:	2° anno 3° anno
Tipologia:	Servizi didattici integrativi
Crediti/Valenza:	
SSD attività didattica:	IUS/14 - diritto dell'unione europea
Erogazione:	Tradizionale
Lingua:	Inglese
Frequenza:	Facoltativa
Tipologia esame:	Orale

PROGRAMMA

Equality is an ideal to which we all aspire. Yet more closely we examine it, the more its meaning shifts. Sometimes equal treatment can lead to inequality, sometimes unequal treatments might be necessary to achieve equality. The course attempts to examine the scope and coverage of EU law on all grounds upon which it currently forbids discrimination and seeks to promote equality between people (sex, racial, religion or belief, disability, age and sexual orientation) . The course is open to students with an interest in EU social policy law. A specific background in legal studies is not required. Participants will be asked to read and debate the materials provided to them which will contain: text, suggestions for further readings, model questions and annexes containing relevant cases.

The course will be divided into 3 segments and 9 units:

- Importance of anti-discrimination law; non discrimination vs. equality; the sources; grounds on which discrimination is forbidden; EU law: nature/effects/ supremacy and direct effect; equal treatment; European Social Charter and the Charter of Fundamental Rights (Units 1-3);
- Sex discrimination: direct/indirect/positive; problematic kinds of sex discrimination: pregnancy; Gender identity and Sexual orientation (Units 4-6);
- Discrimination on grounds other than sex; social security; goods and services (Units 7-9).

This course is structured and designed to provide students with the ability to recognize and avoid possible discriminative behaviors in the most various workplaces.

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Lezioni: dal 25/09/2014 al 27/11/2014		
Nota: Attività didattiche (orario: 17.00 - 21.00)		
Giovedì 25 settembre 2014		
Giovedì 2 ottobre 2014		
Giovedì 9 ottobre 2014		
Giovedì 16 ottobre 2014		
Giovedì 30 ottobre 2014		
Giovedì 6 novembre 2014		

Giovedì 13 novembre 2014
Giovedì 20 novembre 2014
Giovedì 27 novembre 2014 (EXAM)

Pagina web del corso: http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=y6nj

European Union: Anti-Discrimination Law

European Union: Anti-Discrimination Law

Anno accademico:	2013/2014
Codice attività didattica:	
Docente:	
Contatti docente:	
Corso di studio:	Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)
Anno:	2° anno 3° anno
Tipologia:	Di base - Aziendale
Crediti/Valenza:	
SSD attività didattica:	IUS/14 - diritto dell'unione europea
Erogazione:	Tradizionale
Lingua:	Inglese
Frequenza:	Facoltativa
Tipologia esame:	Orale

PROGRAMMA

Equality is an ideal to which we all aspire. Yet more closely we examine it, the more its meaning shifts. Sometimes equal treatment can lead to inequality, sometimes unequal treatments might be necessary to achieve equality. The course attempts to examine the scope and coverage of EU law on all grounds upon which it currently forbids discrimination and seeks to promote equality between people (sex, racial, religion or belief, disability, age and sexual orientation) . The course is open to students with an interest in EU social policy law. A specific background in legal studies is not required. Participants will be asked to read and debate the materials provided to them which will contain: text, suggestions for further readings, model questions and annexes containing relevant cases.

Pagina web del corso: <http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show? id=cm0x>

Fondamenti di comunicazione (Pre-corso)

Anno accademico:	2014/2015
Codice attività didattica:	
Docente:	
Contatti docente:	
Corso di studio:	Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)
Anno:	1° anno
Tipologia:	Altre attività
Crediti/Valenza:	
SSD attività didattica:	M-FIL/05 - filosofia e teoria dei linguaggi
Erogazione:	Tradizionale
Lingua:	Italiano
Frequenza:	Obbligatoria
Tipologia esame:	Giudizio finale - Laboratorio

OBIETTIVI FORMATIVI

Fornire gli elementi base per affrontare i contenuti della Comunicazione aziendale

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO ATTESI

Conoscenza base degli strumenti e mezzi di comunicazione.

Conoscenza base dei concetti e dei processi di comunicazione applicati all'azienda.

PROGRAMMA

- Definizione di comunicazione
&nb sp; ;
- Funzioni della comunicazione
- Comunicazione senza parole
- Comunicazione con parole scritte e orali
- Struttura, ruoli, mezzi e canali
- Il lavoro in agenzia
- Esecuzione di una campagna

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Lunedì	9:00 - 13:00	Aula Magna SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
Martedì	9:00 - 13:00	Aula Magna SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
Mercoledì	14:00 - 18:00	Aula Magna SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
Giovedì	9:00 - 13:00	Aula Magna SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale

Venerdi	9:00 - 13:00	Aula Magna SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
---------	--------------	------------------------------------------------------

Lezioni: dal 15/09/2014 al 19/09/2014

Pagina web del corso: http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=b6f7

Gestione dei processi organizzativi (Corso Integrato di)

Integrated Course of Business Process Management

Anno accademico:	2014/2015
Codice attività didattica:	SAA0007
Docente:	Prof. Pierantonio Bertero (Titolare del corso) Prof. Massimo Pollifroni (Titolare del corso)
Contatti docente:	6706018, <i>pierantonio.bertero@unito.it</i>
Corso di studio:	Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)
Anno:	2° anno
Tipologia:	Caratterizzante - Aziendale
Crediti/Valenza:	10
SSD attività didattica:	SECS-P/07 - economia aziendale SECS-P/10 - organizzazione aziendale
Erogazione:	Tradizionale
Lingua:	Italiano
Frequenza:	Obbligatoria
Tipologia esame:	Scritto ed orale

OBIETTIVI FORMATIVI

Le informazioni di dettaglio sono inserite sulle schede dei moduli didattici.

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO ATTESI

Lo studente dovrebbe acquisire quelle conoscenze indispensabili per poter ricoprire in futuro ruoli organizzativi di process e/o project manager o di team member di processo e/o di progetto, in seno alla struttura aziendale.

ATTIVITÀ DI SUPPORTO

Durante il corso, verranno svolte attività di tutorato durante le quali gli studenti sono invitati a porre quesiti su quanto non compreso durante le lezioni.

PROGRAMMA

Le informazioni di dettaglio sul programma sono inserite sulle schede dei moduli didattici.

TESTI CONSIGLIATI E BIBLIOGRAFIA

Le informazioni di dettaglio sul testo adottato sono inserite sulle schede dei moduli didattici.

NOTA

Le informazioni di dettaglio sulle modalità di svolgimento degli esami sono inserite sulle schede dei moduli didattici.

Moduli didattici:

- Gestione dei processi e dei progetti aziendali
- Organizzazione Aziendale

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Nota: L'orario delle lezioni è indicato sui singoli moduli didattici. Modulo: Gestione dei processi e dei progetti aziendali Modulo: Organizzazione Aziendale		

Pagina web del corso: http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=da10

Gestione dei processi e dei progetti aziendali

Anno accademico:	2014/2015
Codice attività didattica:	SAA0007B
Docente:	Prof. Pierantonio Bertero (Titolare del corso)
Contatti docente:	6706018, pierantonio.bertero@unito.it
Corso integrato:	● Gestione dei processi organizzativi (Corso Integrato di)
Anno:	
Tipologia:	
Crediti/Valenza:	5
SSD attività didattica:	SECS-P/07 - economia aziendale
Erogazione:	Tradizionale
Lingua:	Italiano
Frequenza:	Obbligatoria
Tipologia esame:	Scritto

OBIETTIVI FORMATIVI

ITALIANO

Il corso si propone di preparare gli studenti ad una gestione efficace ed efficiente dei processi e dei progetti aziendali, fornendo delucidazioni in merito agli strumenti più idonee ed alle tecniche più utilizzate dalle imprese ed avendo quale particolare riferimento le imprese manifatturiere orientate al profitto.

ENGLISH

The course aims at preparing students to operate effectively and efficiently in the management of company processes and projects, providing a clear explanation of the most appropriate tools and techniques which are the most widely used by firms, with particular reference to profit-oriented manufacturing companies.

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO ATTESI

ITALIANO

Lo studente dovrebbe acquisire quelle conoscenze indispensabili per poter ricoprire in futuro ruoli organizzativi di process e/o project manager o di team member di processo e/o di progetto, in seno alla struttura aziendale.

ENGLISH

Students who attend this course should acquire the indispensable knowledge for playing, in the future,

organizational roles for process and/or project manager or process and/or project team member, within the structure of the enterprise.

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

ITALIANO

La verifica dell'apprendimento avverrà durante il corso attraverso un'interazione costante docente-studente, in sede di presentazione dei lavori di gruppo e in fase di esame

ENGLISH

The assessment method is based on a continuous interaction teacher-student, the presentation of case studies developed by students and the written examination

L'esame si compone di due parti: - prova scritta sugli argomenti trattati nelle lezioni e nei casi; - redazione e presentazione di un lavoro di gruppo (per chi non svolge il lavoro di gruppo è necessario concordare con il docente un approfondimento sui temi trattati nel corso). ----- The exam is composed by two parts: -written examination based on the topics explained during the course and the discussion of case studies; - presentation of a project carried out as part of a group (students that don't work in a group must contact the teacher in order to develop a specific topic concerning the course)

ATTIVITÀ DI SUPPORTO

Durante il corso, verranno svolte attività di tutorato durante le quali gli studenti sono invitati a porre quesiti su quanto non compreso durante le lezioni.

PROGRAMMA

ITALIANO

Metodi didattici

Il corso si struttura in due grandi aree tematiche.

La prima parte verterà sull'illustrazione dei concetti fondamentali inerenti alla gestione per processi aziendali.

La seconda parte verterà invece sull'illustrazione dei concetti fondamentali inerenti alla gestione per progetti aziendali.

Programma

Modulo: GESTIONE DEI PROCESSI E DEI PROGETTI AZIENDALI

- 1 – Introduzione al corso; Il sistema impresa; l'approccio per funzioni.
- 2 – L'approccio per processi: un'introduzione; definizione di processo; classificazione dei processi
- 3 – Il processo di sviluppo del business
- 4 – Il ciclo attivo (vendite e customer service)
- 5 – Il ciclo passivo; il processo industriale; i processi direttivi e di supporto
- 5 – la gestione dei processi; progetti di Business Process Improvement; BPR: un'introduzione
- 7 – Processi di Business Process Reengineering

- 8 – Organizzazione dei processi: struttura e altre variabili; sistemi di controllo e sistemi di gestione del personale
- 9 – ABC, ABB, ABM; sistemi informativi di processo
- 10 – La gestione dei progetti

ENGLISH

Didactical method

The course is organized to cover two main areas.

The first part will examine the fundamental concepts underlying company process management.

The second part will examine the fundamental concepts underlying company project management.

Organizational management of company processes and projects

Course contents

1 – Introduction to the course; the company system: the approach per function.

2 – Structure and other organizational functional variables: the control of centres of responsibility

3 – The approach per process: an introduction; definition of process; classification of processes

4 – The development process of business

5 – Active cycle (sales)

6 – The Passive cycle; the industrial process; directive and support processes

7 – process management; Business Process Improvement projects; BPR: an introduction

8 – Business Process Reengineering

9 – Business Process Reengineering

10 – Process organization: structure and other variables; control systems and human resources management systems

11 – ABC, ABB, ABM; process information systems

12 – Project management

ITALIANO

I contenuti del corso riguardano gli aspetti inerenti l'organizzazione aziendale, con particolare riferimento alle caratteristiche gestionali ed organizzative dei processi e dei progetti aziendali

ENGLISH

The main topics of the course are referred to the organizational aspects, particularly referring to processes and projects management

TESTI CONSIGLIATI E BIBLIOGRAFIA

ITALIANO

Il materiale didattico presentato a lezione è disponibile presso la Segreteria Studenti.

Il testo adottato è:

F. Culasso, Sistema-impresa e gestione per processi, Giappichelli Editore, 1999

ENGLISH

The didactical material is available at the secretarial office.

Text used:

NOTA

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Lunedì	9:15 - 12:15	Aula 3 SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
Lunedì	13:30 - 16:30	Aula 3 SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
Lezioni: dal 03/11/2014 al 19/12/2014		

Pagina web del modulo: <http://saa.campusnet.unito.it/do/moduli.pl/Show? id=3a23>

Organizzazione Aziendale

Anno accademico:	2014/2015
Codice attività didattica:	SAA0007A
Docente:	Prof. Massimo Pollifroni (Titolare del corso)
Contatti docente:	0116706027, massimo.pollifroni@unito.it
Corso integrato:	<ul style="list-style-type: none">• Gestione dei processi organizzativi (Corso Integrato di)• Gestione dei processi organizzativi (Corso Integrato di)
Anno:	
Tipologia:	
Crediti/Valenza:	5
SSD attività didattica:	SECS-P/10 - organizzazione aziendale
Erogazione:	Tradizionale
Lingua:	Italiano
Frequenza:	Obbligatoria
Tipologia esame:	Orale

OBIETTIVI FORMATIVI

ITALIANO

Fornire in modo pratico la conoscenza dei principi e dei metodi per ottimizzare l'organizzazione aziendale attraverso: 1. La comprensione delle logiche operative delle varie funzioni. 2. La motivazione del personale e l'importanza del clima aziendale. 3. La conoscenza della logica delle 3P (posizione - potenziale - prestazione). 4. L'organizzazione come elemento essenziale per potere assumere scelte valide, in sintonia con le richieste dell'ambiente economico, i responsabili delle varie aree aziendali devono integrare le proprie specifiche conoscenze personali di carattere tecnico con la capacità di dialogare ed interagire attivamente con le altre componenti dell'azienda.

ENGLISH

The course provides a practical way to gain the knowledge of the principles and methods for optimizing the

organization of the enterprise through: 1. The comprehension of the operating logic of the various functions. 2. Staff motivation and the importance of the work atmosphere. 3. Knowledge of the logic of the 3 Ps (position – potential – performance). 4. Organization as an essential element for taking the right decisions, according to the requirement of the economic environment; people responsible for the various business areas must integrate their own specific and technical knowledge with the ability to talk and interact actively with the other areas of the enterprise.

ATTIVITÀ DI SUPPORTO

Durante il corso, verranno svolte attività di tutorato durante le quali gli studenti sono invitati a porre quesiti su quanto non compreso durante le lezioni.

PROGRAMMA

ITALIANO

Metodi didattici

Lezioni frontali a contenuto teorico e pratico (esercitazioni e casi di studio).

La metodologia di svolgimento del corso potrà prevedere, in aggiunta, un'organizzazione didattica per piccoli gruppi di studio e l'attivazione di alcuni seminari di approfondimento ed aggiornamento su temi e con modalità che saranno concordate durante il corso.

Programma

Modulo: ORGANIZZAZIONE AZIENDALE

1 - Apertura corso

2 - La disciplina dell'organizzazione aziendale: il quadro di riferimento

3 - I modelli di organizzazione tayloristici e quelli di contigency

4 - I riflessi sull'organizzazione aziendale derivanti dai processi di globalizzazione del business

5 - La costruzione del business plan in relazione al take off aziendale: la valutazione quantitativa della struttura organizzativa

6 - Verifica intermedia di apprendimento

7 - I caratteri della struttura organizzativa: i caratteri strutturali, il raggruppamento delle attività, il coordinamento, il decentramento, la formalizzazione

8 - Le configurazioni organizzative nei diversi modelli

9 - I modelli di macro-struttura

10 - Le strutture: elementare, plurifunzionale, multidivisionale, la struttura a matrice. Riflessioni critiche e comparazione tra i diversi modelli

11 - Verifica intermedia di apprendimento

ENGLISH

Didactic Methodology

Contact hours of a theoretical and practical nature (practice exercises and case studies)

The course may also include team-work activities and some seminars to study some topics more thoroughly. The topics will be chosen during the course.

Course Contents

1. Opening of the course
2. Business Organization: a reference framework
3. The Taylor organization models and contingency models
4. Repercussions on business organization deriving from the globalization business processes
5. The creation of a business plan in relation to the business take off: quantitative assessment of the organization structure
6. Mid-course assessment
7. The features of business structures, structural features, the grouping of activities, coordination, decentralization, formalization
8. Organization configurations in the diverse models
9. Macro-structural models
10. The structures: elementary, pluri-functional, multi-divisional, the matrix structure. Critical reflections and comparison of the diverse models
11. Assessment test
12. Closure of course

TESTI CONSIGLIATI E BIBLIOGRAFIA

ITALIANO

Il materiale didattico presentato a lezione è disponibile presso la Segreteria studenti.

Il testo adottato è:

L. Brusa, *Dentro l'azienda. Organizzazione e management*, Giuffrè, Milano, 2004

POLLIFRONI M., *"Public Sector Social Responsibility. Strumenti di rendicontazione etico-sociale per l'azienda pubblica"*, Giuffrè, Milano, 2007

ENGLISH

The didactic material is available at the secretarial office.

Text used:

L. Brusa, *"Dentro l'azienda. Organizzazione e management"*, Giuffrè, Milano, 2004.

POLLIFRONI M., *"Public Sector Social Responsibility. Strumenti di rendicontazione etico-sociale per l'azienda pubblica"*, Giuffrè, Milano, 2007

NOTA

Modalità di verifica/esame

La valutazione avverrà sul grado di conoscenza teorica della materia e di comprensione ed impiego delle tecniche

viste.

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Lunedì	9:15 - 12:15	Aula 3 SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
Lunedì	13:30 - 16:30	Aula 3 SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale

Lezioni: dal 22/09/2014 al 27/10/2014

Pagina web del modulo: http://saa.campusnet.unito.it/do/moduli.pl/Show?_id=af38

International Retail and Distribution

International Retail and Distribution

Anno accademico:	2014/2015
Codice attività didattica:	
Docente:	
Contatti docente:	
Corso di studio:	Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)
Anno:	2° anno 3° anno
Tipologia:	Servizi didattici integrativi
Crediti/Valenza:	
SSD attività didattica:	SECS-P/08 - economia e gestione delle imprese
Erogazione:	Tradizionale
Lingua:	Inglese
Frequenza:	Facoltativa
Tipologia esame:	Orale

OBIETTIVI FORMATIVI

Based on today working experience, I would like to focus the course on a few selected topics. Among others I would like to concentrate my attention on 4 main aspects of international retail system:

1. distribution
2. pricing
3. value added services
4. m-government

PROGRAMMA

Distribution. While the global approach to market helps to find standardized distribution solutions, each industry needs to know local distribution system. Distribution here is not intended as physical shipping of products and services but as all commercial efforts needed to offer to middlemen what is required for end users. The value added chain approach including margins offered to retailers and related services required, will help better understand how similar products/services will follow different route to specific markets. Several examples will come from White, Brown, IT and TELCO consumer goods. Tangible products will be differentiate from un-tangible one, such as pure service (i.e. airtime for Telco).

Pricing. Pricing methodology follows a different route. Similarly to sales distribution, students should evaluate how HW is designed in North America, developed in the Far East, sold to internal customer; while SW is designed in Europe, developed in Asia and sold throughout the world. The above example is coming from Telco industry, where the combination of HS and SW is required for service provider middlemen: the operator. How to price at the appropriate level each component of the supply chain? Here again several examples from consumer goods will help understand all price implications required.

Value added services. In the past mobile devices used to be voice offer only tools. Nowadays new services are offered by OPCos, commonly defined as VAS. Voice only services cover a limited part of TELCO industry, while new opportunities are offered including: video streaming, push services, info-communication, TV access, gaming, m-payment, and many others. How retail and distributions are affected? What is the role of all players including OPCos? Can you use your mobile device to buy a round trip ticket to the USA while in Finland, charging you French bank account? Can you do it on behalf of your best friend, giving it as a special X'mas gift? How many players are involved in such mobile transaction over the virtual borders? Usability and related pricing structure need to be understood.

M - government. New virtual distribution channels offer new opportunities for both enterprises, public administration and citizens. Mobile devices and new payment methods offer additional opportunities to make "our life easier" in everyday activities. How devices, technology and value added services will coexist? What are the real opportunities for all players?

After 6 days participants must be able to understand the level of complexity generated in a multinational environment where end user's customs and habits have to match commercial entity requirements.

By the end of the course, you should be more confident to tackle strategic marketing problems and be familiar with tools and techniques used in a complex and ever changing context. You will also be able to highlight in a proper way how retail and distributions belong to international marketing studies at both strategic and tactic level.

In addition to that, by the end of the course, students should be able to identify and explain the important concepts of international marketing related to commercial distribution, and then apply them in practical situations.

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Lezioni: dal 26/09/2014 al 12/12/2014		
Nota: Attività didattiche (orario: 17.00 - 21.00; sabato: 9.00 - 13.00)		
Venerdì 26 settembre 2014		
Sabato 27 settembre 2014		
Venerdì 17 ottobre 2014		
Sabato 18 ottobre 2014		
Venerdì 7 novembre 2014		
Venerdì 21 novembre 2014		
Venerdì 28 novembre 2014		
Venerdì 5 dicembre 2014		
Venerdì 12 dicembre 2014 (EXAM)		

Pagina web del corso: http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=g7tp

Introduction to Event Planning Management

Introduction to Event Planning Management

Anno accademico:	2014/2015
Codice attività didattica:	
Docente:	
Contatti docente:	
Corso di studio:	Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)
Anno:	2° anno 3° anno
Tipologia:	Servizi didattici integrativi
Crediti/Valenza:	
SSD attività didattica:	SECS-P/08 - economia e gestione delle imprese
Erogazione:	Tradizionale
Lingua:	Inglese
Frequenza:	Facoltativa
Tipologia esame:	Orale

PROGRAMMA

The course gives an overview of the art and science of event management, the event industry, its associations and designations. The participants will define the key concepts related to "special events" and learn to classify various types of events. They will put their knowledge into practice by choosing an event of their choice and relating it to the key concepts. In addition, the 10 key components of an event will be discussed and considered.

The participants will then move on to identify the "5-phase approach to event planning": research, design, planning, coordination and evaluation. Case studies and group work will be used to explore each phase. In the last part of the seminar, the participants will use the course materials and internet to review and research the designations and associations, such as the International Special Events Society (ISES), that are available to event planners. Finally, they will choose one and describe the benefits of it to the class.

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Lezioni: dal 13/10/2014 al 15/12/2014		
Nota: Attività didattiche (orario 17.00 - 20.00)		
Lunedì 13 ottobre 2014		
Lunedì 27 ottobre 2014		
Martedì 18 novembre 2014		
Martedì 25 novembre 2014		
Lunedì 1 dicembre 2014		
Mercoledì 3 dicembre 2014		
Lunedì 15 dicembre 2014 (EXAM)		

Pagina web del corso: <http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?id=sh6k>

Istituzioni di Economia

Fundamentals of Economics

Anno accademico:	2014/2015
Codice attività didattica:	AA005
Docente:	Prof. Roberto De Battistini (Titolare del corso)
Contatti docente:	0116706075, <i>roberto.debattistini@unito.it</i>
Corso di studio:	Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)
Anno:	1° anno
Tipologia:	Di base - Economico
Crediti/Valenza:	8
SSD attività didattica:	SECS-P/01 - economia politica
Erogazione:	Tradizionale
Lingua:	Italiano
Frequenza:	Obbligatoria
Tipologia esame:	Scritto

PREREQUISITI

Conoscenza della matematica di base ---- Basic mathematics

OBIETTIVI FORMATIVI

ITALIANO

Il corso intende fornire agli studenti una chiave di lettura analitica della realtà economica, sia a livello microeconomico sia a livello aggregato (macroeconomico).

Il corso si concentra sugli aspetti metodologici dell'analisi economica e sui meccanismi che spiegano il funzionamento del sistema produttivo.

Lo studente viene invitato ad approfondire i presupposti economici delle decisioni che potrà affrontare nella vita professionale.

Nel contempo viene preparato ad una lettura ed interpretazione critica del dibattito corrente sui temi economici.

ENGLISH

The course aims at providing students with an explanation of the economic reality, both on a microeconomic and a macroeconomic level. The course concentrates on the methodological aspects of economic analysis and on the devices that explain how the productive system works.

Students explore the economic assumptions of decisions they may face in their working lives.

At the same time students will be equipped with the skills needed to read and interpret in a critical manner the current debate on economic topics.

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO ATTESI

ITALIANO

Capacità di esprimere per iscritto le proprie valutazioni, anche formali, in merito a problemi economici aventi un rilevante peso metodologico.

ENGLISH

Capacity to express in writing opinions, even formal ones, regarding economic problems of methodological importance.

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

ITALIANO

L'esame consiste in una prova scritta a domande aperte, con verifiche sulla capacità di utilizzo degli strumenti della logica, dell'applicazione numerica, della generazione analitica.

ENGLISH

The exam consists of a written examination with open-answer questions, testing, how well the students uses the tools of logic, numerical application and analytical generalization.

Risposta a domande aperte --- Answer to open questions

ATTIVITÀ DI SUPPORTO

Durante il corso, verranno svolte attività di tutorato durante le quali gli studenti sono invitati a porre quesiti su quanto non compreso durante le lezioni.

PROGRAMMA

ITALIANO

Metodi didattici

Lezione frontale in aula con esercitazioni in aula.
Analisi di documenti relativi a temi del dibattito economico.

Programma

- 1 - Introduzione al corso. I grandi temi
- 2 - L'esame di un sistema produttivo attraverso i dati.
- 3 - Contabilità nazionale e contabilità aziendale
- 4 - Crescita reale ed inflazione. I metodi di analisi
- 5 - L'economia italiana dal secondo dopoguerra
- 6 - Inflazione e competitività. Il cambio reale.
- 7 - Il ruolo del settore pubblico nell'economia.
- 8 - Debito pubblico e sostenibilità. Il caso italiano.
- 9 - Tasso di interesse e dinamiche del mercato finanziario.
- 10 - La spiegazione degli investimenti ed il tasso di inter.
- 11 - Gli equilibri sul mercato monetario.
- 12 - L'ordinamento monetario internazionale.
- 13 - Le esperienze europee in tema di ordinam. monetario.
- 14 - L'unione monetaria europea e l'euro.
- 15 - Gli schemi di analisi microeconomica.
- 16 - Gli schemi di analisi microeconomica.
- 17 - Le politiche fiscali e monetarie.

- 18 – Gli squilibri fondamentali dell'economia mondiale.
- 19 – Alcune riflessioni sulla crisi 2008/2009.
- 20 – I nuovi protagonisti della crescita mondiale (BRICS)
- 21 – La globalizzazione e le istituzioni internazionali.

ENGLISH

Contact hours with exercises in the classroom.
Analysis of documents regarding economic topics.

- 1 – Introduction to course. The main topics
- 2 – The examination of a productive system using data.
- 3 – National and company accounting
- 4 – Real growth and inflation. Analysis methods
- 5 – The Italian economy after the second world war
- 6 – Inflation and competition. Real exchange.
- 7 – The role of the public sector in the economy.
- 8 – National debt and sustainability. The case of Italy.
- 9 – Interest rates and the dynamics of the financial market.
- 10 – Explanation of investments and interest rates.
- 11 – Equilibriums on the money market.
- 12 – The International monetary order.
- 13 – The European experience in terms of monetary order.
- 14 – The monetary European Union and the Euro.
- 15 – Micro-economic analysis patterns.
- 16 – Micro-economic analysis patterns.
- 17 – Fiscal and monetary policies.
- 18 – Fundamental imbalances of the world economy.
- 19 – Some comments of the 2008/2009 credit crunch.
- 20 – The new protagonists of world growth (BRICS)
- 21 – Globalization and international institutions.

Si veda il programma

TESTI CONSIGLIATI E BIBLIOGRAFIA

ITALIANO

- Il materiale didattico presentato a lezione sarà distribuito dal docente.
- Il testo adottato è:

N. Gregory Mankiw, Principi di Economia, Zanichelli, ultima edizione.

ENGLISH

Some tables and graphics will be presented by the teacher during the lessons.

Text

N. Gregory Mankiw, Principi di Economia, Zanichelli, latest edition.

NOTA

Lo svolgimento degli esami è subordinato alla relativa prenotazione che avviene esclusivamente per via telematica attraverso la procedura SIA (<http://www.sia.unito.it>).

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Lunedì	13:15 - 16:15	Aula Magna SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
Lezioni: dal 22/09/2014 al 05/06/2015		

Pagina web del corso: http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=5bbb

Laboratorio di Leadership 1

Leadership Workshop 1

Anno accademico:	2014/2015
Codice attività didattica:	
Docente:	
Contatti docente:	
Corso di studio:	Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)
Anno:	2° anno 3° anno
Tipologia:	Servizi didattici integrativi
Crediti/Valenza:	
SSD attività didattica:	SECS-P/07 - economia aziendale
Erogazione:	Tradizionale
Lingua:	Italiano
Frequenza:	Obbligatoria
Tipologia esame:	Giudizio finale - Laboratorio

OBIETTIVI FORMATIVI

Perchè partecipare al Laboratorio di Leadership?

E' una grande occasione per:

- Capire il mondo del lavoro, se stessi e cosa si vuole dal proprio futuro.
- Mettersi in gioco.
- Trasferire e applicare le proprie conoscenze.
- Sviluppare le capacità organizzative e di problem solving.
- Sapersi relazione con il mondo degli adulti.
- Assumersi delle responsabilità.
- Apprendere lavorando.
- Guardare all'interno di un'azienda (Laboratorio Future Cup)
- Scoprire le professioni vincenti del futuro (Laboratorio JobShow)

PROGRAMMA

Programma

Laboratorio sulla comunicazione (FUTURE CUP)

E' un project work sulla comunicazione suddiviso in squadre: ciascuna squadra realizza per un'azienda "cliente" un piano di comunicazione multimediale integrato, dedicato in particolare alla comunicazione su internet.

Laboratorio sulle professioni (JOBSHOW)

Anche questo è un lavoro a squadre in cui si analizzano i contenuti di alcune professioni e ci si confronta sul percorso scolastico - lavorativo necessario. Il compito delle squadre è quello di spiegare ai propri coetanei che cos'è una certa professione, utilizzando strumenti multimediale e con un linguaggio "non tecnico"

Ruolo e compiti degli studenti del "Laboratorio di Leadership"

- Affiancare la squadra della scuola superiore a cui saranno abbinati:
 - sul piano dei contenuti specifici (nel campo della comunicazione, del marketing, ecc.)
 - sul piano delle metodologie organizzative

- Osservare attentamente e al termine della prova, esprimere una valutazione critica di tipo metodologico su come ha lavorato la squadra (se è stata efficace ed efficiente, ecc.);
- Predisporre e discutere una relazione scritta (ad uso interno) sull'esperienza complessiva (problemi riscontrati, utilità, ecc.): non è previsto un esame di tipo tradizionale.
- Impegno richiesto: è un progetto lungo e stimolante che richiede tempo, dedizione, senso di responsabilità ed autonomia operativa

Pagina web del corso: http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=52ts

Laboratorio Office e Presentation

Anno accademico:	2014/2015
Codice attività didattica:	MAN0055
Docente:	
Contatti docente:	
Corso di studio:	Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)
Anno:	1° anno
Tipologia:	Ulteriori attività formative - Abilità informatiche e telematiche
Crediti/Valenza:	3
SSD attività didattica:	INF/01 - informatica
Erogazione:	Tradizionale
Lingua:	Italiano
Frequenza:	Obbligatoria
Tipologia esame:	Giudizio finale - Laboratorio

OBIETTIVI FORMATIVI

ITALIANO

Il corso si pone l'obiettivo di fornire agli studenti le principali nozioni base dell'informatica per arrivare ad affrontare lo studio di un pacchetto di Office Automation e le sue applicazioni in ambito aziendale.

- Conoscenza della struttura di base dei calcolatori e dei dispositivi di input/output e utilizzo di un pacchetto di Office Automation.

- Acquisizione della capacità di analizzare i dati aziendali non solo dal punto di vista quantitativo ma anche da quello qualitativo (analizzare gli output dei modelli per la gestione aziendale).

L'attività didattica si svolge attraverso tre fasi:

- Aula (lezione frontale): le ore di lezione frontale serviranno a stabilire i fondamenti necessari alle attività di laboratorio;

- Laboratorio (mix tra attività didattica ed esercitazione guidata dal docente);

- Esercitazioni individuali: soluzioni di casi aziendali proposti dal docente e da svolgere in autonomia o con il supporto del Tutor durante le specifiche attività. I casi aziendali proposti serviranno a sviluppare la capacità di analisi di problematiche aziendali e di gestione di un gruppo di lavoro. Le discussioni dei casi saranno effettuate in aula secondo il calendario che il docente comunicherà a lezione.

ENGLISH

The course aims at providing students with basic notions of computer science: from the basics of information representation to the study of an Office Automation package and its applications in the business world.

Knowledge of the basic structure of computers and the input/output devices and use of an Office Automation package.

Acquisition of the capacity to analyse company data not only from a quantitative point of view but also from a qualitative one (capacity to analyse the output of models for company management).

The course is made up of three parts: - Contact hours where the basic concepts will be taught in order to carry out exercises in the laboratory - Laboratory (mix between the didactic activities and guided exercises) - Individual practice: solution to cases proposed by the teacher to be carried out individually.

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO ATTESI

ITALIANO

Capacità di problem solving attraverso l'uso degli strumenti informatici. Conoscenza degli strumenti di Office Automation.

ENGLISH

Capacity to problem-solve by means of information technology tools AND Knowledge of the Office Automation tools.

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

ITALIANO

L'esame di Laboratorio Office e Presentation si articola in due parti:

Parte scritta (sulla parte teorica di Microsoft Access).

Lo scritto si articola in 30 domande scelta multipla. Domande a scelta multipla: per ogni domanda corretta verrà attribuito UN punto. Per ogni domanda sbagliata verrà tolto UN punto. Le domande non risposte non avranno valutazione (ZERO punti per ciascuna di esse). Il tempo a disposizione è pari a 45 minuti.

Parte di Laboratorio: costruzione di un Modello in Excel e di una relazione in Word. Durata della prova di laboratorio 90 minuti. La prova di laboratorio si intende superata se le due parti (Excel e Word) sono entrambe sufficienti. I Casi trattati varranno un massimo complessivo di 4/30 (punteggio attribuito ai gruppi che abbiano realmente presentato i lavori e abbiano partecipato ai lavori e alle lezioni. I punti non andranno a coloro i quali abbiano superato il 30% di assenze). Questi punti andranno ad aggiungersi al punteggio conseguito nella prova di laboratorio. Qualora lo studente non superi una delle due parti, gli viene data la possibilità di ridare la parte insufficiente, a patto che venga fatto entro l'anno solare.

In caso di voto complessivo accettato questo dovrà essere registrato entro la sessione (o, al più tardi entro il primo appello della sessione successiva) pena la decadenza dello stesso.

I docenti del corso non ammettono all'esame studenti che non si siano correttamente iscritti attraverso la procedura ESSE3.

Il risultato finale sarà espresso da un giudizio (18-19: sufficiente; 20-21-22: discreto; 23-24-25: buono; 26-27-28: distinto; 29-30-30 lode: ottimo)

ENGLISH

The examination is composed of two parts:

Written part (on the introductory theoretical of Microsoft Access parts).

The written examination consists of 30 questions multiple choice.

Multiple choice questions: ONE point awarded for each correct answer; ONE point subtracted for each wrong answer; ZERO point for each missing answer.

Available time: 45 minutes.

Laboratory: creation of an Excel model and a Word report. The exam lasts 90 minutes. Students will have passed the exam if both parts (Excel and Word) are both sufficient.

The cases dealt during the course will be worth a maximum of 4/30 points (points are awarded to teams who have really presented their work and have played an active role). These points will be added to the score achieved in the

Laboratory exam.

Should the student not pass one of the parts, they will be able to re-take the insufficient part, as long as they do so during the calendar year.

Should the students pass the exam, they can register it during the calendar year. Should they fail to do so, they will have to re-take it).

ATTIVITÀ DI SUPPORTO

ITALIANO

Durante il corso, di durata annuale, verranno svolte attività di supporto durante le quali gli studenti sono invitati a porre quesiti su quanto non compreso durante le lezioni. Inoltre le attività di tutorato servono anche per consolidare gli aspetti pratici relativi alle esercitazioni svolte durante la parte di laboratorio e i casi aziendali proposti.

ENGLISH

During the course, tutoring activities will take place. Students are encouraged to exploit these activities to ask questions on the topics addressed during lessons.

PROGRAMMA

ITALIANO

- 1- EXCEL Laboratorio: Introduzione al corso. Introduzione ai concetti di simulazione e processi decisionali. Teoria dei modelli. Primo esempio di modello su Excel Prime formule. Funzione SOMMA e MEDIA. Copia - incolla. Trascinamento dei valori. Estensione formule.
- 2 - EXCEL Primo esercizio in autonomia. Costruzione di formule con riferimenti. Gestione dei formati diversi da quello numerico. Interazione con aula per correzione esercizio.
- 3 - EXCEL Secondo esercizio in autonomia. Funzione SE. Logica dell'analisi di sensitività in un modello. La funzione SE nidificata e le sue varianti.
- 4 - EXCEL Terzo esercizio in aula. I grafici. Rappresentazione dei dati tramite grafici. Concetti base. Creazione guidata dei grafici mono e bi dimensionali.
- 5 - EXCEL Stampare il modello. Impostazioni di stampa. La protezione del foglio di lavoro. Operazioni con fogli multipli e link. Database e filtri. Esercizio in autonomia.
- 6 - EXCEL Correzione esercizi per casa. Tabelle Pivot. Ripasso finale e lettura degli esercizi da fare durante la sospensione dei corsi e da portare per le date convenute in aula per la correzione esercizi.
- 7 - EXCEL Correzione esercizi e ripresa dei concetti base per un ripasso finale.
- 8 - WORD Concetti base Interfaccia e gestione menu e area lavoro. Utilizzo del file di esempio per le prime operazioni di formattazione del testo. Gestione paragrafo e correzione ortografica
- 9 - WORD Inserimento oggetti (clipart, grafici e tabelle). Stili: creazione. Stampa unione.
- 10 - POWER POINT Logica di una presentazione. Saper comunicare. Codici colore. Impostazione di base di una diapositiva: creazione guidata e inserimento di diapositive di esempio. Inserimento clipart e altri oggetti.
- 11 - POWER POINT Gestione avanzata delle diapositive: schema diapositiva, stampati e note relatore. Impostazione di una presentazione a schermo. Parlare in pubblico: creazione di una presentazione ad argomento obbligato e presentazione "spot": come concentrare in cinque minuti un'ora di lavoro.
- 12 - CASO SU EXCEL WORD E POWER POINT Creazione di una relazione e di una presentazione di uno dei modelli svolti durante il corso di Excel.
- 13 - ACCESS Teoria dei database. Principi di Codd e di Chen. Modelli relazionali (teoria). Modello Entità- Relazione. Inizio di un database su Access: creazione prime tabelle (Clienti e Film) sia tramite creazione guidata sia da struttura.
- 14 - ACCESS Continuazione Db Video. Utilizzo delle maschere per inserimento informazioni. Personalizzazione maschere. Pannelli comando.
- 15 - ACCESS Le query. Query di selezione. Utilizzo dei criteri di interrogazione di un Db. Operatori logici e matematici. Ordinamento dati in un risultato di una query. I report: creazione guidata e personalizzazione.
- 16 - ACCESS I principi di normalizzazione. Le relazioni. Prima, seconda e terza forma normale. Modifiche al nostro Db

in funzione di quanto appreso nella lezione

- 17 - ACCESS Applicazione delle nozioni sui principi di normalizzazione per migliorare il nostro Db. Regole di convalida. Maschere e sottomaschere. Generatore di espressioni Maschere a tabelle multiple. Pulsanti di comando
- 18 - ACCESS Query con parametri e generazione di maschere. Utilizzo di campi calcolati nelle maschere. Calcoli nelle query. Query di comando
- 19 - ACCESS Chiusura del Corso.
- 20 - ACCESS Presentazione del caso aziendale.

Al termine del corso verrà consegnata una dispensa contenente gli esercizi di Excel svolti durante il corso, corretti e con le formule visualizzate.

ENGLISH

- 1 - EXCEL Laboratory: Introduction to course. Presentation in the classroom of the basic rules for the access to the network. Introduction to the simulation concepts and decisional processes. Theory of the models. First example of the model on Excel Prime formulas. ADDITION and AVERAGE functions. Copy and paste. Dragging of values. Extension formulas
- 2 - EXCEL First autonomous exercise. Creation of formulas with references. Management of formats that are different from the numerical one. Interaction with students for the correction of the exercise
- 3 - EXCEL Second autonomous exercise, SE function. Logic of the sensitive analysis of a model. The SE function and its variants.
- 4 - EXCEL Third exercise in the classroom. Graphs. Representation of data using graphs. Basic concepts. Guided creation of mono and bi dimensional graphs .
- 5 - EXCEL Printing a model. Layout of the printing. The protection of the work sheet. Operations with multiple sheets and links. Databases and filters. Autonomous exercise.
- 6 - EXCEL Correction of exercise. Pivot tables. Final revision and reading of the exercises to be carried out during the break between lessons to be brought to the classroom on the agreed dates in order to be corrected.
- 7 - EXCEL Correction of exercises and revision of basic concepts. Discussion of case studies.
- 8 - WORD Basic interface concepts and management of menu and work areas. Use of files for example for the first formatting operations of the text. Organization of paragraphs and spelling check
- 9- WORD Insertion of objects (clipart, graphs and charts). Styles: creation. Printing (from Excel db Excel of 19/12)
- 10- POWER POINT How to prepare a presentation and communicate the content. Color code. Basic layout of a slide: guided creation and insertion of sample slides. Insertion of clipart and other objects.
- 11- POWER POINT Advanced organization of slides: pattern of the slide, printing and speaker's notes. Layout of the presentation on the screen
- 12 -CASE STUDY ON EXCEL WORD AND POWER POINT Creation of a report and presentation of one of the models carried out during the Excel course. Team work.
- 13 - ACCESS Theory of the databases. Codd and Chen principles. Relational models (theory). Model Entity-Relation. Beginning of a database on Access: creation of the first tables (Client and and Film) both by guided creation and structural
- 14 - ACCESS Continuation Db Video. Use of masks to insert information. Personalization of masks. Command panels.
- 15 - ACCESS Queries. Selection Queries. Use of interrogation criteria of a Db. Logical and mathematical operators. Ordering of data in a result of a query. Report: guided creation and personalization.
- 16- ACCESS The principles of normalization. Reports. First, second and third normal form. Changes to our Db following what has been studied during the lessons
- 17- ACCESS Application of the notions on the principles of normalization to improve our Db. Convalidation rules. Masks and sub-masks. Expression generators. Multiple table masks. Command keys
- 18- ACCESS Query with parameters and generation of masks. Use of fields calculated in the masks. Calculations in the queries. Command queries (Creation of tables, updating, queuing, deletion)
- 19 - ACCESS End of course. Revision of the fundamental concepts and/or completion of program.
- 20 - ACCESS Case study presentation.

TESTI CONSIGLIATI E BIBLIOGRAFIA

ITALIANO

Verranno forniti i materiali didattici durante il corso. I materiali saranno così suddivisi:

- Informatica generale - parte di laboratorio - I modelli e i fogli di calcolo - Manuale di Ms. Excel 2007 - Eserciziario di Ms. Excel 2007
- Informatica generale - parte di laboratorio - Inserimento oggetti e creazione di stili in Ms. Word 2007
- Informatica generale - parte di laboratorio - La difficile arte della presentazione - Linee guida su Ms. Powerpoint 2007
- Informatica generale - parte di laboratorio - Manuale completo di Ms. Access 2007 - Caso di studio

ENGLISH

Teachers will provide course materials during lessons. Course materials will be divided in this way:

- Text regarding laboratory: slides available at the beginning of the lessons.

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Mercoledì	9:00 - 14:00	Laboratorio 1 SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
Lezioni: dal 23/02/2015 al 06/06/2015		
Nota: I semestre - Lezione al sabato mattina II semestre - Lezione al mercoledì mattina Gli studenti saranno suddivisi in gruppi. Controllare il calendario settimanale delle lezioni.		

Pagina web del corso: <http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show? id=7e95>

Leadership in a Change Management Process

Leadership in a Change Management Process

Anno accademico:	2013/2014
Codice attività didattica:	
Docente:	
Contatti docente:	
Corso di studio:	Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)
Anno:	2° anno 3° anno
Tipologia:	Servizi didattici integrativi
Crediti/Valenza:	
SSD attività didattica:	M-FIL/05 - filosofia e teoria dei linguaggi
Erogazione:	Tradizionale
Lingua:	Inglese
Frequenza:	Facoltativa
Tipologia esame:	Orale

PREREQUISITI

Pre-Requisites for Participants: Beside good English knowledge, no special requirements are needed.

PROGRAMMA

Introduction Organizations worldwide are confronting more turbulent markets, more demanding shareholders, and more discerning customers, and many are restructuring to meet such challenges. Change is always happening, like a river winding its way to the ocean; it never ceases. Continuous and overlapping change has become a way of life in the corporate environment. Leaders who want to get ahead in today's marketplace must learn to respond to a growing number of changes in how they structure companies, conduct business, and implement technology. International operating companies have all entered global markets in order to remain competitive and to search for new business opportunities. To fulfil this multitude of tasks, companies need leaders. The leadership process involves using authority to help determine group or organizational goals, motivating members to work towards achieving those objective, and influencing dynamics and organizational culture.

Target Group:

This course is open to anyone interested in communication and leadership skills. It would prove most useful for those students who interned in future to work in management and in contact with people.

Course Contents:

- To discover and improve participants personal characteristics (charisma)
- To develop communication skills, empathetic approach, international awareness
- To develop skills needed to convince clients, colleagues, employees and subordinates, especially during the change management process
- To learn to project ones best image by listening actively, speaking well and confidently
- To develop skills needed to persuade listeners on controversial topics, solve conflicts, and overcome resistance to change
- To develop skill needed to influence attitudes and actions of others and to motivate others to achieve organisational goals
- To deal with difficult interlocutors and in delicate situations
- To manage conflicts
- To develop team leadership skills to choose the appropriate style of leadership to face up challenging people

and difficult issues according to the personal characteristics of the counterpart
-- Knowing the future trends of leadership

Teaching Methods:

- Very interactive with continuous simulations
- Special cases based on nautical idiom and metaphor: "We are all in the same boat", and "Who Moved My Cheese"
- "Great conductors"
- Other cases, such as conflict management.

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Lunedì	14:00 - 18:00	
Martedì	14:00 - 18:00	
Mercoledì	14:00 - 18:00	
Giovedì	14:00 - 18:00	
Venerdì	14:00 - 18:00	
Sabato	9:00 - 13:00	
Lezioni: dal 20/10/2014 al 25/09/2014		

Pagina web del corso: http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=0nf8

Lingua Francese

French

Anno accademico:	2014/2015
Codice attività didattica:	AA030
Docente:	Da nominare
Contatti docente:	
Corso di studio:	Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)
Anno:	3° anno
Tipologia:	Altro - Ulteriori conoscenze linguistiche
Crediti/Valenza:	6
SSD attività didattica:	L-LIN/04 - lingua e traduzione - lingua francese
Erogazione:	Tradizionale
Lingua:	Francese
Frequenza:	Obbligatoria
Tipologia esame:	Scritto ed orale

OBIETTIVI FORMATIVI

ITALIANO

FINALITA': Il corso si propone di fornire agli studenti del 3° anno le basi (grammaticali/lessico tecnico) per arrivare ad affrontare l'esame finale oltre alla possibilità di essere inseriti immediatamente in un contesto lavorativo dove il francese sarà fondamentale.

OBBIETTIVO: Applicare la grammatica all'espressione orale (per dialogare) et saper esporre una presentazione; (esame orale); allo scritto, saper redigere delle e-mail e altre brevi note.

ENGLISH

The course aims at providing 3rd year students with a sufficient knowledge of grammar and business vocabulary in order to face the final examination, as well as being able to use the language sufficiently in the workplace.

Students are encouraged to use the grammar they have acquired in oral activities and must know how to make a presentation; (oral examination), and write emails and other short texts.

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO ATTESI

ITALIANO

Basi grammaticali. Lessico aziendale base. Dialogo su tematiche aziendali più redazione corta.

ENGLISH

Sufficient knowledge of grammar

Basic knowledge of business vocabulary

Conversation on business topics and short texts

PROGRAMMA

ITALIANO

METODI DIDATTICI

- AULA (lezione frontale): le ore di lezione frontale sono necessarie per stabilire un equilibrio tra teoria ed applicazione
- LABORATORIO: Mix di attività didattica ed esercitazione guidata dal docente
- ESECITAZIONE individuali: esercizi ed utilizzo di supporti audiovisivi per perfezionare le proprie conoscenze.

PROGRAMMA

- Introduzione all'esame/revisioni
- L'impresa e il suo ambiente
- La comunicazione commerciale (1)
- La comunicazione commerciale (2) - Presentazione orale da parte dei singoli studenti alla classe
- I soggetti dell'impresa (1)
- I soggetti dell'impresa (2) - Presentazione orale degli studenti
- La vendita commerciale (1)
- La vendita commerciale (2) - Presentazione orale degli studenti a gurppo (2 o 3)
- Preparazione al test di prova
- Correzione del test
- L'ordine
- La consegna e i trasporti (logistica)
- Il commercio internazionale (1)
- Il commercio internazionale (2) - Presentazione orale degli studenti
- Il pagamento
- Le banche e la Borsa
- Il turismo e le assicurazioni
- Il turismo - Presentazione orale degli studenti
- Preparazione al test di prova
- Correzione del test

Nota: Gli studenti lavoratori possono utilizzare la Piattaforma Moodle per gli approfondimenti della lingua francese (lezioni, esercizi, forum).

ENGLISH

DIDACTICAL METHODS

- Contact hours: lessons are aimed at creating a balance between theory and application
- LABORATORY: Mix of didactic activities and exercises under the teacher's guidance
- INDIVIDUAL EXERCISES: exercises and use of audio-visual back-up to enhance the learning process.

COURSE CONTENT

Introduction to the exam, revision

The company

Business correspondence (1)

Business correspondence (2)

Oral presentation made by each student

Company matters (1)

Company matters (2)

Oral presentation made by the students

Sales (1)

Sales (2)

Group presentations made by the students (2 o 3)

Revision for test
Correction of test
Making an order
Delivery and logistics
International trade (1)
International trade – oral presentation
Payments
Banking and the Stock Exchange
Tourism and insurance
Tourism (oral presentation)
Preparation for test
Correction of test

TESTI CONSIGLIATI E BIBLIOGRAFIA

ITALIANO

Il testo adottato è:

III ANNO

"La Nouvelle Entreprise" edizione 2008

Grammatica : "Grammaire express" CIDEB. Niveau intermédiaire

Bibliografia consigliata

Le Monde

La Croix

Point de vente

L.S.A.

Le Moci (specializzato nel commercio internazionale)

Link ad altre eventuali informazioni e siti internet di interesse

www.lemonde.fr

www.lepetitjournal.com

www.lacroix.fr

www.courrierinternational.com

ENGLISH

Text used:

La Nouvelle Entreprise" edizione 2008 3° anno

Grammatica : "Grammaire express" CIDEB. Niveau intermédiaire

Recommended bibliography:

Le Monde

La Croix

point de vente

L.S.A

Le moci

Useful links and websites of interest:

www.lemonde.fr

www.lepetitjournal.com
www.lacroix.fr
www.courrierinternational.com

NOTA

ITALIANO

Modalità di verifica/esame

Esame finale il terzo anno.

ENGLISH

Final exam at the end of the third year.

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Mercoledì	9:00 - 12:00	
Lezioni: dal 24/09/2014 al 05/06/2015		
No ta: Per gli orari delle lezioni e l'aula dei gruppi di lingua controllare l'orario settimanale.		

Pagina web del corso: http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=df9c

Lingua Inglese

English

Anno accademico:	2014/2015
Codice attività didattica:	AA029
Docente:	Dott. Laura Milva Basta (Titolare del corso)
Contatti docente:	<i>laura.basta@hotmail.it</i>
Corso di studio:	Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)
Anno:	3° anno
Tipologia:	Altro - Ulteriori conoscenze linguistiche
Crediti/Valenza:	12
SSD attività didattica:	L-LIN/12 - lingua e traduzione - lingua inglese
Erogazione:	Tradizionale
Lingua:	Italiano
Frequenza:	Obbligatoria
Tipologia esame:	Scritto ed orale

OBIETTIVI FORMATIVI

ITALIANO

Finalità. Il corso si propone di fornire agli studenti le competenze per affrontare il mondo del lavoro quali: redigere reports, fare presentazioni in powerpoint, scrivere corrispondenza in Business English, approfondire il lessico economico, rispondere al telefono, ecc.

ENGLISH

Aims: The aim of the course is to equip students with the language skills they will need to operate successfully in the business world. The course focuses on writing reports, making Powerpoint presentations, writing correspondence, telephoning and consolidation their knowledge of business vocabulary. All these skills are tested in the final exam.

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO ATTESI

ITALIANO

Un livello B1/B2 per quanto riguarda le conoscenze linguistiche. Una buona capacità a svolgere funzioni legate al management.

ENGLISH

A good B1 level or B2 regarding their linguistic skills. Capacity to carry out several functions linked to management.

PROGRAMMA

ITALIANO

Metodi didattici

Aula (lezione frontale). Le ore di lezione frontale consentono ai docenti di spiegare il contenuto dei programmi,

correggere le esercitazioni in aula e interagire con gli studenti per migliorare le competenze orali e di ascolto.

Programma - GRUPPO A

1 – Unità 9: Recruitment

2 – Unità 9: Recruitment

3 – Unità 10: Counterfeiting

4 – Unità 11: Counterfeiting

5 – Unità 12: Lobbies

6 – Unità 12: Lobbies

7 – Review 4. Unità 13: Communication

8 – Unità 13: Communication

9 – Unità 14: Logistics

10 – Unità 14: Logistics

11 – Ripasso per la verifica parziale

12 – Unità 15: Innovation

13 – Unità 15: Innovation. Review 5

14 – Reading Comprehension: esercitazione per l'esame finale

15 – Scrivere corrispondenza: esercitazione per l'esame finale

16 – Scrivere una report: esercitazione per l'esame finale

17 – Tecniche di traduzione: esercitazione per l'esame finale

18 – Fare una presentazione orale: esercitazione per l'esame finale orale

19 – Esercitazioni sulle quattro tipologie di esercizi esame scritto

20 – Esercitazioni sulle quattro tipologie di esercizi esame scritto

Note: Gli studenti lavoratori possono utilizzare la Piattaforma MOODLE per gli approfondimenti della lingua inglese (lezioni, esercizi, forum, ...)

Programma - GRUPPO B1/B2

1 – Unità 9: Investment

2 – Unità 9: Investment

3 – Review 3. Unità 10: Energy

4 – Unità 11: Going public

5 – Unità 11: Going public

6 – Unità 12: Competition

7 – Unità 12: Competition

8 – Review 4. Unità 13: Banking

9 – Unità 13: Banking

10 – Unità 14: Training

11 – Ripasso per la verifica parziale

12 – Unità 14: Training

13 – Unità 15: Consulting. Review 5

14 – Reading Comprehension: esercitazione per l'esame finale

15 – Scrivere corrispondenza: esercitazione per l'esame finale

16 – Scrivere una report: esercitazione per l'esame finale

17 – Tecniche di traduzione: esercitazione per l'esame finale

18 – Fare una presentazione orale: esercitazione per l'esame finale orale

19 – Esercitazioni sulle quattro tipologie di esercizi esame scritto

20 – Esercitazioni sulle quattro tipologie di esercizi esame scritto

Note: Gli studenti lavoratori possono utilizzare la Piattaforma MOODLE per gli approfondimenti della lingua inglese (lezioni, esercizi, forum, ...)

ENGLISH

Didactical method

Contact hours. During the lessons teachers can introduce and explain the syllabus, correct exercises and carry out activities to improve the students' listening and speaking skills.

Course content

1 – Revision of grammar and vocabulary from the previous year's syllabus

2 - Revision of grammar and vocabulary from the previous year's syllabus

3 – Letter writing, revision and exercises

4 – Writing a report and exercises

5 – Translation techniques and exercises

6 – Reading comprehension skills

7 – Exercises on the four skills tested in the written exam

8 -Exercises on the four skills tested in the written exam

9 -Exercises on the four skills tested in the written exam

10- Exercises on the four skills tested in the written exam

11 -Exercises on the four skills tested in the written exam

12 – Oral skills: how to make a presentation in Powerpoint in English

13 – practice for the oral part of the exam

14 - practice for the oral part of the exam

15 - practice for the oral part of the exam

- 16 - practice for the oral part of the exam
- 17 - practice for the oral part of the exam
- 18 - practice for the oral part of the exam
- 19 – Exercises on the four skills tested in the written exam
- 20 – Exercises on the four skills tested in the written exam

TESTI CONSIGLIATI E BIBLIOGRAFIA

ITALIAN

Il materiale didattico presentato a lezione è disponibile presso la Segreteria Studenti.

Il testo adottato è:

III ANNO - GRUPPO A

- T. Trappe/G. Tullis, Intelligent Business Coursebook, Intermediate, Casa ed. Longman

III ANNO - GRUPPO B1/B2

- T. Trappe/G. Tullis, Intelligent Business Coursebook, Upper Intermediate, Casa ed. Longman

- Dispensa: selezione di esami passati per esercitazione in aula, oltre ad approfondimenti con articoli di giornale, ecc.

ENGLISH

Text used:

Intelligent Business Coursebook, Intermediate / Upper Intermediate, T.Trappe/G. Tullis, casa ed: Longman

NOTA

ITALIANO

Modalità di verifica/esame

I ANNO - Alla metà ed alla fine del corso del primo anno gli studenti sostengono due prove per verificare le competenze e conoscenze acquisite durante le lezioni.

II ANNO - Alla metà ed alla fine del corso del secondo anno gli studenti sostengono due prove per verificare le competenze e conoscenze acquisite durante le lezioni. Entrambe le verifiche sono esercitazioni scritte, comprensione del testo, problem solving, scrivere lettere.

III Anno - L'esame finale di Lingua inglese si articola in due parti:

Prova scritta. L'esame consiste in quattro parti: una comprensione del testo (il testo è un articolo tratto da un quotidiano Inglese o Americano, oppure una rivista quale The Economist) con risposte aperte; una lettera commerciale, la redazione di un report; una traduzione dall'italiano verso l'inglese senza uso del dizionario.

La durata è di due ore e mezza. Il punteggio massimo è 20 e la prova è considerata sufficiente con un voto uguale o superiore a 12.

Prova orale: L'esame consiste in una presentazione powerpoint su un argomento scelto dallo studente e concordato con la docente. Oltre a presentare l'argomento il candidato dovrà rispondere a domande. Il punteggio massimo è di 10 e la prova è considerata sufficiente con un voto uguale o superiore a 6.

Il punteggio finale è la somma delle due prove.

Al punteggio finale sarà sommato l'eventuale punteggio attribuito dalla frequenza al SAC per un massimo di 3 punti.

ENGLISH

Evaluation process

The examination consists of two parts:

Written exam. The exam is composed of four exercises: a reading comprehension on a business text (usually taken from a newspaper or specialist magazine such as the Economist) with open answers; an email, a report and a translation from Italian into English taken from the business section of a newspaper such as Il Sole 24 Ore. Dictionaries are not allowed. The exam lasts two and a half hours. The maximum mark is 20 and the test is deemed sufficient if the candidate achieves a mark equal or over 12.

Oral exam. The exam consists of a Powerpoint presentation on a topic linked to the students' studies and agreed upon previously with the teacher. As well as presenting the topic, the candidate will have to answer questions, also on the presentation of the other student, due to the fact that the exam is done in pairs. The maximum mark is 10 and the mark is deemed sufficient if it is equal or more than 6.

The final mark is the sum of both parts.

Any bonus points from the SAC or the mid-term tests are added to the mark.

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Mercoledì	13:15 - 16:15	
Lezioni: dal 24/09/2014 al 05/06/2015		

Pagina web del corso: <http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show? id=a116>

Lingua Spagnola

Spanish

Anno accademico:	2014/2015
Codice attività didattica:	AA031
Docente:	Prof. Elena Malaffo (Titolare del corso) Dott. Patricia Concepcion Gamez Cagnasso (Tutor) Dott. Maria del Rosario Rodriguez Huesca (Tutor) Dott. Elena Spadavecchia (Tutor)
Contatti docente:	0116706107, elena.malaffo@unito.it
Corso di studio:	Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)
Anno:	3° anno
Tipologia:	Altro - Ulteriori conoscenze linguistiche
Crediti/Valenza:	6
SSD attività didattica:	L-LIN/07 - lingua e traduzione - lingua spagnola
Erogazione:	Tradizionale
Lingua:	Spagnolo
Frequenza:	Obbligatoria
Tipologia esame:	Scritto ed orale

PREREQUISITI

Non richiesti

OBIETTIVI FORMATIVI

ITALIANO

Si mira a far raggiungere gradualmente una competenza linguistica generale e una più specifica del mondo del lavoro e dell'economia. Lo studente sarà in grado di interagire in situazioni quotidiane, sviluppando le quattro abilità di base attive e passive:

- comprensione orale (lettura e sufficiente captazione della fonologia)
- produzione orale (capacità di riproduzione e interazione comunicativa)
- comprensione scritta (interpretazione di testi)
- produzione scritta (capacità di riprodurre strutture di base equivalenti alle diverse funzioni comunicative).

ENGLISH

The aim is for students to reach a good level of language and a knowledge of the business terminology in order to be operative on the workplace. The student will be able to deal with everyday situations, covering the four linguistic skills:

- reading (reading and sufficient level of phonology)
- speaking (pronunciation and ability to interact verbally)
- understanding of written texts (interpretation of texts)
- written (capacity to write basic texts covering the various communicative functions)

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO ATTESI

ITALIANO

Lo studente è in grado di esprimersi in modo più strutturato sul quotidiano e sul mondo del lavoro; scrive brevi testi articolati con l'uso di connettori; è in grado di comprendere e interagire in discorsi più complessi anche in ambito più settoriale; comprende testi di media complessità con tematiche relative all'economia; può produrre documenti

specifici (lettere e CV).

ENGLISH

The student is able to use the language in a more structured way and has a good knowledge of business terminology and business skills. The student can write short texts that include connectors and is able to take part and interact in more complex conversations, also within the business world. The student can understand fairly complex business texts and can write specific documents, such as letters and CVs.

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

ITALIANO

Modalità di verifica/esame

La prova scritta consiste in una traduzione dall'italiano allo spagnolo, con lessico di microlingua. Inoltre prevede esercizi di morfosintassi da completare, una breve produzione scritta su traccia relativa al mondo delle imprese e dell'economia e la redazione di un'email. La prova orale consiste nella discussione di una tematica selezionata dalla studente e concordata in precedenza con il docente (presentazione ppt., relazione, articolo, etc.).

Lo svolgimento degli esami è subordinato alla relativa prenotazione che avviene esclusivamente per via telematica attraverso la procedura SIA (<http://www.sia.unito.it>).

ENGLISH

The written examination is composed of a translation from Italian into Spanish, containing micro language. There are also exercises testing the student's grammar knowledge, a short essay on economic and business subjects, as well as an email. The oral examination consists of the discussion of a topic chosen by the student and agreed upon with the teacher (powerpoint presentation, report, article, etc.).

PROGRAMMA

ITALIANO

Metodi didattici

Il metodo si articola in una serie di lezioni in aula per l'apprendimento della lingua, adattate specificamente a studenti italofoeni adulti (tenendo in ogni caso in considerazione le esigenze di eventuali studenti non di madrelingua italiana). Il primo anno il modulo consiste in 60 ore. Tale metodo tiene conto dei parametri fondamentali che segnano la differenza e la coincidenza delle due lingua (italiano/spagnolo) e si basa su strumenti innovativi di didattica cognitiva, il cui punto di forza è il ruolo attivo che ha lo studente nel processo di apprendimento (lezioni interattive con esercitazioni di gruppo e individuali, per le quali è previsto l'utilizzo del laboratorio): aumento della capacità deduttiva e capacità di generare le strutture comunicative fondamentali della lingua. Si seguono inoltre i parametri di riferimento previsti dal Quadro Comune del Consiglio d'Europa (Common European Framework of Reference for Languages) e si tiene in considerazione la strutturazione del Portfolio Europeo delle Lingue. Inoltre si assistono gli studenti interessati al conseguimento di certificazioni internazionali (D.E.L.E. e Certificado de Español Comercial de la Cámara de Comercio española).

Programma

- 1 -Repaso: gramática y léxico
- 2 -Comparativos y superlativos
- 3- Imperativo de 2ª pers. (reg. e irreg.)
- 4- Imperativo + pronombres. Interrogativos
- 5 - Dar y recibir instrucciones. La ropa.
- 6 - Pedir y expresar la opinión. Las tiendas.
- 7 - Indefinido (reg.). Por/para.
- 8 - Indefinido (irreg.). Hablar del pasado.

- 9 - Marcadore temporales. La biografía
- 10 - Perífrasis del infinitivo. El clima.
- 11 - Futuro. Marcadores temporales.
- 12 - Condicional. Deportes y aficiones.
- 13 - Ordenar discursos: planes y proyectos.
- 14 - Presente de subjuntivo (reg). Imper. formal.
- 15 - Presente de subjuntivo (irr.). La empresa.
- 16 - La carta comercial: teoría y práctica.
- 17 - La negociación. Hacer un pedido.
- 18 - Modelos de CV: teoría y práctica.
- 19 - La economía española: glosario específico.
- 20 - Repaso. Simulación de examen.

Nota: Gli studenti lavoratori possono utilizzare la piattaforma "Moodle" per gli approfondimenti della lingua spagnola (lezioni, esercizi, forum).

ENGLISH

Didactical methods

The method consists of twenty lessons, for a total of 60 contact hours, specifically aimed at teaching adult Italian speakers (taking into consideration that there are also non-native Italian speakers). Focus will be placed on the differences and similarities between the two languages and innovative tools based on cognitive didactics are used. The students play an active role in the lessons, which are interactive, with group and individual exercises. The language laboratory is also used. The parameters of the Common European Framework of Reference for Languages are used, as well as the Portfolio Europeo delle Lingue. Students wishing to work towards a certification are encouraged to study for the D.E.L.E. and Certificado de Español Comercial de la Cámara de Comercio española.

Course content

1. Repaso: gramática y léxico,
2. Comparativos y superlativos.
3. Imperativo de 2ª pers. (reg. e irreg.)
4. Imperativo + pronombres. Interrogativos.
5. Dar y recibir instrucciones. La ropa.
6. Pedir y expresar la opinión. Las tiendas.
7. Indefinido (reg.). Por/para.
8. Indefinido (irreg.). Hablar del pasado.
9. Marcadore temporales. La biografía
10. Perífrasis del infinitivo. El clima.
11. Futuro. Marcadores temporales.
12. Condicional. Deportes y aficiones.
13. Ordenar discursos: planes y proyectos.
14. Presente de subjuntivo (reg). Imper. formal.
15. Presente de subjuntivo (irr.). La empresa.
16. La carta comercial: teoría y práctica.
17. La negociación. Hacer un pedido.
18. Modelos de CV: teoría y práctica.
19. La economía española: glosario específico.
20. Repaso. Simulación de examen.

TESTI CONSIGLIATI E BIBLIOGRAFIA

ITALIANO

Il materiale didattico presentato a lezione è disponibile presso la Segreteria Studenti.

Il testo adottato è:

-M. de Prada, P. Marcé, Entorno laboral. Nivel A1-B1, Edelsa.

Bibliografia consigliata:

- A. Jiménez, J. Fernandez, Gramática aplicada del español, Petrini 2009
- HERDER Diccionarios, Italiano/Español - Español/Italiano, Barcelona 1998, 3ª edizioni o seg.

Link ad altre eventuali informazioni e siti internet di interesse

www.cervantes.es

www.elpais.com

www.elmundo.es

ENGLISH

The didactical material is available at the secretarial office.

Text used:

M. de Prada, P. Marcé, Entorno laboral. Nivel A1-B1, Edelsa.

Recommended bibliography:

- A. Jiménez, J. Fernandez, Gramática aplicada del español, Petrini 2009
- HERDER Diccionarios, Italiano/Español - Español/Italiano, Barcelona 1998, 3ª edizioni o seg.

Useful links and websites of interest:

- www.cervantes.es
- www.elpais.com
- www.elmundo.es

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Mercoledì	9:00 - 12:00	
Lezioni: dal 24/09/2014 al 05/06/2015		
Nota: Per gli orari delle lezioni e l'aula dei gruppi di lingua controllare l'orario settimanale.		

Pagina web del corso: http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=ff24

Linguaggi della Comunicazione Aziendale

Language of Business Communication

Anno accademico:	2014/2015
Codice attività didattica:	AA026
Docente:	Dott. Maria Grazia Turri (Titolare del corso)
Contatti docente:	<i>mariagrazia.turri@unito.it;mgturri@libero.it</i>
Corso di studio:	Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)
Anno:	2° anno
Tipologia:	Attività formative affini o integrative
Crediti/Valenza:	8
SSD attività didattica:	M-FIL/05 - filosofia e teoria dei linguaggi
Erogazione:	Tradizionale
Lingua:	Italiano
Frequenza:	Obbligatoria
Tipologia esame:	Orale

OBIETTIVI FORMATIVI

ITALIANO

Concetti, strumenti, mezzi per la comunicazione aziendale. Aspetti individuali e sociali che influenzano la comunicazione aziendale. Valore semiotico e funzionale della comunicazione.

ENGLISH

Concepts, tools, means for business communication. Individual and social aspects that have an effect on business communication. Semiotic and functional value of communications.

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO ATTESI

ITALIANO

Conoscenza degli strumenti e mezzi di comunicazione.
Conoscenza dei concetti e dei processi di comunicazione applicati all'azienda.
Capacità di analisi dei casi aziendali.

ENGLISH

Knowledge of the tools and means of communication.
Knowledge of the communication concepts and processes applied to the firm.
Capacity to analyze case studies.

ATTIVITÀ DI SUPPORTO

Durante il corso, verranno svolte attività di tutorato durante le quali gli studenti sono invitati a porre quesiti su quanto non compreso durante le lezioni.

PROGRAMMA

ITALIANO

Metodi didattici

Aula con lezione frontale. Analisi di case history. Esercitazioni in gruppo. Giochi di ruolo.

Lezione interattiva con film, brochure, manifesti pubblicitari, prodotti da scaffale, poesie, letteratura, musica, scultura, foto, architettura, ecc.

Programma

Processi di comunicazione

Componenti strategiche nella comunicazione aziendale

Metodologie di analisi della comunicazione aziendale

Comunicazione verbale e visiva

Analisi trend e modelli di consumo

Teoria delle emozioni e immagini

Dimensione narrativa e "tribale"

Emozioni, memorie, comunicare con il corpo

Componenti sociali e comunicazione verbale

Il contesto nelle modalità di comunicazione

Strumenti e mezzi di comunicazione, web communication

Analisi dei destinatari della comunicazione aziendale

Identità, immagine, pubblicità

Comunicazione in caso di crisi aziendale

Gli ambiti della comunicazione aziendale

Brand

Identità visiva e immagine del prodotto

Logo, name

Packaging, belowline

Eventi, Web

Posizionamento aziendale

ENGLISH

Didactical method

Contact hours

Analyses of case histories

Team-working

Role-play

Interactive lesson with films, internet, brochures, advertising hoardings, shelf products, poetry, literature, music, sculpture, photography, architecture, etc.

Course content

Processes of communication

Strategic components in business communication

Methodologies for analysis of business communication

Verbal and visual communication

Trend analyses and models of consumption

Theory of emotions and images

Narrative and "tribal" dimension

Emotions, memories, body language

Social components and verbal communication
The context of the modalities of communication
Tools and means of communication, web communication
Analysis of the receivers of business communication
Identity, image, advertising
Communication in cases of company crisis
The contexts of business communication
Brands
Visual identity and product image
Logos, names
Packaging, belowline
Events, Web
Product placing

TESTI CONSIGLIATI E BIBLIOGRAFIA

ITALIANO

Il testo adottato è:

- Dispense e testi selezionati.
- Maria Grazia Turri "Biologicamente sociali, culturalmente individualisti", Mimesis
- Laura Rolle "Semiotica in pratica", Mimesis

Bibliografia consigliata

- Turri Maria Grazia, Gli oggetti che popolano il mondo, Carocci
- Anolli L., Fondamenti di psicologia della comunicazione, il Mulino, Bologna, 2000
- Riva G., Psicologia dei nuovi media, il Mulino, Bologna, 2004
- Paccagnella L., Sociologia della comunicazione, il Mulino, Bologna, 2004
- Franchi M., Il Senso del consumo, Bruno Mondadori, Milano, 2007
- Fabris G., Il nuovo consumatore verso il postmoderno, Franco Angeli, Milano, 2003
- Fabris G., Societing, Egea, Milano, 2008

Link ad altre eventuali informazioni e siti internet di interesse

- www.spootlandia.it
- www.youtube.it

ENGLISH

The didactic material is available at the secreterial office.

- Maria Grazia Turri "Biologicamente sociali, culturalmente individualisti", Mimesis
- Laura Rolle "Semiotica in pratica", Mimesis

Text used:

Manuals and selected texts

Recommended bibliography:

- Anolli L. Fondamenti di psicologia della comunicazione, il Mulino, Bologna 2000
- Paccagnella L. Sociologia della comunicazione, il Mulino, Bologna 2004
- Franchi M. Il senso del consumo Bruno Mondadori, Milano 2007
- Fabris G. Il nuovo consumatore verso il postmoderno Franco Angeli, Milano 2003

Fabris G. Societing Egea, Milano 2008

Links to further informations and websites of interest:

www.spotlandia.it

www.youtube.com

NOTA

ITALIANO

Modalità di verifica/esame

Esame orale.

1. Dimostrare di aver acquisito concetti di base per la sufficienza.
2. Applicazione degli elementi acquisiti a lezione su un nuovo esempio.

ENGLISH

Evaluation process

Oral examination

1. Students must show they have a sufficient knowledge of the basic concepts
2. Students must be able to apply the elements acquired during lessons to a new example

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Giovedì	9:15 - 12:15	
Venerdì	9:15 - 12:15	
Lezioni: dal 26/02/2015 al 05/06/2015		

Pagina web del corso: http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=604a

Marketing

Marketing

Anno accademico:	2014/2015
Codice attività didattica:	SAA0065
Docente:	Prof. Elena Candelo (Titolare del corso)
Contatti docente:	<i>elena.candelo@unito.it</i>
Corso di studio:	Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)
Anno:	1° anno
Tipologia:	Caratterizzante - Aziendale
Crediti/Valenza:	6
SSD attività didattica:	SECS-P/08 - economia e gestione delle imprese
Erogazione:	Tradizionale
Lingua:	Italiano
Frequenza:	Obbligatoria
Tipologia esame:	Scritto

PREREQUISITI

Nessuno

OBIETTIVI FORMATIVI

ITALIANO

Al termine del corso lo studente sarà in grado di comprendere il comportamento d'acquisto del cliente, di individuare un target di mercato e di pianificare una strategia di marketing per attrarre i membri del target scelto. Il corso sviluppa altresì la capacità di analisi necessaria per individuare le fonti originarie del vantaggio competitivo.

ENGLISH

At the end of course students will be able to understand purchasing habits, identify target markets and plan marketing strategies to attract customers. The course also aims at providing students with the necessary skills in order to identify the advantages of competition.

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO ATTESI

ITALIANO

Il corso di marketing si propone l'obiettivo di sviluppare nei partecipanti le competenze di base necessarie per l'attività di un marketing manager e per inserirsi nella direzione marketing di un'impresa di produzione, di servizi o commerciale.

ENGLISH

The course aims at developing the skills needed to operate as a marketing manager and to work within the marketing department of a production, service or trading company.

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

ITALIANO

L'esame è scritto. Le domande sono su argomenti teorici, su casi aziendali, su notizie di attualità. Si valuta l'avvenuto apprendimento dei concetti teorici e la loro applicazione nell'analisi dei casi di marketing.

ENGLISH

The examination is written. The questions are on theoretical topics, case studies and current affairs. The knowledge of theoretical concepts is assessed, and the application in the analysis of marketing cases.

ATTIVITÀ DI SUPPORTO

PROGRAMMA

ITALIANO

Metodi didattici

Lezioni tradizionali, casi aziendali, lavori di gruppo, fiamati.

Programma

- 1 - Introduzione al marketing: significato e fasi di evoluzione
- 2 - Il comportamento del consumatore: le fasi del processo di acquisto ed i fattori interni ed esterni di influenza.
- 3 - Il comportamento del cliente nei mercati B to B
- 4 - Le ricerche di mercato: obiettivi e metodi.
- 5 - La segmentazione: significato e strategie
- 6 - I principali criteri di segmentazione del mercato dei consumatori e di quello industriale.
- 7 - Il marketing mix: elementi che lo compongono.
- 8 - Il prodotto: significato, classificazione, package.
- 9 - Le strategie di prezzo.
- 10 - La distribuzione: i canali, gli operatori coinvolti.
- 11 - La comunicazione: pubblicità, promozione delle vendite, PR, vendita mediante personale.
- 12 - Il piano di marketing

ENGLISH

Didactical method

Contacts hours , case studies, team work and DVDs.

Course contents

Introduction to marketing: meanings and evolution

Consumer behavior: the buying process and internal and external influences

Customer behavior in B to B markets

Market research: objectives and methods

Segmentation: meaning and strategies

The main criteria of market segmentation of consumers and industry

The marketing mix: the elements it is composed of

The product: meaning, classification, package

Price strategies

Distribution: the channels and operators involved

Communication: advertising, sales and promotion, PR, sales via staff

The Marketing plan

TESTI CONSIGLIATI E BIBLIOGRAFIA

ITALIANO

Il testo adottato è:

- Pellicelli G., Il Marketing, Utet, 2014, limitatamente a parte prima (solo capp. I, II e IV), parte seconda (capp. I, II, IV, V), parte terza (cap. I), parte quarta (cap. I), parte quinta (cap. I), parte sesta (tutti i capitoli).
- Candelo E., Il marketing del settore automotive, Giappichelli, Torino, 2009 (tutto)

ENGLISH

Text used:

- Pellicelli G., Il Marketing, Utet, 2012, limitatamente a parte prima (solo capp. I, II e IV), parte seconda (capp. I, II, IV, V), parte terza (cap. I), parte quarta (cap. I), parte quinta (cap. I), parte sesta (tutti i capitoli).
- Candelo E., Destination Branding. L'immagine della destinazione turistica come vantaggio competitivo, Giappichelli, 2009 (all)

NOTA

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Martedì	13:15 - 16:15	Aula Magna SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
Lezioni: dal 24/02/2015 al 05/06/2015		

Pagina web del corso: <http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?id=4e4a>

Marketing e Finanza (Corso Integrato di)

Integrated course of Marketing and Finance

Anno accademico:	2014/2015
Codice attività didattica:	SAA0040
Docente:	Prof. Giuseppe Tardivo (Titolare del corso) Prof. Elena Candelo (Titolare del corso)
Contatti docente:	011/670.60.53, <i>giuseppe.tardivo@unito.it</i>
Corso di studio:	Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)
Anno:	2° anno
Tipologia:	Caratterizzante - Aziendale
Crediti/Valenza:	10
SSD attività didattica:	SECS-P/08 - economia e gestione delle imprese SECS-P/09 - finanza aziendale
Erogazione:	Tradizionale
Lingua:	Italiano
Frequenza:	Obbligatoria
Tipologia esame:	Scritto

PREREQUISITI

Si vedano i pre-requisiti del corso di studio

OBIETTIVI FORMATIVI

Le informazioni di dettaglio sono inserite sulle schede dei moduli didattici.

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO ATTESI

Le informazioni di dettaglio sono inserite sulle schede dei moduli didattici.

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

Le informazioni di dettaglio sono inserite sulle schede dei moduli didattici

solo scritto (durata h.: 3) Le informazioni di dettaglio sono inserite sulle schede dei moduli didattici

ATTIVITÀ DI SUPPORTO

Durante il corso, verranno svolte attività di tutorato durante le quali gli studenti sono invitati a porre quesiti su quanto non compreso durante le lezioni.

PROGRAMMA

Le informazioni di dettaglio sul programma sono inserite sulle schede dei moduli didattici.

TESTI CONSIGLIATI E BIBLIOGRAFIA

Le informazioni di dettaglio sul testo adottato inserite sulle schede dei moduli didattici.

NOTA

Modalità di verifica/esame

Le informazioni di dettaglio sono inserite sulle schede dei moduli didattici.

Moduli didattici:

- Finanza Aziendale
- Marketing

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Lezioni: dal 23/02/2015 al 06/06/2015		
Nota: L'orario delle lezioni è indicato sui singoli moduli.		
Marketing: Martedì 9.15-12.15		
Finanza Aziendale: Giovedì 13.30-16.30		

Pagina web del corso: <http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show? id=9d30>

Finanza Aziendale

Principles of Corporate Finance

Anno accademico:	2014/2015
Codice attività didattica:	SAA0040A
Docente:	Prof. Giuseppe Tardivo (Titolare del corso)
Contatti docente:	011/670.60.53, giuseppe.tardivo@unito.it
Corso integrato:	• Marketing e Finanza (Corso Integrato di)
Anno:	
Tipologia:	
Crediti/Valenza:	5
SSD attività didattica:	SECS-P/09 - finanza aziendale
Erogazione:	Tradizionale
Lingua:	Italiano
Frequenza:	Obbligatoria
Tipologia esame:	Scritto

PREREQUISITI

Conoscenza dei principi fondamentali dell'economia aziendale Occorre avere analizzato l'impresa e conoscerne la struttura, dal punto di vista delle aree funzionali che la compongono.

OBIETTIVI FORMATIVI

Finalità: il corso si propone di fornire agli studenti i principi fondamentali della Finanza Aziendale.

Obiettivi: Alla fine del corso lo studente sarà in grado di riclassificare correttamente e commentare in chiave economico-finanziaria il bilancio di esercizio; di valutare in ottica economico-finanziaria i progetti di investimento dell'impresa, l'autofinanziamento, il capitale circolante e di interpretare i principali indici economici-finanziari di gestione, possiederà inoltre le conoscenze di base del costo del capitale, della manovra del leverage, delle problematiche connesse alla determinazione del fabbisogno finanziario netto.

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO ATTESI

Il modulo finanza aziendale si pone l'obiettivo di interpretare in chiave economica-finanziaria il bilancio di esercizio e

le principali problematiche economico-finanziarie dell'impresa per consentire allo studente inserirsi nella direzione amministrazione-finanziaria di aziende pubbliche e private.

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

L'esame è scritto. Le domande verteranno sul programma svolto a lezione, incluse le esercitazioni, i lavori di gruppo e la testimonianza aziendale.

solo scritto (durata h.: 3) L'esame è scritto. Le domande verteranno sul programma svolto a lezione e sulle esercitazioni, inclusa la testimonianza aziendale.

ATTIVITÀ DI SUPPORTO

Durante il corso, verranno svolte attività di tutorato durante le quali gli studenti sono invitati a porre quesiti su quanto non compreso durante le lezioni.

PROGRAMMA

Metodi didattici

L'attività didattica si articola in:

- Aula (lezione frontale). Le ore di lezione frontale serviranno a delineare i fondamenti costitutivi della Finanza Aziendale
- Esercitazioni: soluzioni di casi aziendali
- Lavoro di gruppo: coinvolgimento attivo degli studenti nella risoluzione di casi aziendali complessi;
- Testimonianza aziendale: impatto con concrete realtà finanziarie illustrate da manager esterni.

Programma

Modulo: FINANZA AZIENDALE

- Presentazione del corso. Introduzione della Finanza Aziendale (finalità, contenuto, obiettivi)
- Riclassificazione del bilancio di esercizio in ottica economica finanziaria - I parte. Principi generali di riclassificazione Stato patrimoniale e Conto economico
- Riclassificazione del bilancio di esercizio in ottica economica finanziaria - II parte. Analisi per indici
- Elementi di programmazione economico-finanziaria. La determinazione del fabbisogno finanziario netto
- Autofinanziamento
- Le decisioni di investimento
- Le decisioni finanziarie
- Costo del capitale e manovra del leverage
- Le relazioni rischio-rendimento
- La teoria del CAPM e l'indice Beta
- L'etica come strumento per creare valore per l'impresa + Testimonianza

Il corso si propone di fornire un quadro istituzionale della funzione finanziaria e dei principi di gestione delle risorse di capitale nell'impresa. Al termine del corso lo studente sarà in grado di riclassificare correttamente e commentare in chiave economico-finanziaria il bilancio di esercizio; di valutare in ottica finanziaria i progetti di investimento dell'impresa, l'autofinanziamento, il capitale circolante e i principali indici economici-finanziari di gestione; il costo del capitale, la manovra del leverage, le problematiche connesse alla determinazione del fabbisogno finanziario netto.

TESTI CONSIGLIATI E BIBLIOGRAFIA

ITALIANO

Testi adottati:

Tardivo G., Schiesari R., Miglietta N. (2010), Finanza Aziendale, Torino, Isedi.

Battisti E., Scilla A. (2013), Applicazioni di finanza aziendale. Esercizi commentati e richiami di teoria, FrancoAngeli, Milano.

ENGLISH

Text used:

Tardivo G., Schiesari R., Miglietta N. (2010), Finanza Aziendale, Torino, Isedi.

Battisti E., Scilla A. (2013), Applicazioni di finanza aziendale. Esercizi commentati e richiami di teoria, FrancoAngeli, Milano.

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Giovedì	13:30 - 16:30	
Lezioni: dal 26/02/2015 al 05/06/2015		

Pagina web del modulo: <http://saa.campusnet.unito.it/do/moduli.pl/Show? id=4d9f>

Marketing

Marketing

Anno accademico:	2014/2015
Codice attività didattica:	SAA0040B
Docente:	Prof. Elena Candelo (Titolare del corso)
Contatti docente:	elena.candelo@unito.it
Corso integrato:	<ul style="list-style-type: none">● Marketing e Finanza (Corso Integrato di)● Marketing e Finanza (Corso Integrato di)
Anno:	
Tipologia:	
Crediti/Valenza:	5
SSD attività didattica:	SECS-P/08 - economia e gestione delle imprese
Erogazione:	Tradizionale
Lingua:	Italiano
Frequenza:	Obbligatoria
Tipologia esame:	Scritto

PREREQUISITI

Nessuno

OBIETTIVI FORMATIVI

ITALIANO

Al termine del corso lo studente sarà in grado di comprendere il comportamento d'acquisto del cliente, di

individuare un target di mercato e di pianificare una strategia di marketing per attrarre i membri del target scelto. Il corso sviluppa altresì la capacità di analisi necessaria per individuare le fonti originarie del vantaggio competitivo.

ENGLISH

At the end of course students will be able to understand purchasing habits, identify target markets and plan marketing strategies to attract customers. The course also aims at providing students with the necessary skills in order to identify the advantages of competition.

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO ATTESI

ITALIANO

Il modulo di marketing si propone l'obiettivo di sviluppare nei partecipanti le competenze di base necessarie per l'attività di un marketing manager e per inserirsi nella direzione marketing di un'impresa di produzione, di servizi o commerciale.

ENGLISH

The course aims at developing the skills needed to operate as a marketing manager and to work within the marketing department of a production, service or trading company.

PROGRAMMA

ITALIANO

Metodi didattici

Lezioni tradizionali, casi aziendali, lavori di gruppo, fiamati.

Programma

Modulo: MARKETING

- 1 - Introduzione al marketing: significato e fasi di evoluzione
- 2 - Il comportamento del consumatore: le fasi del processo di acquisto ed i fattori interni ed esterni di influenza.
- 3 - Il comportamento del cliente nei mercati B to B
- 4 - Le ricerche di mercato: obiettivi e metodi.
- 5 - La segmentazione: significato e strategie
- 6 - I principali criteri di segmentazione del mercato dei consumatori e di quello industriale.
- 7 - Il marketing mix: elementi che lo compongono
- 8 - Il prodotto: significato, classificazione, package.
- 9 - Le strategie di prezzo
- 10 - La distribuzione: i canali, gli operatori coinvolti
- 11 - La comunicazione: pubblicità, promozione delle vendite, PR, vendita mediante personale.
- 12 - Il piano di marketing

ENGLISH

Didactical method

Contacts hours , case studies, team work and DVDs.

Course contents

Introduction to marketing: meanings and evolution

Consumer behavior: the buying process and internal and external influences

Customer behavior in B to B markets

Market research: objectives and methods

Segmentation: meaning and strategies

The main criteria of market segmentation of consumers and industry

The marketing mix: the elements it is composed of

The product: meaning, classification, package

Price strategies

Distribution: the channels and operators involved

Communication: advertising, sales and promotion, PR, sales via staff

The Marketing plan

TESTI CONSIGLIATI E BIBLIOGRAFIA

ITALIANO

Il testo adottato è:

- Pellicelli G., Il Marketing, Utet, 2012, limitatamente a parte prima (solo capp. I, II e IV), parte seconda (capp. I, II, IV, V), parte terza (cap. I), parte quarta (cap. I), parte quinta (cap. I), parte sesta (tutti i capitoli).

- Candelo E., Destination branding. L'immagine della destinazione turistica come vantaggio competitivo, Giappichelli, Torino, 2009 (tutto)

ENGLISH

Text used:

- Pellicelli G., Il Marketing, Utet, 2012, limitatamente a parte prima (solo capp. I, II e IV), parte seconda (capp. I, II, IV, V), parte terza (cap. I), parte quarta (cap. I), parte quinta (cap. I), parte sesta (tutti i capitoli).

- Candelo E., Destination Branding. L'immagine della destinazione turistica come vantaggio competitivo, Giappichelli, 2009 (all)

NOTA

ITALIANO

Modalità di verifica/esame

L'esame è scritto. Le domande sono su argomenti teorici, su casi aziendali, su notizie di attualità. Si valuta l'avvenuto apprendimento dei concetti teorici e la loro applicazione nell'analisi dei casi di marketing.

ENGLISH

Evaluation process and modalities

The examination is written. The questions are on theoretical topics, case studies and current affairs. The knowledge of theoretical concepts is assessed, and the application in the analysis of marketing cases.

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Martedì	9:15 - 12:15	
Lezioni: dal 23/02/2015 al 05/06/2015		

Pagina web del modulo: <http://saa.campusnet.unito.it/do/moduli.pl/Show? id=268f>

Matematica (Pre-corso)

Anno accademico:	2014/2015
Codice attività didattica:	
Docente:	
Contatti docente:	
Corso di studio:	Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)
Anno:	1° anno
Tipologia:	Altre attività
Crediti/Valenza:	
SSD attività didattica:	
Erogazione:	Tradizionale
Lingua:	Italiano
Frequenza:	Obbligatoria
Tipologia esame:	Giudizio finale - Laboratorio

OBIETTIVI FORMATIVI

Consentire agli studenti di conseguire competenze di base per poter frequentare con profitto il corso di Matematica per l'azienda.

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO ATTESI

Solide conoscenze di algebra elementare, elementi di geometria analitica, interpretazione e utilizzo critico delle curve elementari al fine di risolvere equazioni e disequazioni anche in forma grafica.

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

Test

PROGRAMMA

- 1) Il linguaggio matematico: i quantificatori universali. Insiemi: nozioni di base; operazioni tra insiemi; prodotto cartesiano. Cenni alla composizione ed alle caratteristiche degli insiemi numerici. Insiemi di numeri reali: gli intervalli. Massimo e minimo, estremo superiore e inferiore di un insieme numerico. Intorni e topologia.
- 2) Le operazioni elementari e le potenze; operazioni impossibili ($1/0$) ed operazioni indeterminate ($0/0$); valore assoluto. Calcolo letterale. Binomio di Newton.
- 3) Equazioni. Principi di equivalenza. Equazioni di primo e secondo grado. Equazioni razionali fratte. Equazioni con valori assoluti. Sistemi di equazioni; sistemi lineari: metodo di Cramer. Discussione ed interpretazione grafica delle soluzioni di un sistema lineare di primo grado.
- 4) Geometria analitica. Assi coordinati e sistema di riferimento cartesiano: nozione di distanza e di punto medio di un segmento. Funzioni elementari: lineari - quadratiche - rappresentate da un'iperbole - potenza - esponenziali - logaritmiche.
- 5) Disequazioni di 1° e 2° grado; disequazioni fratte e sistemi di disequazioni. disequazioni razionali, con valori assoluti, irrazionali, esponenziali e logaritmiche; cenni alla risoluzione grafica di equazioni e disequazioni.

TESTI CONSIGLIATI E BIBLIOGRAFIA

Testo consigliato

"Matematica per l'Azienda" di Claudio Mattalia – G. Giappichelli editore.

Materiale distribuito in forma cartacea dal docente e/o disponibile sulla piattaforma Moodle.

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Lunedì	14:00 - 18:00	Aula Magna SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
Martedì	14:00 - 18:00	Aula Magna SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
Mercoledì	9:00 - 13:00	Aula Magna SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
Giovedì	14:00 - 18:00	Aula Magna SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
Venerdì	14:00 - 18:00	Aula Magna SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale

Lezioni: dal 15/09/2014 al 19/09/2014

Nota: PER GLI STUDENTI LAVORATORI L'ORARIO DEL PRE-CORSO DI MATEMATICA E':
15- 19 SETTEMBRE 2014: 18.30 - 21.45

Pagina web del corso: <http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show? id=wfy8>

Matematica per l'Azienda

MATHEMATICS FOR BUSINESS

Anno accademico:	2014/2015
Codice attività didattica:	SAA0066
Docente:	Prof. Luisa Tibiletti (Titolare del corso) Prof. Mariacristina Uberti (Titolare del corso) Prof. Giulio Diale (Titolare del corso)
Contatti docente:	<i>luisa.tibiletti@unito.it</i>
Corso di studio:	Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)
Anno:	1° anno
Tipologia:	Caratterizzante - Statistico-Matematico
Crediti/Valenza:	12
SSD attività didattica:	SECS-S/06 - metodi matematici dell'economia e delle scienze att. e finanz.
Erogazione:	Tradizionale
Lingua:	Italiano
Frequenza:	Obbligatoria
Tipologia esame:	Scritto ed orale

PREREQUISITI

Per una proficua frequenza del corso è necessaria la conoscenza dei seguenti argomenti: calcolo letterale, polinomi e loro operazioni, risoluzione di equazioni e disequazioni (1° e 2° grado, con radicali, razionali fratte, con esponenziali, con logaritmi, con valore assoluto), geometria analitica, risoluzione di sistemi lineari elementari. Elementi di logica e teoria degli insiemi. ----- Successful course completion requires knowledge of the following topics: literal calculus, polynomials and their operations, equations and inequations solving (linear and quadratic, radical, rational, exponential, logarithmic, absolute-value), analytic geometry, solution of elementary linear systems. Elements of logic and of set theory.

OBIETTIVI FORMATIVI

ITALIANO

Il corso si propone di presentare gli strumenti matematici di base da impiegare nelle applicazioni economiche e finanziarie, soffermandosi in particolare su quelle di natura aziendale.

ENGLISH

The aim of the course is to present the basic mathematical tools to be used in economic and financial environments, putting stress on business applications.

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO ATTESI

ITALIANO

Il corso consente di acquisire la capacità di utilizzare le tecniche matematiche di base per l'analisi di problemi riguardanti le scienze economiche ed aziendali, e di impiegare tali tecniche per la costruzione di modelli matematici

utilizzati nella soluzione dei problemi.

ENGLISH

Through an intuitive and direct explanation of concepts and mathematical tools, the course allows students to acquire basic knowledge for approaching the study of main economic and business problems where these tools are employed.

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

ITALIANO

L'esame è costituito da una prova scritta obbligatoria e da una prova orale facoltativa.

ENGLISH

The exam consists in a compulsory written part and an optional oral part.

L'esame $\dot{\text{S}}$ costituito da una prova scritta obbligatoria e da una prova orale facoltativa. --- The exam consists in a compulsory written part and an optional oral part.

ATTIVITÀ DI SUPPORTO

ITALIANO

Durante il corso, verranno svolte attività di tutorato durante le quali gli studenti sono invitati a porre quesiti su quanto non compreso durante le lezioni.

ENGLISH

During the course, tutoring activities will be carried out during which students are invited to ask questions about what is not understood in lessons.

PROGRAMMA

ITALIANO

MATEMATICA GENERALE

Funzioni di una variabile

Definizione, dominio, codominio, immagine, grafico. Funzioni elementari. Funzioni iniettive, suriettive, inverse, composte. Funzioni limitate, monotone, convesse. Punti di ottimo di una funzione. Applicazioni aziendali e finanziarie.

Limiti e continuità

Concetto di limite. Calcolo di limiti e teoremi fondamentali. Limiti notevoli e forme indeterminate. Funzioni continue e teoremi relativi. Applicazioni aziendali e finanziarie.

Calcolo differenziale e applicazioni

Concetto di derivata e suo significato geometrico, derivate successive, regole di derivazione. Derivazione delle

funzioni elementari, della funzione inversa e della funzione composta. Teoremi del calcolo differenziale. Test di monotonìa, test di convessità. Problemi di ottimo. Studio di funzione. Applicazioni economico-aziendali.

MATEMATICA FINANZIARIA

Cenni di calcolo vettoriale e matriciale
Vettori, matrici e operazioni.

Funzioni di due variabili

Definizione e dominio. Estensioni del concetto di continuità e derivabilità. Derivate parziali, vettore gradiente e matrice hessiana. Differenziale e piano tangente. Problemi di ottimo libero.

Calcolo finanziario

Capitalizzazione e attualizzazione. Regimi finanziari usuali (capitalizzazione semplice, capitalizzazione composta, capitalizzazione a interessi semplici anticipati). Valutazione di rendite a rate costanti e a rate variabili.

Applicazioni finanziarie

Costituzione di un capitale. Ammortamento di un prestito: ammortamento italiano e ammortamento francese. Ammortamenti a tasso d'interesse variabile. Indici di convenienza. Valutazione di titoli: titoli senza cedole e titoli con cedole.

Scelte finanziarie

Criteri di scelta tra operazioni finanziarie: criterio del TIR e criterio del VAN. Indicatori legali di redditività e di onerosità: TAN, TAE e TAEG. Applicazioni.

ENGLISH

MATHEMATICS

Functions of one variable

Definition, domain, codomain, image, graph of a function. Elementary functions and injective, surjective, inverse, composite functions. Bounded, monotonic, convex functions. Maximum and minimum of a function. Economic and business applications.

Limits and continuity

Notion of limit. Computation of limits and fundamental theorems. Important limits and indeterminate forms. Continuous functions and theorems.

Differential calculus and applications

Notion of derivative and its geometrical meaning, higher-order derivatives, rules of derivation. Derivatives of elementary functions, of inverse functions and composite functions. Theorems of differential calculus. Monotonicity and convexity tests. Optimum problems. Study of functions. Economic and business applications.

FINANCIAL MATHEMATICS

Notions of linear algebra

Vectors, matrices and operations.

Functions of two variables

Definition and domain. Extension of the notions of continuity and derivability. Partial derivatives and gradient.

Problems of unconstrained optimum.

Financial calculus

Common financial laws. One-variable and two-variable financial laws. Term structure of interest rates. Annuities and amortization plans.

Financial decisions and Financial objectives

The NPV and the IRR criteria. Applications to the management of fixed income portfolios: immunization, duration and convexity. "Legal" indexes of profitability: TAN and TAEG, usury interest rate.

TESTI CONSIGLIATI E BIBLIOGRAFIA

ITALIANO

PECCATI L., SALSA S., SQUELLATI A.M., *Matematica per l'Economia e l'Azienda*, Terza edizione, EGEA, Milano, 2004.

MATTALIA C., TIBILETTI L., UBERTI M., *Basic Finance for Business*, E-book McGraw Hill, 2014 (in corso di pubblicazione).

UBERTI M., *Matematica per le applicazioni economiche e finanziarie. Temi ed esercizi per l'autovalutazione*, Giappichelli, Torino, 2012.

MATTALIA C., *Matematica per l'Azienda*, Giappichelli, Torino, 2014.

MATTALIA C., TIBILETTI L., UBERTI M., *Matematica per l'Azienda – Raccolta di Temi d'Esame*, E-book disponibile su www.lulu.com, 2014.

MARGARITA S., SALINELLI E., *MultiMath - Matematica Multimediale per l'Università*, Springer-Verlag Italia, Milano, 2004.

MATTALIA C., *Esercizi di Matematica*, Giappichelli, Torino, 2009.

ENGLISH

PECCATI L., SALSA S., SQUELLATI A.M., *Matematica per l'Economia e l'Azienda*, Terza edizione, EGEA, Milano, 2004.

MATTALIA C., TIBILETTI L., UBERTI M., *Basic Finance for Business*, E-book McGraw Hill, 2014 (in print).

UBERTI M., *Matematica per le applicazioni economiche e finanziarie. Temi ed esercizi per l'autovalutazione*, Giappichelli, Torino, 2012.

MATTALIA C., *Matematica per l'Azienda*, Giappichelli, Torino, 2014.

MATTALIA C., TIBILETTI L., UBERTI M., *Matematica per l'Azienda – Raccolta di Temi d'Esame*, E-book available on www.lulu.com, 2014.

MARGARITA S., SALINELLI E., *MultiMath - Matematica Multimediale per l'Università*, Springer-Verlag Italia, Milano, 2004.

MATTALIA C., *Esercizi di Matematica*, Giappichelli, Torino, 2009.

NOTA

Pagina web del corso: <http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?id=4ljw>

Professional Communication Skills

Anno accademico:	2014/2015
Codice attività didattica:	
Docente:	
Contatti docente:	
Corso di studio:	Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)
Anno:	2° anno 3° anno
Tipologia:	Servizi didattici integrativi
Crediti/Valenza:	
SSD attività didattica:	M-FIL/05 - filosofia e teoria dei linguaggi
Erogazione:	Tradizionale
Lingua:	Inglese
Frequenza:	Facoltativa
Tipologia esame:	Orale

PROGRAMMA

This is a business communications course which will interest management students looking to improve their reading, writing and analysing skills. The course will show students how to analyse business cases, write reports as well as research and prepare proposals. They will learn to produce press office material ranging from a brief company biography and mission statement to a persuasive press release.

Students will simulate a work environment by working both in teams and individually towards set goals. Subject areas will include technology, HR, finance and marketing.

Lessons will cover:

- Identifying and organising key business concepts
- Recognising influences and impacts
- Analysing and critically evaluating business case studies
- Preparing SWOT and STEP analyses
- Summarising business texts
- Analysing cause and effect relationships
- Proposing solutions
- Enhancing management and business vocabulary

This course is designed to equip management students with the skills to analyse, prepare and deliver influential business documents.

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Lezioni: dal 22/09/2014 al 24/11/2014		
Nota: Attività didattiche (ore 17.00 - 20.00)		
Lunedì 22 settembre 2014		
Lunedì 29 settembre 2014		
Lunedì 6 ottobre 2014		
Lunedì 3 novembre 2014		

Lunedì 10 novembre 2014
Lunedì 17 novembre 2014
Lunedì 24 novembre 2014 (EXAM)

Pagina web del corso: http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=tbz1

Psicologia dell'organizzazione

The Psychology of Organizations

Anno accademico:	2014/2015
Codice attività didattica:	SAA0041
Docente:	Annamaria Castellano (Titolare del corso) Riccardo Magnone (Assistente) Monica Molino (Tutor)
Contatti docente:	0116702792, annamaria.castellano@unito.it
Corso di studio:	Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)
Anno:	2° anno
Tipologia:	Attività formative affini o integrative
Crediti/Valenza:	6
SSD attività didattica:	M-PSI/06 - psicologia del lavoro e delle organizzazioni
Erogazione:	Tradizionale
Lingua:	Italiano
Frequenza:	Obbligatoria
Tipologia esame:	Scritto

OBIETTIVI FORMATIVI

ITALIANO

Il corso si propone di fornire allo studente gli elementi di base per comprendere il funzionamento delle organizzazioni e l'azione umana all'interno di esse attraverso l'analisi dei principali approcci teorici che hanno contrassegnato lo studio delle organizzazioni. Esso, intende presentare quindi le diverse prospettive e concezioni che rappresentano e spiegano l'organizzazione come fenomeno complesso e paradossale.

ENGLISH

The course aims at providing students with the basic elements in order to understand how organizations and human behavior work by means of an analysis of the main theoretical approaches that have been emphasized in the study of organization. Therefore the aim is to introduce the different perspectives and concepts that represent and explain organization as a complex and paradoxical phenomenon.

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO ATTESI

ITALIANO

- Conoscere i principali temi, questioni, teorie del comportamento organizzativo
- Saper riconoscere e analizzare i fattori e la dinamica dell'azione umana nei contesti organizzativi

ENGLISH

- To know the main issues, questions, theories of organizational behaviour.

- To be able to recognize and analyze the factors and dynamics of human action in organizational contexts

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

ITALIANO

Discussioni in aula, elaborati di gruppo, test finale

ENGLISH

Classroom discussion, team work presentation, final test

Test scritto a domande chiuse

ATTIVITÀ DI SUPPORTO

ITALIANO

Durante il corso, verranno svolte attività di tutorato durante le quali gli studenti sono invitati a lavorare in gruppo, ad affrontare casi concreti e a porre quesiti su quanto non compreso durante le lezioni.

ENGLISH

During the course, various tutorial activities will be carried out and students will be able to clear any doubts and ask questions.

PROGRAMMA

ITALIANO

Metodi didattici

Lezioni e rielaborazioni in gruppo
studio di casi.

Programma

1. Il comportamento organizzativo

- Un campo interdisciplinare
- La prospettiva storica
- Il contesto manageriale

2. Il comportamento individuale nelle organizzazioni

- Il concetto di Sé
- Capacità e performance
- Le emozioni e la vita organizzativa
- Valori personali
- Atteggiamenti verso il lavoro
- La soddisfazione organizzativa
- La motivazione

3. I gruppi e i processi sociali

- Dinamiche di gruppo

- Team building e team working
- Processi decisionali individuali e di gruppo
- Il conflitto

4. I processi organizzativi

- La cultura organizzativa
- Potere, empowerment
- Leadership
- Il cambiamento

5. Rielaborazione del percorso e conclusioni.

ENGLISH

Methods

Lessons, application of knowledge to specific cases, team work.

Syllabus

1. Organizational Behavior

- A interdisciplinary field
- Historical perspective
- The managerial context

2. Individual behavior in Organization

- Self concept
- Competences and Performance
- Emotions and organizational life
- Personal values
- Work attitudes
- Work Satisfaction
- Motivation

3. Groups and social process

- Group's dynamics
- Team building e team working
- Individual and Team decision making
- Conflict

4. Organizational Process

- Organizational Culture
- Power and Empowerment
- Leadership
- Change management

5. Synthesis

TESTI CONSIGLIATI E BIBLIOGRAFIA

Il testo adottato è

Comportamento organizzativo

Autore: R. Kreitner, A. Kinicki Edizione: 2 edizione

Casa editrice: APOGEO

ISBN: 8850321430

Url: <http://unito-opac.cineca.it/SebinaOpac/Opac?action=search&thNomeDocumento=UT O0918231T>

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Lunedì	9:00 - 12:00	
Mercoledì	13:30 - 16:30	
Lezioni: dal 23/02/2015 al 05/06/2015		

Pagina web del corso: http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=f007

Ragioneria e Controllo di Gestione

Financial Accounting and Management Control

Anno accademico:	2014/2015
Codice attività didattica:	SAA0064
Docente:	Prof. Fabrizio Bava (Titolare del corso) Prof. Paola De Bernardi (Titolare del corso) Prof. Simona Alfiero (Titolare del corso)
Contatti docente:	0116706022, <i>fabrizio.bava@unito.it</i>
Corso di studio:	Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)
Anno:	1° anno
Tipologia:	Caratterizzante - Aziendale
Crediti/Valenza:	8
SSD attività didattica:	SECS-P/07 - economia aziendale
Erogazione:	Tradizionale
Lingua:	Italiano
Frequenza:	Obbligatoria
Tipologia esame:	Scritto

PREREQUISITI

Economia Aziendale ---- Business Administration

OBIETTIVI FORMATIVI

ITALIANO

RAGIONERIA - Prof. Fabrizio Bava

Il modulo è finalizzato a fornire gli strumenti necessari per effettuare una lettura critica, analisi e interpretazione del bilancio d'esercizio.

PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO - Prof. Paola De Bernardi - Prof. Simona Alfiero

Il modulo è finalizzato ad analizzare le logiche e gli strumenti del controllo di gestione nelle aziende, sia sotto il profilo tecnico-contabile, sia sotto quello organizzativo, vale a dire come sistema per guidare e responsabilizzare i manager verso gli obiettivi di fondo della gestione.

ENGLISH

FINANCIAL ACCOUNTING - Prof. Fabrizio Bava

Objectives:

Content and development of the annual report

Principles of accounting and evaluation applied to budget items

Financial statements analysis: the structure of the annual report, ratio techniques or "indices", flow of funds analysis, analysis of sources and investment.

Analysis of working capital and cash flow analysis.

MANAGEMENT AND CONTROL - Prof Paola De Bernardi - Prof. Simona Alfiero

Objectives:

The course aims also to study the logic and the tools of the management control in the enterprises, both from a technical - accounting point of view and from an organizational point of view, as a system to guide and to make responsible the managers toward the goals of the business management.

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO ATTESI

ITALIANO

Conoscenza del bilancio d'esercizio: struttura, contenuto e criteri di valutazione.

Utilizzo delle analisi di bilancio per indici e per flussi.

Capacità di analizzare e interpretare le performance aziendali, attraverso la predisposizione e la lettura degli indicatori quali-quantitativi. Capacità di formulazione di scelte operative all'interno di un ventaglio differenziato, attraverso l'utilizzo di strumenti di problem solving.

ENGLISH

The main learning aim should be to gain a good understanding of inter-firm comparison (i.e. comparing one company with another) and trend analysis (i.e. assessing year on year performance), and to appreciate how financial information is used in capital markets for valuation.

Capacity to analyze and interpret company performance, by means of the predisposition and reading of qualitative and quantitative indicators. Capacity to make operative choices within a differentiated range, using problem-solving tools.

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

ITALIANO

Esame Scritto.

Casi ed esercitazioni

ENGLISH

Written Exam

Case studies and Exercises

Scritto ---- Written Exam

ATTIVITÀ DI SUPPORTO

Tutoraggio

Tutoring

PROGRAMMA

ITALIANO

Modulo: RAGIONERIA - Prof. Fabrizio Bava

I PROGRAMMA

1. La redazione del bilancio: le operazioni di chiusura e il secondo bilancio di verifica.

2. La struttura del bilancio secondo il codice civile.
3. Le operazioni di riapertura.
4. Il contenuto e la valutazione delle immobilizzazioni immateriali.
5. Il contenuto e la valutazione delle immobilizzazioni materiali - I parte.
6. Il contenuto e la valutazione delle immobilizzazioni materiali - II parte
7. Il contenuto e la valutazione delle immobilizzazioni finanziarie.
8. Il contenuto e la valutazione del magazzino.
9. Il contenuto e la valutazione dei crediti.
10. Il patrimonio netto, i debiti e i fondi rischi.
11. Esercitazione.

Modulo: PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO - Prof. Paola De Bernardi - Prof. Simona Alfiero

PROGRAMMA

- 1 – Presentazione del corso. Introduzione al controllo di gestione: fasi, struttura e strumenti.
- 2 – Le analisi di bilancio per indici a supporto della valutazione delle performance aziendali
- 3 – segue: Le analisi di bilancio per indici : gli indicatori di struttura e di situazione finanziaria
- 4 - segue: Le analisi di bilancio per indici: analisi della redditività aziendale
- 5 – Il processo di budgeting: logiche, caratteristiche, fasi
- 6 – I budget operativi
- 7 – Il budget finanziario e di cassa
- 8 – Il master budget
- 9 - Il reporting aziendale e l'analisi degli scostamenti
- 10 – segue: Il reporting aziendale e l'analisi degli scostamenti
- 11 – Lezione di riepilogo

ENGLISH]

FINANCIAL ACCOUNTING prof. Fabrizio Bava

- 1 – *The aims of the financial statement, the principles of compilation and financial accounting*
- 2 – *The assessment principles applied to each item on the financial statement*
- 3 – *Presentation of the index analyses. The re-classification of the asset and liability statement*
- 4 – *The re-classification of the profit and loss account*
- 5 – *The analysis of patrimonial solidity*
- 6 – *The analysis of the financial structure*
- 7 – *The analysis of the financial situation*
- 8 – *The analysis of profitability*
- 9 – *Presentation of the analysis for flows.*
- The financial statement*
- 10 – *Cash flow*
- 11 – *Meaning of financial statement using case studies*
- 12 – *Final practical exercises*

MANAGEMENT AND CONTROL prof. Paola De Bernardi - Prof. Simona Alfiero

- 1-*Introduction to management control: phases, structure and tools.*
- 2 – *Performance analysis and Key Performance indicators*
- 3 – *Performance analysis and Key Performance indicators*
- 4 - *Analytic accounting and support of decision-making processes*
- 5 - *The budgeting process: logic, features, phases*
- 6 – *Operating Budgeting*

- 7 – *Fund flow budget*
- 8 – *consolidation budget: master bgt*
- 9 – *Company reporting and deviation analysis*
- 10 – *Deviation of cost variables and fixed costs*
- 11 – *Revision*

]

[[ITALIANO

I principali argomenti esaminati nel corso sono il bilancio d'esercizio e la sua formazione e gli strumenti e i processi del controllo di gestione. In particolare, viene trattata la struttura, il contenuto e il processo di formazione dei valori del bilancio d'esercizio e del sistema di budgeting e reporting.

ENGLISH

The aim of the course is to analyse the financial statement of Italian companies and the process of budgeting and reporting as a system to guide and to make responsible the managers toward the goals of the business management.

TESTI CONSIGLIATI E BIBLIOGRAFIA

ITALIANO

DE BERNARDI – DEVALLE

Sistemi di rilevazione e misurazione delle performance aziendali. Dalla redazione del bilancio di esercizio al controllo di gestione.

Giappichelli

ALFIERO – GROMIS – VENUTI

Sistema di rilevazione e misurazione delle performance aziendali. Casi ed esercitazioni - GIAPPICHELLI

ENGLISH

DE BERNARDI – DEVALLE

Sistemi di rilevazione e misurazione delle performance aziendali. Dalla redazione del bilancio di esercizio al controllo di gestione.

Giappichelli

ALFIERO – GROMIS – VENUTI

Sistema di rilevazione e misurazione delle performance aziendali. Casi ed esercitazioni - GIAPPICHELLI

Pagina web del corso: http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=byn9

Reti e sicurezza e Tecnologia per la comunicazione sul Web (Corso di)

The Net and Security - Web Communication Technologies

Anno accademico:	2014/2015
Codice attività didattica:	SAA0009
Docente:	Dott. Diego Magro (Titolare del corso)
Contatti docente:	<i>magro@di.unito.it</i>
Corso di studio:	Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)
Anno:	3° anno
Tipologia:	Attività formative affini o integrative
Crediti/Valenza:	6
SSD attività didattica:	INF/01 - informatica
Erogazione:	Tradizionale
Lingua:	Italiano
Frequenza:	Obbligatoria
Tipologia esame:	Scritto

PREREQUISITI

Conoscenza dei contenuti del corso di Informatica generale

OBIETTIVI FORMATIVI

ITALIANO

Fornire agli studenti una panoramica sui principali concetti e tecnologie alla base del Web. Aiutare gli studenti a formarsi una loro personale mappa concettuale mentale relativa al Web.

ENGLISH

Providing students with an overview of the main concepts and technologies behind the Web. Helping students to construct their own mental conceptual map relevant to the Web.

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO ATTESI

ITALIANO

Conoscenza dei principali concetti, problematiche e tecnologie relative al Web; capacità basilari necessarie all'interazione con esperti Web e alla cooperazione nelle decisioni riguardanti le soluzioni IT legate al Web (in ambito aziendale o nel settore pubblico)

ENGLISH

COMPETENCES ACQUIRED

Knowledge of the main concepts, issues and technologies relevant to the Web; basic skills needed in order to interact with Web experts and to cooperate in taking decisions on IT solutions related to the Web (within a company or in the public sector).

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

ITALIANO

Esame scritto

ENGLISH

Written exam

ATTIVITÀ DI SUPPORTO

ITALIANO

Durante il corso, verranno svolte attività di tutorato durante le quali gli studenti sono invitati a porre quesiti su quanto non compreso durante le lezioni.

ENGLISH

During the course, tutoring activities will take place. Students are encouraged to exploit these activities to ask questions on the topics addressed during lessons.

PROGRAMMA

ITALIANO

Reti di calcolatori: generalità, protocolli di rete, internetworking, Internet, Domain Name System.
Web: generalità, protocollo HTTP, cookies, proxy server, pagine Web statiche vs pagine Web dinamiche, tecnologie client-side vs tecnologie server-side, tecnologie ibride, XML, Web 2.0 (principali caratteristiche, cenni a: Open API, AJAX, JQuery, feed Atom e RSS), Web services (cenni), Applicazioni mobile (cenni), Accessibilità (generalità e Web Content Accessibility Guidelines), Content Management Systems, Search Engine Optimization (funzionamento dei motori di ricerca su Web, principi SEO), sicurezza su Web (cenni).

ENGLISH

Computer networks: basics, network protocols, internetworking, Internet, Domain Name System.
Web: basics, HTTP, cookies, proxy server, static vs dynamic Web pages, client-side vs server-side technologies, hybrid technologies, XML, Web 2.0 (main features, overview of: Open API, AJAX, JQuery, feed Atom e RSS), Web services (basics), Web Apps (basics), Accessibility (basics and Web Content Accessibility Guidelines), Content Management Systems, Search Engine Optimization (Web search engines, SEO), issues relevant to Web security (basics)

TESTI CONSIGLIATI E BIBLIOGRAFIA

ITALIANO

Slide fornite dal docente

ENGLISH

COURSE MATERIAL

Slides provided by the teacher

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Lunedì	9:00 - 12:00	Aula 5 SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
Lunedì	13:15 - 16:15	Aula 5 SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
Lezioni: dal 22/09/2014 al 19/12/2014		

Pagina web del corso: http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=0252

Sistemi Informativi e Laboratorio

Information Systems and Laboratory

Anno accademico:	2014/2015
Codice attività didattica:	SAA0042
Docente:	Livio Robaldo (Titolare del corso)
Contatti docente:	<i>livio.robaldo@unito.it</i>
Corso di studio:	Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)
Anno:	2° anno
Tipologia:	Attività formative affini o integrative
Crediti/Valenza:	6
SSD attività didattica:	INF/01 - informatica
Erogazione:	Tradizionale
Lingua:	Italiano
Frequenza:	Obbligatoria
Tipologia esame:	Scritto ed orale

PREREQUISITI

Corso di Informatica Generale

OBIETTIVI FORMATIVI

Comprensione dell'aspetto strategico e prettamente aziendalistico dei Sistemi Informativi. Capacità di padroneggiare modelli e metodologie per l'analisi di semplici sistemi informativi aziendali in ottica di governance strategica e manageriale. Conoscenze di base sull'analisi dei processi d'impresa e linguaggi per la loro modellazione. Sistemi informativi analizzati in quanto driver per la creazione di valore per l'impresa.

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO ATTESI

Comprensione delle esigenze aziendali che portano all'impiego di Sistemi Informativi in ambito manageriale e strategico. Conoscenza di base del linguaggio UML e delle minime nozioni di analisi e disegno dei processi aziendali in ottica strategica.

ATTIVITÀ DI SUPPORTO

Durante il corso, verranno svolte attività di tutorato durante le quali gli studenti sono invitati a porre quesiti su quanto non compreso durante le lezioni.

PROGRAMMA

Metodi didattici

Didattica frontale (teoria ed esercitazioni), Laboratorio.

Programma

1 – L'impresa come sistema sociale complesso

- 2 - Catena del valore e processi d'impresa
- 3 - Struttura e processi nelle moderne imprese
- 4 - Ruolo dei Sistemi Informativi nelle imprese
- 5 - Caratteristiche dei sistemi informativi aziendali
- 6 - Analisi Costi/Benefici ed Elementi Strategici
- 7 - IT Service Management: Teoria e Pratica
- 8 - Modellare l'impresa ed i suoi processi
- 9 - Dal modello alla simulazione
- 10 - Modello dell'organizzazione
- 11 - Modello funzionale: IDEF0
- 12 - Modello dei processi
- 13 - Introduzione ad UML
- 14 - Classi ed oggetti in UML
- 15 - Casi d'uso e scenari in UML
- 16 - Dal caso d'uso al diagramma delle attività
- 17 - Presentazione di iGrafx Process come tool
- 18 - Modellazione e simulazione in iGrafx
- 19 - Esercitazioni in laboratorio
- 20 - Presentazione caso di laboratorio

TESTI CONSIGLIATI E BIBLIOGRAFIA

Materiale didattico: eventuali Dispense fornite dal docente

Testo adottato:

I sistemi informativi aziendali.

La gestione dell'azienda basata sui processi

Autore: Antonio Di Leva

Edizione: (in corso di pubblicazione)

Casa editrice: Celid

ISBN: 978-88-6789-017-0

NOTA

Modalità di verifica/esame

Tipo valutazione

XVoto finale

X Partecipazione attiva in aula e/o piattaforma "Moodle"

X Eventuale redazione di lavori di approfondimento tematico o relazioni su testimonianze aziendali

Tipo esame

X Scritto

X Prove pratiche di laboratorio o prova sostitutiva da concordare con il docente

Lo svolgimento degli esami è subordinato alla relativa prenotazione che avviene esclusivamente per via telematica attraverso la procedura SIA (<http://www.sia.unito.it>).

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula

Lunedì	13:30 - 16:30	
Mercoledì	9:15 - 12:15	
Lezioni: dal 23/02/2015 al 05/06/2015		

Pagina web del corso: http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=2952

Sociologia dell'Informazione e della Comunicazione

Sociology of Communication and the media

Anno accademico:	2014/2015
Codice attività didattica:	SAA0044
Docente:	Giuseppe Tipaldo (Titolare del corso)
Contatti docente:	011 6702640, <i>giuseppe.tipaldo@unito.it</i> ; <i>twitter: @gtipaldo</i>
Corso di studio:	Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)
Anno:	3° anno
Tipologia:	Attività formative affini o integrative
Crediti/Valenza:	6
SSD attività didattica:	SPS/08 - sociologia dei processi culturali e comunicativi
Erogazione:	Tradizionale
Lingua:	Italiano
Frequenza:	Obbligatoria
Tipologia esame:	Orale

PREREQUISITI

-

OBIETTIVI FORMATIVI

ITALIANO

Il corso si propone di fornire agli studenti le nozioni fondamentali della comunicazione, intesa sia come fenomeno interpersonale sia mediato, approfondendo le tematiche dei nuovi media e della loro analisi. Gli argomenti verranno affrontati da una prospettiva sociologica, illustrando gli orientamenti teorici principali e i metodi di ricerca. Lo studente quindi, alla fine del corso, avrà la conoscenza dei più significativi apporti teorici sociologici sulla comunicazione, in particolare su quelle di massa e sui nuovi media. Acquisirà la capacità di elaborare una ricerca professionale e scientifica nell'ambito dei mezzi di comunicazione di massa. In generale farà suoi dei filtri analitici e metodologici attraverso cui osservare in modo più onnicomprensivo la realtà circostante.

ENGLISH

The course aims at providing students with key concepts of communication, as an inter-personal and media phenomenon.

More in depth, the course is keen on accustoming students to a) social research in the field of media communication.

The course might give to students basic principles of social research within mass media field.

The course goals will train students to work in group and autonomously project and present their scientific work.

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO ATTESI

ITALIANO

Una conoscenza avanzata dei fenomeni comunicativi interpersonali, mediati (tradizionali) e mediati dai nuovi media, nonché dei loro meccanismi sociali. Una competenza critica e metodologica quantomeno sufficiente per un'analisi seria e professionale delle diverse forme di comunicazione.

ENGLISH

Advanced expertise within intrpersonal, mediated and new-mediated communication phenomena.

Adequate critical and methodological skills for both scientific and professional communication and media analysis.

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

2 esoneri per i frequentanti orale per i non frequentanti ulteriori dettagli qui:

http://www.academia.edu/8613857/2015_CLASS_Sociology_of_communication_Book_for_SAA_and_IED_students

PROGRAMMA

ITALIANO

Metodi didattici

Sicuramente alla base del corso in questione si pone la lezione frontale, caratterizzata però da costanti stimoli affinché l'interazione con i presenti sia divertente e proficua.

Programma del corso

1 - Parole chiavi della comunicazione (azione, informazione, comunicazione, ecc.)

2 - Segni, simboli e segnali

3 - I modelli della comunicazione

4 - Comunicazione verbale e non verbale

5 - Storia dei mezzi di comunicazione di massa

6 - Teorie delle comunicazioni di massa

7 - Il newsmaking, l'opinione pubblica e la democrazia

8 - I nuovi media

9 - Social network, Comunità professionali e nuove forme di business in rete

10 - Analisi dei media 1: cenni metodologici

11 - Analisi dei media 2: le tecniche tradizionali

12 - Analisi dei media 3: esempi dalla stampa, twitter e dalla (web)tv

ENGLISH

Teaching philosophy

teaching philosophy is based on a total openness to the student, focusing clearly from the first lesson on which goals and competencies need to be achieved in order to pass the exam with profit. Lessons provides both theoretical knowledge, both methodological and group works. Audio-video files, Internet and any useful materials are used to make the teaching experience as complete and effective as possible. The teaching method offers the students a constant interaction and frequent involvement in order to make the lessons time enjoyable and to facilitate learning.

TESTI CONSIGLIATI E BIBLIOGRAFIA

ITALIANO

Tutto il materiale didattico (ad esclusione del manuale) è consultabile seguendo le indicazioni contenute nel Book del corso, anno 2015, scaricabile qui:

https://www.academia.edu/8613857/2015_CLASS_Sociology_of_communication_Book_for_SAA_and_IED_students

Testo adottato

Il testo di riferimento è in formato ebook scaricabile unicamente dalla piattaforma Pandora Campus (<https://www.pandoracampus.it/>), e consiste in un mix specifico per gli studenti della SAA dei seguenti due volumi (reperibili anche in formato cartaceo, separatamente):

Paccagnella L,(2010), Sociologia della comunicazione, Il Mulino

Tipaldo, G. (2014) L'analisi del contenuto e i mass media. Oggetti, metodi e strumenti, Il Mulino

ENGLISH

The class textbook* is made of a special mix (for SAA students only) between:

Paccagnella L,(2010), Sociologia della comunicazione, Il Mulino

Tipaldo, G. (2014) L'analisi del contenuto e i mass media. Oggetti, metodi e strumenti, Il Mulino

*Textbook comes in ebook format directly downloadable at <https://www.pandoracampus.it/>

L'analisi del contenuto e i mass media. Oggetti, metodi e strumenti

Autore: Tipaldo, Giuseppe Edizione: 2014

Casa editrice: Il Mulino

ISBN: 978-88-15-24832-9

Url: http://www.mulino.it/edizioni/volumi/scheda_volume.php?vista=scheda&ISBNART=24832

NOTA

ITALIANO

Modalità di esame

La valutazione complessiva si basa su diversi aspetti e non si limita esclusivamente alla performance finale, basata su due prove scritte per i frequentanti (durante il corso).

Ulteriori dettagli qui:

https://www.academia.edu/8613857/2015_CLASS_Sociology_of_communication_Book_for_SAA_and_IED_students

ENGLISH

see

https://www.academia.edu/8613857/2015_CLASS_Sociology_of_communication_Book_for_SAA_and_IED_students

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Lunedì	9:00 - 12:00	
Lunedì	13:15 - 16:15	
Lezioni: dal 23/02/2015 al 05/06/2015		

Pagina web del corso: <http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show? id=8433>

Statistica per l'azienda

Statistics

Anno accademico:	2014/2015
Codice attività didattica:	SAA0062
Docente:	Prof. Luigi Bollani (Titolare dell'insegnamento) Dott. Nicoletta Melis (Tutor) Elena Siletti (Tutor serale)
Contatti docente:	0116705766, luigi.bollani@unito.it
Corso di studio:	Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)
Anno:	1° anno
Tipologia:	Di base - Statistico-Matematico
Crediti/Valenza:	6
SSD attività didattica:	SECS-S/01 - statistica
Erogazione:	Tradizionale
Lingua:	Italiano
Frequenza:	Obbligatoria
Tipologia esame:	Scritto ed orale

PREREQUISITI

Nozioni di calcolo combinatorio, sommatorie, cenni sugli integrali

OBIETTIVI FORMATIVI

ITALIANO

Lo studente dovrà essere in grado, al termine del corso, di utilizzare gli strumenti metodologici adeguati a descrivere, mediante rappresentazioni grafiche e opportuni indici, una popolazione statistica, oltre che analizzare i legami intercorrenti tra mutabili o variabili statistiche. Allo studente verranno fornite anche le nozioni basilari sull'inferenza statistica in modo che, basandosi su informazioni campionarie, sappia stimare i parametri della popolazione di interesse.

ENGLISH

At the end of the course the students should be able to use the methodological tools necessary to describe, by means of graphs and suitable indexes, a statistical population. They should also be able to analyze the underlying links between mutable or variable statistics. Students will be given the basic notions on statistic inference so that they will be capable of estimating parameters of the population under examination using samples.

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO ATTESI

ITALIANO

Capacità di pianificare un'indagine statistica e di elaborare e analizzare i dati ottenuti.

ENGLISH

Capacity to plan and carry out a statistic survey and analyze the results obtained

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

L'esame consta di una prova scritta consistente in una parte di esercizi e una parte con domande chiuse e aperte. La parte riguardante gli esercizi dovrà essere corredata da un commento dei risultati ottenuti; le domande teoriche in forma chiusa necessiteranno di indicare una scelta corretta tra alternative o lo svolgimento di piccoli calcoli; le domande in forma aperta riguardano anche argomenti generali del programma e richiedono una piccola relazione su questi temi.

ATTIVITÀ DI SUPPORTO

Durante il corso, verranno svolte attività di tutorato durante le quali gli studenti sono invitati a porre quesiti su quanto non compreso durante le lezioni.

PROGRAMMA

ITALIANO

Programma

1. I dati statistici e la loro organizzazione formale

Reperibilità

- Indagine diretta e indiretta. Fasi dell'indagine diretta
- Alcune fonti di dati di interesse aziendale

Organizzazione delle informazioni e rappresentazioni grafiche

- Serie e distribuzioni
- Distribuzioni in frequenza assoluta e relativa
- Distribuzioni secondo diversi tipi di carattere
- Rappresentazioni grafiche delle distribuzioni
- Mutabile e variabile statistica
- Distribuzione cumulativa della variabile statistica e sua rappresentazione grafica

2. Indici sintetici di posizione e variabilità

Concetto e indici di posizione per una mutabile statistica

- Moda
- Mediana e quantili per caratteri ordinati

Concetto e indici di posizione per una variabile statistica

- Moda
- Mediana e quantili
- Media

Concetto e indici di variabilità per una variabile statistica

- Variabilità assoluta e sue misure
 - Ampiezza del campo di escursione
 - Differenza interquartile
 - Varianza e scarto quadratico medio
- Variabilità relativa e sue misure
 - Coefficiente di variazione

Significato di variabile statistica standardizzata (e cenni alla trasformazione lineare di una variabile statistica). Esempi aziendali di utilizzo.

Cenni ad altri indici di forma

Esempi aziendali di raffronto tra diverse variabili statistiche con l'ausilio di indici di posizione e variabilità. Uso del box-plot.

3. Distribuzioni dei dati secondo due caratteri

Relazioni tra due variabili statistiche

- Presentazione dei dati individuali
- La tabella a doppia entrata; distribuzione congiunta, marginale, condizionata

Connessione e correlazione tra due caratteri

- Connessione nel caso di caratteri entrambi qualitativi
 - Situazione di riferimento di uguaglianza tra distribuzioni condizionate
 - Coefficienti di connessione derivati dal chi quadrato
 - Cenni all'analisi delle contingenze
 - Esempi aziendali di utilizzo
- Correlazione nel caso di caratteri entrambi quantitativi
 - Rappresentazioni grafiche
 - Covarianza
 - Coefficiente di correlazione lineare
 - Esempi aziendali di utilizzo

4. Introduzione al calcolo delle probabilità

- Cenni storici alle diverse concezioni di probabilità
- Esperimenti casuali, eventi e loro probabilità
- Richiami ad operazioni su insiemi. Probabilità dell'intersezione e dell'unione tra due eventi

- Probabilità dell'unione nel caso di eventi incompatibili
- Probabilità condizionata
- Indipendenza tra eventi
- Teorema di Bayes
- Teorema delle probabilità totali

5. Presentazione di alcuni modelli di distribuzione

- Concetto di variabile casuale discreta e calcolo della sua media e varianza
- Cenni al significato di variabile casuale continua e della sua media e varianza
- Concetto, proprietà e calcolo della funzione di ripartizione nel caso discreto. Cenni al caso continuo
- Cenni alla distribuzione congiunta tra due variabili casuali discrete
- Alcuni modelli discreti (bernoulliana, binomiale) ed esempi aziendali di utilizzo
- Alcuni modelli continui (uniforme, normale) ed esempi aziendali di utilizzo

TESTI CONSIGLIATI E BIBLIOGRAFIA

ITALIANO

L'eventuale materiale didattico integrativo presentato a lezione è disponibile presso la Segreteria Studenti e sulla piattaforma Moodle.

Il testo adottato è:

G. Cicchitelli, *Statistica-Principi e metodi*, Pearson Education, 2008

Bibliografia consigliata:

- S. M. Iacus, G. Masarotto, *Laboratorio di Statistica con R (seconda edizione)* McGraw-Hill, 2007
- R. Corradetti, A. Durio, E.D. Isaia, *Elementi di Statistica descrittiva ed Elementi di calcolo delle Probabilità*, a.a. 2009-2010.
- P. Newbold, W.L. Carlson, B. Thorne, *Statistica*, Pearson Prentice Hall, 2007.
- D.M. Levine, T.C. Krenbiel, M.L. Berenson, *Statistica*, Apogeo, 2002.
- G. Cicchitelli, *Probabilità e Statistica*, II edizione, Maggio Editore, 2003.

Link ad altre eventuali informazioni e siti internet di interesse:

<http://lib.stat.cmu.edu/DASL/DataArchive.html>

http://www.statisticalengineering.com/central_limit_theorem.htm

<http://www.statsci.org/teaching.html>

<http://www.causeweb.org/repository/StarLibrary/activities/>

ENGLISH

The didactic material used during lessons is available at:
the Didactic Secretarial office and the Moodle platform

Text used:

G. Cicchitelli, Statistica – Principi e metodi, Pearson Education, 2008

Recommended bibliography

S. M. Iacus, G. Masarotto, Laboratorio di Statistica con R (second edition) McGraw-Hill, 2007

R. Corradetti, A. Durio, E. D. Isaia, Elementi di Statistica descrittiva ed Elementi di calcolo delle Probabilità, a.a. 2009-2010

P. Newbold, W.L. Carlson, B. Thorne, Statistica, Pearson Prentice Hall, 2007

D. M. Levine, T. C. Krehbiel, M. L. Berenson, Statistica, Apogeo, 2002

G. Cicchitelli, Probabilità e Statistica, II edizione, Maggioli Editore, 2003

Links to further sources of information of interest and internet web sites:

<http://lib.stat.cmu.edu/DASL/DataArchive.html>

http://www.statisticalengineering.com/central_limit_theorem.htm

<http://www.statsci.org/teaching.html>

<http://www.causeweb.org/repository/StarLibrary/activities/>

Pagina web del corso: <http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?id=6st1>

Strategic HR Management

Strategic HR Management

Anno accademico:	2014/2015
Codice attività didattica:	
Docente:	
Contatti docente:	
Corso di studio:	Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)
Anno:	2° anno 3° anno
Tipologia:	Servizi didattici integrativi
Crediti/Valenza:	
SSD attività didattica:	
Erogazione:	Tradizionale
Lingua:	Inglese
Frequenza:	Facoltativa
Tipologia esame:	Orale

PROGRAMMA

Brief course presentation The main aim of the course is to offer a comprehensive overview on the organisational systems for the management and development of human resources starting from the analysis of the evolution in the methods, policies and processes of HR management. The main theoretical approaches such as the multilevel, the sustainable, the evidence based, the stakeholder based and the structuralist approach will be presented and analysed. Moreover, an integrated vision of corporate governance through the effective interaction between Business Strategy and People Strategy will be given in order to provide a systemic and consistent approach to HR management. All the core processes related to the management of human resources focused on competitiveness and performance such as recruitment, induction, training, talent management, competency and performance development, total rewarding and recognition methods and tools will be thoroughly studied and evaluated. Course Learning Objectives At the end of the course students will be able to: 1. know the main theories of strategic HR management and the evolutionary tendencies regarding HR models, processes and innovation. 2. know how to apply the basic tools and managerial styles for effective management of human resources. 3. formulate, assign and deliver individual performance objectives to human resources on the basis of their level of development. 4. know how to provide effective feedback on performance relative to the objectives delivered. 5. evaluate performance results on the basis of the assigned objectives, share and design development paths. 6. implement the main tools and techniques for employee recognition, total rewarding and visibility. Main course contents

1. Evolution in Human Resources management and basic foundations
2. Models, systems and processes of strategic HRM.
3. The HRM cycle and the organisational dimensions
4. Main HR managerial styles and tools for Line managers
5. Employee competence and motivation management
6. Performance control and development
7. Recognition, total rewarding and visibility policies for effective HR management

Course contents in detail

1. Evolution in Human Resources management and introduction to the P.S.C.D. Model
2. Basic principles in HR management
3. Human Resources recruiting process
4. Definition of organizational unit and individual goals
5. Management styles and main tools
6. Employee motivation
7. Performance evaluation and development

Pagina web del corso: <http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?id=9id>

Strategie d'impresa

Corporate Strategy

Anno accademico:	2014/2015
Codice attività didattica:	AA037
Docente:	Prof. Fabrizio Mosca (Titolare del corso)
Contatti docente:	011 670 6058, <i>fabrizio.mosca@unito.it</i>
Corso di studio:	Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)
Anno:	2° anno 3° anno
Tipologia:	A scelta dello studente
Crediti/Valenza:	3
SSD attività didattica:	SECS-P/08 - economia e gestione delle imprese
Erogazione:	Tradizionale
Lingua:	Italiano
Frequenza:	Obbligatoria
Tipologia esame:	Scritto

OBIETTIVI FORMATIVI

ITALIANO

Il corso si propone di analizzare il concetto di strategia ed il processo di gestione strategica e di indagare la vera natura dei vantaggi competitivi per le imprese.

Nell'ambito delle lezioni si fornirà una risposta alle seguenti domande:

- 1) Per quali motivi in presenza delle stesse condizioni alcune imprese hanno successo mentre altre non l'hanno o addirittura sono costrette all'abbandono?
- 2) Cosa si intende per strategia e qual è la vera importanza di questo concetto?
- 3) Quali sono le fonti dei vantaggi competitivi?
- 4) Cosa è cambiato nelle strategie delle imprese negli ultimi due decenni?
- 5) Come si realizzano in concreto le principali strategie corporate, di business unit, di attacco, di difesa e di turnaround.

ENGLISH

The course aims at analyzing the concept of strategy and the strategic management process. It also explores the true nature of competitive advantages for firms.

At attempt will be made to answer the following questions:

- 1) Why are some firms successful and others unsuccessful or even forced to abandon the process even though the conditions are the same?
- 2) What is meant by strategy and what is the real importance of this concept?
- 3) What are the origins of competitive advantage?
- 4) What has changed in company strategy in the last two decades?
- 5) How are the main corporate, business unit, attack, defence and turnaround. strategies carried out?

PROGRAMMA

ITALIANO

Metodi didattici

Il metodo didattico adottato prevede, oltre alle lezioni tradizionali a cura del docente del corso, la presentazione e discussione in aula di casi di strategia a cura del docente, del tutor e/o di testimoni aziendali selezionati in base all'esperienza ed alle competenze acquisite nella loro professione

Programma

1 – Introduzione alla Strategia d'impresa

2 – Strategia e macro-ambiente

3 – I modelli per la gestione strategica: Struttura Condotta Performance + Resource Based Wieu PORTER

4 – Discussione di casi

5 – Discussione di casi

NOTE

Parte Prima

1) Introduzione alla gestione strategica

2) Analisi strategica

3) La natura dei vantaggi competitivi

Parte Seconda

LE STRATEGIE CORPORATE

1) Le strategie corporate in un'impresa single-business

2) Integrazione verticale, integrazione orizzontale

3) La diversificazione

4) Le strategie corporate in un'impresa multi business

5) Come entrare in nuovi settori

LE STRATEGIE DI BUSINESS UNIT

6) Le strategie competitive generiche

7) Le strategie e il ciclo di vita del settore

8) Le strategie dinamiche: l'attacco ai leaders; la difesa dei leaders

9) Le strategie di turnaround

10) Le strategie funzionali (cenni)

11) Le strategie "globali"

REALIZZARE LE STRATEGIE

12) Strategie e strutture organizzative

13) Controllo e valutazione delle strategie

14) I "drivers" del cambiamento strategico

ENGLISH

Didactic methodology

As well as contact hours with the teacher, the didactic method consists of a presentation and case study in the classroom of some strategic cases with the teacher, tutor and/or experts operating in companies chosen on the basis of their professional experience and skills.

Course content

- 1 – Introduction to Company Strategy
- 2 – Strategies and macro environment
- 3 – Strategic management models: Behavior Performance + Resource Based Wieu PORTER structure
- 4 – Discussion of cases
- 5 – Discussion of cases

NOTE

First part

- 1) Introduction to strategic management
- 2) Strategic analysis
- 3) The nature of competitive advantage

Second Part

CORPORATE STRATEGIES

- 1) Corporate strategies in a single-business firm
- 2) Vertical and horizontal integration
- 3) Diversification
- 4) Corporate strategies in a multi business firm
- 5) How to enter new sectors

LE STRATEGIE DI BUSINESS UNIT

- 6) Generic competitive strategies
- 7) Strategies and the life cycle of the sector
- 8) Dynamic strategies: attack and defence of leaders
- 9) Turnaround strategies
- 10) Functional strategies (references)

11) "Global" strategies

IMPLEMENTING STRATEGIES

- 12) Organizational strategies and structures
- 13) Monitoring and assessment of the strategies
- 14) The "drivers" of strategic change

TESTI CONSIGLIATI E BIBLIOGRAFIA

- Il testo adottato è:

a) Per chi sostiene l'esame in lingua italiana:

PELLICELLI G., Strategie d'impresa, Università Bocconi Editore, 2005 (seconda edizione)

b) per chi sostiene l'esame in lingua straniera (un testo a scelta):

BESANKO D., DRANOVE D., SHANLEY M., Economics of Strategy, John Wiley & Sons.

LYNCH R., Corporate strategy, Pitman Publishing

Casi consegnati a lezione, letture e lucidi.

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Sabato	9:00 - 13:00	
Lezioni: dal 08/11/2014 al 29/11/2014		

Nota: Orario: 9.00 - 13.00
sabato 8 novembre 2014
sabato 15 novembre 2014
sabato 22 novembre 2014
sabato 29 novembre 2014

Pagina web del corso: http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=1a32
