

Elenco e descrizione degli Insegnamenti A.A 2008-2009



Corso di Laurea in *Management*

dell'Informazione e della
Comunicazione Aziendale

delle Facoltà di

- Economia
- Giurisprudenza
- Lettere e Filosofia
- Scienze MFN
- Scienze Politiche

Corso di Laurea in *Management*

dell'Informazione e della
Comunicazione Aziendale

delle Facoltà di

- Economia
- Giurisprudenza
- Lettere e Filosofia
- Scienze MFN
- Scienze Politiche

Docenti

EMILIE TELLIER

Ricevimento:
da stabilire

Codice corso: AA030

Crediti (CFU): 6
ore di lezione: 120



Lingua Francese (biennale)

Propedeuticità richieste ai frequentanti

Nessuna.

Obiettivo dell'insegnamento

Il primo anno è dedicato all'apprendimento delle nozioni grammaticali e lessicali inerenti al francese commerciale.

Nel corso del secondo anno le nozioni grammaticali sono consolidate ed ampliate. Inoltre si svolgeranno in aula dei giochi di ruolo per sviluppare la produzione orale su tematiche inerenti al mondo di lavoro quali, ad esempio, presentazioni, riunioni, negoziazioni, colloqui telefonici per consentire agli studenti di consolidare quanto appreso durante le ore di lezione per rafforzare le conoscenze in previsione dell'esame.

Il corso è strutturato al fine di sviluppare le quattro abilità linguistiche di base: comprensione orale, produzione orale, comprensione scritta e produzione scritta.

L'obiettivo è di rendere i discenti autosufficienti nello svolgimento delle mansioni aziendali in lingua francese.

Il livello di conoscenza della lingua a fine corso dovrà corrispondere a un B1/B2 (livello Alte).

Conoscenze e abilità attese

Dato la diversità di livello iniziale, l'obiettivo è portare tutti i partecipanti al livello di conoscenza minimo B1/B2 (livelli Common European Scale of Reference, Council of Europe). Si assisteranno gli studenti interessati al conseguimento di certificazioni internazionali.

Programma/Contenuti

Il programma di grammatica comprende i seguenti punti:

1. indicatif présent (l'interrogation, la phrase négative);
2. l'expression du temps;
3. l'expression du lieu;
4. le nom et l'article;
5. les adjectifs démonstratifs et possessifs (l'adjectif qualificatif, la comparaison);
6. l'article partitif et les quantités;
7. les pronoms personnels compléments;
8. les pronoms relatifs qui et que;
9. le futur proche;
10. le passé composé;
11. le futur;
12. le conditionnel;
13. le subjonctif;

Corso di Laurea in **Management**

dell'Informazione e della
Comunicazione Aziendale

- delle Facoltà di
- Economia
- Giurisprudenza
- Lettere e Filosofia
- Scienze MFN
- Scienze Politiche

14. gallicisme;
15. la restriction;
16. Le discours rapport;
17. comparatif et superlatif;
18. subjonctif;
19. les propositions subordonnées relatives;
20. le passif;
21. expression de la durée;
22. les adverbes;
23. les adjectifs et les pronoms indéfinis;

Le seguenti funzioni ed aree lessicali verranno affrontate in aula:

1. socializzare;
2. la banca (parlare di soldi);
3. l'ufficio (parlare del proprio lavoro, descrivere un organigramma);
4. Il computer;
5. parlare al telefono;
6. lessico commerciale in generale;
7. viaggio per affari;
8. offrire, descrivere un servizio;
9. condurre una negoziazione commerciale;
10. fare una breve presentazione;
11. scrivere una lettera / fax / e mail commerciale;
12. leggere un articolo di attualità;
13. eseguire brevi traduzioni.

Metodi

Il metodo si articola in una serie di lezioni per l'apprendimento della Lingua Francese suddivise in due moduli da 60 ore ciascuna.

Materiali didattici

Sono previste dispense nel corso del secondo anno per l'insegnamento dell'aspetto commerciale.

Testi adottati/Bibliografia consigliata

Testo adottato:

C. CAPUTO, G. SCHIAVI, T. BOELLA, G. FLEURY, *La nouvelle Entreprise, commerce, économie, civilisation*, ed. Petrini (per gli studenti del primo anno)

Gli studenti del secondo anno, manterranno il testo dell'anno precedente (B. TAUZIN, *Affaires à Suivre* - libro dello studente, ed HACHETTE).

Corso di Laurea in *Management*

dell'Informazione e della
Comunicazione Aziendale

delle Facoltà di

- Economia
- Giurisprudenza
- Lettere e Filosofia
- Scienze MFN
- Scienze Politiche

Docenti

LAURA BASTA

Ricevimento:
giovedì pomeriggio
(16.30-17.30)

Codice corso: AA029

Crediti (CFU): 12
ore di lezione: 180



Lingua Inglese (triennale)

Propedeuticità richieste ai frequentanti

Nessuna.

Obiettivo dell'insegnamento

I primi due anni sono dedicati all'apprendimento delle nozioni grammaticali e lessicali al Business English oltre allo svolgimento in aula di role plays per sviluppare la produzione orale su tematiche inerenti al mondo del lavoro.

L'ultimo anno è invece dedicato alla simulazione in aula di casi reali, quali presentazioni, riunioni, negoziazioni per consentire agli studenti di consolidare quanto appreso durante le ore di lezione e per rafforzare le conoscenze in previsione dell'esame.

Il corso è strutturato al fine di sviluppare gli skills necessari per l'apprendimento della lingua: listening, speaking, writing, oral production.

L'obiettivo è di rendere i discenti autosufficienti nello svolgimento delle mansioni aziendali in lingua inglese.

Il livello di conoscenza della lingua a fine corso dovrà corrispondere a un B1/B2 (livello Alte).

Conoscenze e abilità attese

Dato la diversità di livello iniziale, l'obiettivo è portare tutti i partecipanti al livello di conoscenza minimo B1/B2 (livelli Common European Scale of Reference, Council of Europe). Si assisteranno gli studenti interessati al conseguimento di certificazioni internazionali.

Programma/Contenuti

L'insegnamento è articolato in 60 lezioni di 3 ore. Il programma di grammatica comprende i seguenti punti:

1. the Simple Present tense;
2. the Present Continuous tense;
3. the Simple Past tense;
4. the Present Perfect tense;
5. the Present Perfect Continuous tense;
6. the Future tenses;
7. the Conditional (would, could);
8. comparative and Superlative of Adjectives;
9. the Past Perfect tense;
10. the Past Continuous tense;
11. if-clauses;
12. the Passive Voice, all tenses;
13. reported Speech;
14. modal verbs;
15. idiomatic Expressions;
16. phrasal Verbs;

Corso di Laurea in *Management*

dell'Informazione e della
Comunicazione Aziendale

delle Facoltà di

- Economia
- Giurisprudenza
- Lettere e Filosofia
- Scienze MFN
- Scienze Politiche

17. business Vocabulary in a Specific Context;
18. expressions that are useful when socialising;
19. to have something done;
20. inversion forms.

Le seguenti funzioni verranno affrontate in aula:

1. descrivere l'azienda;
2. descrivere un organigramma;
3. parlare al telefono;
4. scrivere lettere commerciali ed e-mails;
5. descrivere prodotti;
6. descrivere grafici;
7. socialising;
8. fare negoziazioni;
9. fare una presentazione;
10. scrivere relazioni;
11. il linguaggio del Marketing.

Metodi

Il metodo si articola in una serie di lezioni per l'apprendimento della Lingua Inglese suddivise in due moduli da 60 ore ciascuna.

Materiali didattici

Sono previste dispense utili per lo sviluppo degli skills e l'aspetto commerciale.

Testi adottati/Bibliografia consigliata

Gli studenti iscritti al primo anno fruiranno di dispense.

Gli studenti già in corso manterranno i libri indicati nell'anno di immatricolazione.

Corso di Laurea in *Management*

dell'Informazione e della
Comunicazione Aziendale

delle Facoltà di

- Economia
- Giurisprudenza
- Lettere e Filosofia
- Scienze MFN
- Scienze Politiche

Docenti

MARIA DEL ROSARIO
RODRIGUEZ HUESCA

ELENA MALAFFO

Ricevimento:
su appuntamento previa
e-mail
charohuesca@libero.it
elenamalaffo@interfree.it

Codice corso: AA031

Crediti (CFU): 6
ore di lezione: 120



Lingua Spagnola (biennale)

Propedeuticità richieste ai frequentanti

Nessuna.

Obiettivo dell'insegnamento

Si mira a far raggiungere gradualmente una competenza linguistica generale ed una specifica del mondo del lavoro. Esse permetteranno allo studente di interagire in situazioni quotidiane, sviluppando ed esercitando le quattro abilità linguistiche di base anche in previsione dell'esame finale: comprensione orale, produzione orale, comprensione scritta e produzione scritta.

Conoscenze e abilità attese

Orali passive: lettura.

Orali attive: comprensione e buona captazione della fonologia.

Scritte passive: buona riproduzione di un dettato.

Scritte attive: capacità di riprodurre strutture di base equivalenti alle funzioni comunicative.

Si assisteranno gli studenti interessati al conseguimento di certificazioni internazionali.

Programma/Contenuti

I. Fonetica - strutture morfosintattiche

1. Fonetica contrastiva.
2. La forma del mondo: morfosintassi del sostantivo e dell'aggettivo
3. Forme pronominali: soggetto, riflessive, oggetto, indirette.
4. Il racconto della contemporaneità: indicativo presente dei verbi regolari e irregolari.
5. Essenza vs. Circostanza: ser - estar.
6. L'imperativo informale e positivo.
7. L'elaborazione del ricordo: passato prossimo, imperfetto, passato remoto, trapassato
8. L'esistenza impersonale: gli equivalenti spagnoli di "Esserci"
9. Complementi di circostanza più frequenti: di tempo, di luogo, di modo, di quantità. Le preposizioni spagnole: usi caratterizzanti.
10. La forma passiva nel suo uso contrastivo.
11. Il racconto della posteriorità: condizionale, futuro.
12. Complementi circostanziali più frequenti: di tempo, di luogo, di modo, di quantità.
13. Perifrasi verbali più frequenti.
14. Il mondo dell'ipotesi: il congiuntivo.
15. Principali proposizioni subordinate.

II. Funzioni comunicative di base

1. Salutare.

Corso di Laurea in **Management**

dell'Informazione e della
Comunicazione Aziendale

delle Facoltà di

- Economia
- Giurisprudenza
- Lettere e Filosofia
- Scienze MFN
- Scienze Politiche

2. Presentarsi formalmente e informalmente.
3. Manifestare interesse verso qualcuno o qualche cosa.
4. Tenere una conversazione.
5. Affermare-negare. Parlare delle attività quotidiane, espressioni temporali.
6. Ubicare oggetti, persone e luoghi.
7. Chiedere e fornire informazioni.
8. Esprimere l'obbligo.
9. Descrivere oggetti, persone e luoghi.
10. Esprimere stati d'animo.
11. Produrre una comunicazione telefonica.
12. Prendere appuntamenti e fare prenotazioni/cancellazioni.
13. Trasmettere ciò che gli altri hanno detto.
14. Chiedere informazioni su di un avvenimento.
15. Chiedere qualche cosa a qualcuno. Dare istruzioni.
16. Ampliare la sfera delle sensazioni e dei sentimenti.
17. Volere qualche cosa.
18. Opinare. Paragonare. Esprimere preferenze.
19. Esprimere gusti/accordo e disaccordo.
20. Esprimere desideri, possibilità e supposizioni.
21. Scrivere un curriculum. Scrivere lettere formali ed informali.

Metodi

Il metodo si articola in una serie di lezioni per l'apprendimento della LINGUA SPAGNOLA adattate specificamente a studenti italofoni adulti, suddivise in due moduli da 60 ore ciascuno. Tale metodo tiene conto dei parametri fondamentali che segnano la differenza e la coincidenza delle due lingue 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): aumento della capacità deduttiva e capacità di generare le strutture fondamentali della lingua. Si seguono inoltre le competenze linguistiche previste 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.

Materiali didattici

Libro di testo, giornali e riviste del mondo ispanico.

Testi adottati/ Bibliografia consigliata

ADELANTE 1 (per il primo anno) *Curso de español para italianos* (con CD audio) José Pérez Navarro, Carla Poletti - Edit. Lingue Zanichelli
Gli studenti del secondo anno manterranno il testo dell'anno precedente (CONTACTO 1)

Dizionario consigliato: HERDER Diccionarios, Italiano-Español - Español/Italiano, Barcelona 1998, 3° edizione o seg.

Corso di Laurea in *Management*

dell'Informazione e della
Comunicazione Aziendale

delle Facoltà di

- Economia
- Giurisprudenza
- Lettere e Filosofia
- Scienze MFN
- Scienze Politiche

Docenti

GUIDO FERRARO
Professore associato
Facoltà di Lettere e filosofia
Torino

LAURA ROLLE
Professore a contratto

MARIA GRAZA TURRI
Professore a contratto

Ricevimento:
da concordare

**Settore scientifico-
disciplinare: M-FIL/05**

Codice corso: AA026

Crediti (CFU): 8

ore di lezione: 60

ore di tutorato: 20



Linguaggi della comunicazione aziendale (diurno e serale)

Propedeuticità richieste ai frequentanti

Nessuna.

Obiettivo dell'insegnamento

1. Fornire conoscenze operative sui modi di funzionamento dei processi di comunicazione.
2. Introdurre i concetti chiave della comunicazione aziendale.
3. Abituare a ragionare in termini di strategie di comunicazione, cioè di corrispondenza tra azioni comunicative e obiettivi da raggiungere.
4. Fornire precise competenze nei vari settori della comunicazione aziendale.

Programma/Contenuti

L'insegnamento è articolato in tre moduli:

1. strategie e strumenti di comunicazione (prof. Guido Ferraro);
2. le strade della comunicazione aziendale (prof. Laura Rolle);
3. l'azienda come organismo fondato sulla comunicazione (prof. Maria Grazia Turri).

I contenuti partono da una messa a punto dei concetti chiave della teoria della comunicazione, per passare a un'esplorazione dei modi di comunicare dell'azienda. Comunicazione esterna e interna, "above" e "below the line".

L'azienda e i media. Logica di costruzione di una strategia comunicativa. Informazioni, significati, componenti emotive della comunicazione. Elementi di psicologia e di neuroscienze della comunicazione. La rappresentazione dell'esperienza, gli effetti di desiderabilità e di autorevolezza. Le opzioni strategiche e i regimi discorsivi. Definizione delle strategie pubblicitarie. Valori comunicativi di un prodotto, di una confezione, di un marchio, di una denominazione, ecc. Cataloghi, brochure, dépliant e altre forme di presentazione delle attività aziendali. La presenza aziendale negli eventi pubblici. Strutture e mezzi della comunicazione interna. House organs, newsletters, riviste aziendali. Specificità e modi d'uso di internet e intranet per gli obiettivi aziendali. Saranno trattati infine i rapporti tra comunicazione e cultura d'impresa, struttura organizzativa, immagine dell'azienda e della sua mission.

Corso di Laurea in *Management*

dell'Informazione e della
Comunicazione Aziendale

- delle Facoltà di
- Economia
 - Giurisprudenza
 - Lettere e Filosofia
 - Scienze MFN
 - Scienze Politiche

Metodi

Didattica frontale.

Materiali didattici

Sono previste dispense.

Testi adottati/Bibliografia consigliata

Per l'esame gli studenti dovranno preparare le dispense del corso, più un altro testo da scegliere in una lista che sarà fornita e illustrata a lezione.

Corso di Laurea in *Management*

dell'Informazione e della
Comunicazione Aziendale

delle Facoltà di

- Economia
- Giurisprudenza
- Lettere e Filosofia
- Scienze MFN
- Scienze Politiche

Docenti

ELENA CANDELO
Professore associato
Facoltà di Economia
Torino

Ricevimento:
dopo la lezione.

**Settore scientifico-
disciplinare: SECS-P/08**

Codice corso: AA014

Crediti (CFU): 5

ore di lezione: 35

ore di tutorato: 12

Marketing

Propedeuticità richieste ai frequentanti

Nessuna.

Obiettivo dell'insegnamento

Il corso 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..

Conoscenze e abilità attese

Si sviluppano le capacità di analisi per individuare le fonti originarie del vantaggio competitivo.

Programma/Contenuti

I. Individuare e conoscere il proprio mercato

1. Il comportamento del consumatore nell'acquisto.
2. Il comportamento delle organizzazioni nell'acquisto.
3. Le ricerche di mercato.

II. Le strategie di marketing

1. La segmentazione.
2. il posizionamento.

III. Il marketing mix

1. Prodotto: la gestione del prodotto; le strategie di marca: brand management.
2. Prezzi: i prezzi, i costi, la domanda e la concorrenza; le politiche dei prezzi in condizioni particolari.
3. Distribuzione: i canali di distribuzione; i principali intermediari; servizi ai clienti.
4. Promozione: comunicazione e gestione della promozione; la vendita mediante personale; la pubblicità; messaggio e media; promozione delle vendite e pubbliche relazioni.

IV. Il piano di marketing



Corso di Laurea in *Management*

dell'Informazione e della
Comunicazione Aziendale

delle Facoltà di

- Economia
- Giurisprudenza
- Lettere e Filosofia
- Scienze MFN
- Scienze Politiche

Metodi

Lezioni tradizionali, casi aziendali.

Materiali didattici

Casi.

Testi adottati/Bibliografia consigliata

Testi di riferimento:

G. PELLICELLI, *Il Marketing*, Utet, 2005.

Limitatamente a: parte prima (cap I), parte seconda (capitoli I, II, IV, V), parte terza (cap I,), parte quarta (capitolo I, capitolo II fino a pag 432), parte quinta (capitolo I), parte settima (tutti i capitoli), parte ottava (cap II).

E. CANDELO, *Brand Management*, Giappichelli, 2005 (tutto).

Corso di Laurea in *Management*

dell'Informazione e della
Comunicazione Aziendale

delle Facoltà di

- Economia
- Giurisprudenza
- Lettere e Filosofia
- Scienze MFN
- Scienze Politiche

Docenti

UGO MERLONE
Professore associato
Facoltà di Economia
Torino

Ricevimento:
prima o dopo le lezioni,
oppure su appuntamento

Settore scientifico-disci-
plinare: SECS-S/06

Codice corso: AA006

Crediti (CFU): 8

ore di lezione: 60

ore di tutorato: 20



Matematica per le applicazioni economiche e finanziarie

Propedeuticità richieste ai frequentanti

Nessuna.

Obiettivo dell'insegnamento

Il corso si propone di fornire gli elementi che permettono di utilizzare e comprendere i principali strumenti quantitativi usati per la moderna gestione dell'azienda. Particolare enfasi sarà data alle applicazioni economiche e finanziarie soffermandosi, in particolare, su quelle di natura aziendale.

Conoscenze e abilità attese

Formalizzare modelli descrittivi di semplici relazioni fra grandezze, in usi aziendali.

Analizzare, impostare e risolvere semplici problemi di ottimizzazione.

Padroneggiare i calcoli finanziari per formulare piani di rimborso di un debito, piani di accumulazione e effettuare confronti fra investimenti alternativi.

Programma/Contenuti

Esempi di applicazioni aziendali delle nozioni elementari studiate al biennio delle scuole superiori. Elementi di logica e teoria degli insiemi.

Cenni su connettivi e quantificatori, implicazione, biimplicazione. Insiemi, sottoinsiemi, operazioni tra insiemi, prodotto cartesiano, insiemi numerici. Relazioni e funzioni tra insiemi.

I. Numeri reali ed iperreali

I numeri reali. Coordinate cartesiane. Numeri infinitesimi, finiti ed infiniti. Parte standard. Funzioni di numeri reali. Funzioni iperreali.

II. Derivazione

Derivate Differenziali e rette tangenti. Regole di derivazione. Derivate di ordine superiore.

III. Funzioni continue

Limiti continuità partizioni di un intervallo zeri delle funzioni continue massimi e minimi test per massimi e minimi. Teorema del valor medio. Derivate e grafici.

IV. Limiti e approssimazioni

Limiti infiniti. Limiti e grafici. La condizione e d per i limiti. Derivate e incrementi.

V. Calcolo finanziario

Regimi usuali (interesse semplice e sconto razionale, capitalizzazione compo-

Corso di Laurea in *Management*

dell'Informazione e della
Comunicazione Aziendale

delle Facoltà di

- Economia
- Giurisprudenza
- Lettere e Filosofia
- Scienze MFN
- Scienze Politiche

sta, capitalizzazione a interessi semplici anticipati). Rendite a rate costanti e variabili. Costituzione di un capitale. Ammortamenti italiano e francese. Contratti di vendita rateale. TAN e TAEG. Criteri di scelta tra investimenti e finanziamenti.

Verranno illustrate applicazioni di natura economica in corrispondenza di tutti gli argomenti del corso.

Metodi

Didattica frontale con prove di accertamento delle competenze acquisite.

Materiali didattici

Oltre ai testi adottati potranno essere disponibili dispense redatte dal docente.

Testi adottati/Bibliografia consigliata

Testo adottato:

MERLONE U., Appunti di Matematica per le Applicazioni Economiche e Finanziarie, ed. Accademia Europea, 2008

CURTI P., MERLONE U., Collezione di Esercizi di Matematica per le Applicazioni Economiche e Finanziarie, ed. Accademia Europea, 2008

Per approfondimenti esercizi:

MERLONE U., REDAELLI G., *Matematica Generale*, Etas Libri, Milano, 1998

C. MATTALIA, *Esercizi di Matematica per le Applicazioni Economiche e Finanziarie*, Giappichelli, Torino, 2003.

Per approfondimenti teorici:

KEISLER H. J., *Elementi di analisi matematica*, Piccin editore, Padova

(disponibile anche in inglese: <http://www.math.wisc.edu/~keisler/calc.html> sotto licenza Creative Commons)

Per approfondimenti sulle applicazioni:

S.WANER, SR.COSTENOBLE, *Strumenti quantitativi per la gestione aziendale (Funzioni, Algebra lineare e Matematica finanziaria)*, Apogeo, 2002.

S.WANER, SR.COSTENOBLE, *Strumenti quantitativi per la gestione aziendale (Calcolo a una e più variabili)*, Apogeo, 2002.

Corso di Laurea in **Management**

dell'Informazione e della
Comunicazione Aziendale

delle Facoltà di

- Economia
- Giurisprudenza
- Lettere e Filosofia
- Scienze MFN
- Scienze Politiche

Docenti

MASSIMO POLLIFRONI
Professore associato di
Economia Aziendale
settore scientifico
disciplinare SECS-P/07
Facoltà di Economia
Torino.

Ricevimento:
in coda alle lezioni.

**Settore scientifico-
disciplinare: SECS-P/10**

Codice corso: AA015

Crediti (CFU): 5
ore di lezione: 35
ore di tutorato: 12



Organizzazione Aziendale

Propedeuticità richieste ai frequentanti

Nessuna.

Obiettivo dell'insegnamento

Il corso studia l'organizzazione aziendale in una prospettiva economico-aziendale o manageriale. Esso si propone di analizzare le modalità di divisione e di coordinamento del lavoro tra i soggetti che operano in azienda e di individuare le logiche secondo cui una struttura organizzativa e i collegati meccanismi operativi possono essere progettati o modificati. Il corso pone in primo piano i problemi di organizzazione dell'azienda nel suo insieme e dei maggiori sub-sistemi in cui è articolabile (aree funzionali e processi di gestione) ed il modo di operare dei soggetti a cui spetta il compito di prendere decisioni (i manager).

Conoscenze e abilità attese

Fornire in modo pratico la conoscenza dei principi e dei metodi per ottimizzare la propria 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.

Programma/Contenuti

I temi trattati sono i seguenti:

1. le variabili organizzative oggetto di analisi e di progettazione: struttura organizzativa e meccanismi operativi;
2. le variabili "di contesto" rispetto alle scelte organizzative: variabili istituzionali, strategia aziendale, tecnologia, variabili umane, variabili ambientali;
3. la gestione aziendale per processi e il suo impatto sulle scelte organizzative;
4. i caratteri su cui si basa la struttura organizzativa: specializzazione dei compiti, raggruppamento delle posizioni di lavoro, coordinamento, decentramento, formalizzazione, dimensione degli organici;
5. le configurazioni organizzative di riferimento (embrionale, burocrazia meccanicistica, professionale, diversificata, adhocrazia) e il fenomeno della learning organization;
6. gli schemi operativi tipici di struttura organizzativa: elementare, funzionale, divisionale, a matrice, a rete;

Corso di Laurea in *Management*

dell'Informazione e della
Comunicazione Aziendale

delle Facoltà di

- Economia
- Giurisprudenza
- Lettere e Filosofia
- Scienze MFN
- Scienze Politiche

7. criteri di scelta della struttura organizzativa, variabili "di contesto" influenti e percorsi di cambiamento organizzativo;
8. i meccanismi operativi o sistemi direzionali: il sistema di pianificazione e controllo; il sistema di gestione delle risorse umane; il sistema informativo;
9. Information and Communication Technology (ICT), Sistemi informativi integrati (ERP) e impatto sull'organizzazione aziendale.

Metodi

Lezioni frontali. La metodologia di svolgimento del corso prevede 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. Nel corso si punterà al coinvolgimento degli studenti a cui verranno indicati casi di studio o altri materiali dei quali si proporrà la presentazione e discussione collettiva. Ulteriori informazioni potranno essere richieste contattando direttamente il docente al seguente indirizzo di posta elettronica:

mailto: pollifroni@econ.unito.it.

Materiali didattici

Oltre al testo indicato (L. BRUSA, *Dentro l'azienda. Organizzazione e management*), il materiale didattico per la preparazione dell'esame è costituito da:

- a) Lucidi "Corso di Organizzazione aziendale", 2004, a cura di L. Brusa e del Dipartimento di Economia aziendale.
- b) Casi aziendali a cura dei docenti del Dipartimento di Economia aziendale.
- c) Testi di prove d'esame.

Testi adottati/Bibliografia consigliata

Testo adottato:

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

Corso di Laurea in **Management**

dell'Informazione e della
Comunicazione Aziendale

delle Facoltà di

- Economia
- Giurisprudenza
- Lettere e Filosofia
- Scienze MFN
- Scienze Politiche

Docenti

PAOLA DE BERNARDI
professore aggregato
Facoltà di Economia
Torino

Ricevimento:
al termine della lezione

**Settore scientifico-
disciplinare: SECS-P/07**

Codice corso: AA025

Crediti (CFU): 5
ore di lezione: 35
ore di tutorato: 12

Programmazione e Controllo

Propedeuticità richieste ai frequentanti

Nessuna.

Obiettivo dell'insegnamento

Il corso di Programmazione e controllo ha per oggetto lo studio dei sistemi di pianificazione strategica e di controllo di gestione nelle aziende di tutti i tipi, con particolare riferimento alle imprese. Tali sistemi vanno intesi come strumenti per consentire alla direzione di:

- a) formulare scelte strategiche corrette;
- b) implementare efficacemente le strategie;
- c) guidare e responsabilizzare i manager ai vari livelli verso gli obiettivi della gestione.

L'obiettivo formativo e lo studio dei sistemi di pianificazione e controllo vengono impostati in una duplice prospettiva: la prospettiva dei metodi e strumenti di misurazione dei risultati della gestione corrente e strategica e la prospettiva organizzativa, attinente alle modalità di responsabilizzazione dei manager sui risultati stessi.

Conoscenze e abilità attese

Si richiede la conoscenza di base della logica di costruzione e di analisi di un bilancio di esercizio, necessaria per poter procedere alle opportune logiche gestionali sottostanti il sistema direzionale oggetto del corso.

Programma/Contenuti

Il programma si svilupperà attraverso la trattazione dei seguenti temi:

1. pianificazione strategica e controllo di gestione: logiche, fasi, strumenti, ruoli coinvolti;
2. analisi economiche per il controllo della gestione corrente: analisi dei costi, analisi del break-even, calcoli di convenienza economica e approccio differenziale;
3. budgeting: fasi e metodi di costruzione del budget aziendale;
4. reporting: analisi degli scostamenti e redazione dei report contabili.
Il controllo dei centri di responsabilità e gli indicatori contabili ed extra-contabili di risultato;

Ciascuno di questi argomenti verrà trattato, contemporaneamente, negli aspetti istituzionali e nelle relative applicazioni pratiche.

Materiali didattici



Corso di Laurea in *Management*

dell'Informazione e della
Comunicazione Aziendale

delle Facoltà di

- Economia
- Giurisprudenza
- Lettere e Filosofia
- Scienze MFN
- Scienze Politiche

Il materiale a supporto della didattica è costituito da:

lucidi Corso di Programmazione e controllo, 2003, a cura di L. Brusa e del Dipartimento di Economia Aziendale.

Esercizi e casi aziendali a cura dei docenti del Dipartimento di Economia aziendale.

Testi adottati/Bibliografia consigliata

Testo adottato:

L. BRUSA, *Sistemi manageriali di programmazione e controllo*, Milano, Giuffrè, 2000.

Si consigliano le seguenti riviste di management:

Amministrazione e Finanza, Ipsoa.

Il Budget.

Controllo di gestione, Ipsoa.

Economia e Management, Egea.

Il Sole 24 Ore (quotidiano).

Corso di Laurea in *Management*

dell'Informazione e della
Comunicazione Aziendale

delle Facoltà di

- Economia
- Giurisprudenza
- Lettere e Filosofia
- Scienze MFN
- Scienze Politiche

Docenti

ELISA GIACOSA
Professore aggregato
di Economia Aziendale
Facoltà di Economia
Torino

Ricevimento:
da concordare
con gli studenti

**Settore scientifico-
disciplinare: SECS-P/07**

Codice corso: AA016

Crediti (CFU): 5
ore di lezione: 35
ore di tutorato: 12



Ragioneria

Propedeuticità richieste ai frequentanti

Economia Aziendale.

Obiettivo dell'insegnamento

Il corso ha l'obiettivo di trattare i seguenti argomenti:

1. il bilancio d'esercizio e la sua formazione;
2. analisi di bilancio.

Il primo obiettivo tratta la struttura, il contenuto ed il processo di formazione dei valori del bilancio d'esercizio.

Il secondo obiettivo tratta l'analisi per indici del bilancio .

Conoscenze e abilità attese

Il corso ha la finalità di erogare i seguenti argomenti:

1. il bilancio d'esercizio e la sua formazione;
2. analisi di bilancio.

Programma/Contenuti

I principali argomenti esaminati nel corso sono i seguenti:

1. il bilancio d'esercizio e la sua formazione;
2. analisi di bilancio.

La **prima parte** tratta la struttura, il contenuto ed il processo di formazione dei valori del bilancio d'esercizio.

I principali argomenti esaminati nel corso sono i seguenti:

1. la struttura del bilancio d'esercizio;
2. le clausole generali ed i principi di redazione del bilancio d'esercizio;
3. i principi contabili generali;
4. i principi di valutazione applicati alle singole poste di bilancio.

La **seconda parte** tratta l'analisi per indici del bilancio.

I principali argomenti esaminati sono i seguenti:

1. la struttura del bilancio d'esercizio secondo le vigenti disposizioni di legge e la sua riclassificazione ai fini delle analisi economico-finanziarie della gestione;
2. le analisi di bilancio eseguite mediante la tecnica dei quozienti o "indici" di bilancio: indagini di carattere finanziario e di carattere economico.

Corso di Laurea in *Management*

dell'Informazione e della
Comunicazione Aziendale

- delle Facoltà di
- Economia
 - Giurisprudenza
 - Lettere e Filosofia
 - Scienze MFN
 - Scienze Politiche

Metodi

Il corso non è suddiviso in moduli. Ogni lezione è suddivisa in due parti, articolate sull'analisi di bilancio e sul bilancio d'esercizio.

Materiali didattici

Non sono previste dispense, ma esercitazioni da scaricare dal web.

Testi adottati/ Bibliografia consigliata

Testi adottati:

F. FERRERO, F. DEZZANI, P. PISONI, L. PUDDU, *Le analisi di bilancio e rendiconti finanziari*, Giuffrè, Milano, 2006.

Corso di Laurea in **Management**

dell'Informazione e della
Comunicazione Aziendale

delle Facoltà di

- Economia
- Giurisprudenza
- Lettere e Filosofia
- Scienze MFN
- Scienze Politiche

Docenti

FRANCESCO BERGADANO
(Corso diurno e serale)
(<http://www.di.unito.it/~fb>)
Professore Ordinario
Dipartimento di
Informatica
Torino

VALTER BALBONI
(Corso diurno)
Professore a contratto

Ricevimento:
su appuntamento presso
il Dipartimento di
Informatica o come
diversamente indicato su
<http://www.di.unito.it/~fb/didattica/>, oppure presso
la SAA dopo ogni lezione.

Settore scientifico- disciplinare: INF/01

Codice corso: AA017

Crediti (CFU): 5

ore di lezione: 35

ore di tutorato: 12



Reti e Sicurezza

Propedeuticità richieste ai frequentanti

Gli studenti devono aver sostenuto l'esame di INFORMATICA GENERALE (INF/01).

Obiettivo dell'insegnamento

Il corso intende fornire le nozioni base sul funzionamento delle reti informatiche e in particolare delle applicazioni basate sulla suite di protocolli TCP/IP, comprendendo le nozioni base di sicurezza di sicurezza informatica e la gestione delle identità digitali.

La parte gestione sicurezza si occuperà di illustrare i principali standard relativi alla certificazione del sistema (ITSEC, BS7799), comprese le analisi dei rischi ed il Business Continuity Planning nonché fornire una informazione di base attinente la tematica del risk management per le componenti legate a funzionalità processi, integrità dati, adempienza normativa) e governo generale della funzione.

Conoscenze e abilità attese

Alla conclusione del corso lo studente conoscerà i meccanismi alla base della comunicazione tra calcolatori in rete, avrà visto alcuni esempi pratici di protocolli applicativi ampiamente utilizzati, e avrà acquisito conoscenze di base sulla sicurezza dei sistemi ICT estesa alla problematica del risk management applicativo e normativo.

Programma/Contenuti

1. Introduzione alle reti di calcolatori e a Internet.
2. Introduzione sulla sicurezza dei calcolatori.
3. Introduzione sulla crittografia.
4. Gestione delle identità digitali.
5. La sicurezza sistemistica e applicativa.
6. Aspetti organizzativi e gestionali della sicurezza.
7. La certificazione del sistema di gestione della sicurezza (ISO 27001).
8. L'analisi dei rischi.
9. Il Business Continuity Planning.
10. Il sistema di gestione dei rischi secondo le classificazioni di Basilea.
11. Gli ambiti di applicazione del risk management.
12. Rischi, effetti, strumenti di prevenzione sotto il profilo organizzativo e funzionale.
13. Alcuni schemi metodologici di riferimento per la valutazione e la gestione dei rischi normativi e applicativi.