

# Guida dello studente anno accademico 2011-2012

CORSO DI LAUREA INTERFACOLTA' 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



Facoltà di Economia  
Facoltà di Giurisprudenza  
Facoltà di Lettere e Filosofia  
Facoltà di Lingue e Letterature Straniere  
Facoltà di Psicologia  
Facoltà di Scienze della Formazione  
Facoltà di Scienze MFN  
Facoltà di Scienze Politiche



# Indice

Indice	1
Corsi di insegnamento: 20 maggio 2012	3
ATTIVITA' INTEGRATIVA DI ORIENTAMENTO (COACHING)	3
AUDITING E REPORTING PER COMUNICAZIONE DELLA PERFORMANCE AZIENDALE (Corso di)	4
BUSINESS PROCESS DESIGN, ANALYSIS AND REENGINEERING	5
CORPORATE FINANCE	10
CORSO DI RETI E SICUREZZA E TECNOLOGIA PER LA COMUNICAZIONE SUL WEB	11
CROSS CULTURAL COMMUNICATION AND NEGOTIATION TECHNIQUES	13
DIRITTO AVANZATO (Corso Integrato di)	15
Diritto Commerciale	16
Diritto dell'Unione Europea	18
DIRITTO BASE (Corso integrato di)	21
Istituzioni di Diritto privato	22
Istituzioni di Diritto pubblico	23
DIRITTO DELL'INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE AZIENDALE	25
DIRITTO REGIONALE	27
ECONOMIA (Corso Integrato di)	28
Economia dell'innovazione	29
Economia Manageriale	31
ECONOMIA AZIENDALE	33
ETICA AZIENDALE	35
EUROPEAN UNION LAW ON TOURISM AND SPORTS	37
GESTIONE DEI PROCESSI ORGANIZZATIVI (Corso Integrato di)	38
Gestione dei processi e dei progetti aziendali	39
Organizzazione Aziendale	41
INFORMATICA GENERALE	43
INTERNATIONAL RETAIL AND DISTRIBUTION	48
INTRODUCTION TO PSYCHOLOGY IN THE WORKPLACE	50
ISTITUZIONI DI ECONOMIA	52
LABORATORIO DI LEADERSHIP 1	54
LEADERSHIP IN A CHANGE MANAGEMENT PROCESS	55
LEGAL REQUIREMENTS IN BUSINESS ETHICS AND FAIR TRADE	55
LES ENTREPRISES ET LEUR CAPITAL INTELLECTUEL	57
LINGUA FRANCESE (2° anno)	57
LINGUA FRANCESE (3° anno)	60
LINGUA INGLESE (1° anno)	63
LINGUA INGLESE (2° anno)	65
LINGUA INGLESE (3° anno)	69
LINGUA SPAGNOLA (2° anno)	72
LINGUA SPAGNOLA (3° anno)	75
LINGUAGGI DELLA COMUNICAZIONE AZIENDALE	78
MARKETING E FINANZA (Corso Integrato di)	81
Finanza Aziendale	81
Marketing	84

MATEMATICA PER LE APPLICAZIONI ECONOMICHE E FINANZIARIE	86
RAGIONERIA E CONTROLLO DI GESTIONE (Corso di)	89
SALES AND MARKETING PRACTICES IN MULTINATIONAL ENVIRONMENT (BRANDING)	91
SISTEMI INFORMATIVI E LABORATORIO	94
SOCIOLOGIA DELL'INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE AZIENDALE	95
SOCIOLOGIA DELL'ORGANIZZAZIONE	98
STATISTICA	100
STRATEGIC MANAGEMENT	103
STRATEGIE D'IMPRESA	105

# Università degli Studi di Torino

## SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale

**Corsi di insegnamento: 20 maggio 2012**

### **ATTIVITA' INTEGRATIVA DI ORIENTAMENTO (COACHING)**

Anno accademico: 2011/2012

Codice: SAA0011

CdL: Laurea interfacoltà in Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)

Docente: **Dott. Marcella Baiunco (Titolare del corso), Dott. Damiano Cortese (Tutor), Dott. Paola Genotti (Tutor), Dott. Lorenzo Tesio (Tutor), dott. Eleonora Crestani (Tutor)**

Recapito: [marcella.baiunco@fastwebnet.it]

Tipologia: Altro - Tirocini formativi e di orientamento

Anno: 3° anno

Crediti/Valenza: 1

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Italiano

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Orale

### **OBIETTIVI**

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: 1) CONSAPEVOLEZZA di Sé (autostima, gestione del tempo e dello stress, creatività, apertura al cambiamento); 2) LAVORARE in GRUPPO efficacemente (ascolto, comunicazione, assertività, gestione dei conflitti, soluzione dei problemi, condivisione e spirito di squadra); 3) LEADERSHIP (strategie di influenza, parlare in pubblico, prendere decisioni, produrre risultati, motivare sé e gli altri); 4) INSERIRSI nel MONDO del LAVORO (capacità di sostenere la selezione e i colloqui, pianificazione attività, adattabilità, competitività e cooperazione).

### **RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO**

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.

### **PROGRAMMA**

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 obbligatoria. 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

#### **TESTI**

- 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.

#### **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>).

[http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?\\_id=b954](http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=b954)

---

### **AUDITING E REPORTING PER COMUNICAZIONE DELLA PERFORMANCE AZIENDALE (Corso di)**

Anno accademico: 2011/2012

Codice: SAA0004

CdL: Laurea interfacoltà in Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)

Docente: **Prof. Valter Cantino (Titolare del corso), Dott. Michele Ciaio (Tutor)**

Recapito: [[cantino@econ.unito.it](mailto:cantino@econ.unito.it)]

Tipologia: Caratterizzante - Aziendale

Anno: 3° anno

Crediti/Valenza: 8

SSD: SECS-P/07 - economia aziendale

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Italiano

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Orale

## 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

## ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Martedì	9:00 - 12:00	Aula 4 SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
Martedì	13:15 - 16:15	Aula 4 SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale

**Lezioni:** dal 19/09/2011 al 09/06/2012

[http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?\\_id=e460](http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=e460)

---

## BUSINESS PROCESS DESIGN, ANALYSIS AND REENGINEERING

Anno accademico: 2011/2012

Codice: SAA0024

CdL: Laurea interfacoltà in Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)

Docente: **Dott. Kostantinos Langas (Titolare del corso)**

Recapito: [[langas@proti.it](mailto:langas@proti.it)]

Tipologia: A scelta dello studente

Anno: 2° anno 3° anno

Crediti/Valenza: 5

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Inglese

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Scritto

## OBIETTIVI

### ITALIANO

Far apprendere le logiche e saper applicare i modelli di riferimento e i meccanismi di funzionamento dal punto di vista manageriale di lavorare e gestire per processi e di riprogettare i processi.

### ENGLISH

Teach the logics and how to apply the reference models and the functional mechanisms from a process and re-engineering process management viewpoint.

## RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO

### ITALIANO

Al termine del corso gli studenti saranno in grado di:

- conoscere i criteri di fondo e le caratteristiche concettuali della catena del valore;
- interpretare la catena del valore e definire i processi che la compongono;
- analizzare i vantaggi di una gestione per processi, orientata al cliente ed alla misura delle prestazioni aziendali;
- conoscere ed analizzare gli elementi costituenti di un processo: finalità, prodotto/servizio, clienti, sottoprocessi, attività, input/output, risorse, vincoli, tecnologie, KPI;
- analizzare le variabili che possono incidere su un progetto di definizione dei propri processi di business - BPE;
- comprendere le logiche di un progetto di engineering dei processi aziendali;

- interpretare le linee guida metodologiche e gli aspetti più importanti di un progetto di mappatura e miglioramento dei processi di business;
- identificare le variabili che misurano le prestazioni di un processo, KPI;
- analizzare i criteri di valutazione della prestazione di un processo al fine di decidere su un progetto di miglioramento e sulle relative priorità;
- avere consapevolezza dello scopo di un progetto di cambiamento;
- comprendere le logiche fondamentali di un progetto di reingegnerizzazione dei processi di business - BPR;
- valutare la differenza tra gestione della funzione e gestione del processo e tra gli obiettivi di funzione e quelli del processo;
- comprendere le nuove tendenze nella misurazione e gestione della performance dei processi e valutarle in relazione ai sistemi di misurazione e controllo operativo di una unità organizzativa;
- analizzare la sfera di responsabilità, le competenze e l'esercizio della delega dei ruoli più rappresentativi nella gestione per processi.

## ENGLISH

At the end of the course the students will be able to:

- identify the basic criteria and conceptual concepts of the value chain;
- interpret the value chain and define the processes that make it up;
- analyze the advantages of process management, aimed at the customer and the assessment of company performance;
- know and analyze the elements that compose a process: finality, product/service, customers, sub processes, activities, input/output, resources, limits, technologies, KPI;
- analyze the variables that can have an impact on a project defining the business processes – BPE;
- understand the logic of a design project of business processes;
- interpret the methodological guidelines and the most important aspects of a mapping process and the improvement of business processes;
- identify the variables that measure process performance, KPI;
- analyze the measurement criteria of process performance so as to decide upon an improvement project and the priorities;
- be aware of the objectives of the project of change;
- understand the basic logic of a re-engineering project of business processes – BPR;
- assess the difference between function and process management and between the objectives of each system;
- understand the new trends in the measurement and management of the performance of processes and assess them in relation to the measurement systems and operative control of an organizational unit;
- analyze the areas of responsibility, the competences and the most representative roles in process management.

## PROGRAMMA

### ITALIANO

#### Metodi didattici

Il programma prevede un forte coinvolgimento dei partecipanti attraverso 3 esercitazioni strutturate da svolgere in sottogruppi.

1. La prima esercitazione (durata circa 3h) consiste nella definizione del processo fondamentale e dei relativi processi di supporto (fasi, attività, attori coinvolti, tempistiche, output attesi, indicatori di prestazione) attraverso un esempio pratico e trasversale.

L'obiettivo dell' esercitazione è l'apprendimento di abilità operative inerenti il ridisegno di un processo fondamentale di business.

2. La seconda esercitazione (durata circa 2h) ha come obiettivo l'analisi di un semplice caso di studio per la mappatura del sistema dei processi (catena del valore) come esso risulta dopo la fusione di due imprese di medie dimensioni.

L'obiettivo dell'esercitazione è l'apprendimento di abilità operative nella definizione del sistema dei processi in un'organizzazione e la classificazione dei processi fondamentali, abilitanti, di supporto.

3. La terza esercitazione (durata circa 3h) ha come obiettivo il miglioramento di un processo fondamentale già predefinito sulla base di un insieme di indicatori ed informazioni fornite.

L'obiettivo dell' esercitazione è l'apprendimento di abilità operative inerenti la gestione e il miglioramento di un processo di business.

Gli output di tutte le esercitazioni vengono presentati in plenaria da ciascun gruppo di lavoro; segue un momento di sintesi e confronto sulle metodologie e gli strumenti utilizzati.

Al termine di ogni unità didattica sono previsti momenti di discussione e confronto in plenaria.

#### Programma, articolazione e carico didattico

Lezione 1: L'evoluzione nelle strutture organizzative, ricerca e sviluppo: funzionale, matrice, business unit based, lean.

L'approccio processi: assiomi, postulate e definizioni

## Lezione 2. Gestione dei Processi

Dall'ottica strategica alla dimensione operativa

- Innovazione tecnologica
- I principali ruoli professionali ed organizzativi
- best practices
- le competenze fondamentali e come gestirle

## Lezione 3. Gestione dei Processi e BPR

L'individualizzazione del portfolio dei processi di una azienda:

- fondamentali
- abilitanti
- sostegno

## Lezione 4. Le fasi di un progetto BPR.

Fase 0: il disegno e progettazione di un progetto BPR:

- Modelli di riferimento
- Processi dove intervenire
- Come definire l'organizzazione necessaria
- Come disegnare un business plan, i piani di comunicazione, monitoraggio e supervisione e cambiamento

## Lezione 5. Le fasi di un progetto BPR (cont.)

Fase 0: La pianificazione di un progetto BPR

- Le principali variabili per una efficace gestione dei processi
- obiettivi
- sistemi per la valutazione delle prestazioni
- definizione della struttura dei processi (fasi, sotto fasi, attività, ruoli coinvolti, risultati attesi)
- interdipendenza con altri processi
- fattori che contribuiscono alla prestazione di un processo specifico (strumenti gestionali, leadership dei cambiamenti, competenze distinte)

## Lezione 6. Fase 1: lo start up di un progetto BPR

- definizione e sviluppo dell'analisi di primo livello da parte del team dei processi esistenti
- valutazione economica ed analisi costi/benefici
- verifica sull'impegno del sistema di governance

## Lezione 7. Fase 2: Il processo di comprensione e mappatura:

- analisi e descrizione del processo "as is"
- una mappatura dettagliata del processo
- confronto tra il sistema (o i sistemi) di riferimento

## Lezione 8. Fase 3: analisi e valutazione dei processi

- elaborazione del rendimento dei processi
- definizione degli obiettivi del rendimento
- individualizzazione ed analisi delle criticità e problemi prioritari
- pianificazione di interventi "veloci"
- monitoraggio dell'efficacia del sistema di governance e gestionale dei cambiamenti

## Lezione 9 Fase 4: scenari alternativi e processi decisionali

- sviluppo di scenari alternativi
- mappatura dei processi "to-be"
- Analisi dell'impatto sui cambiamenti indotti dal nuovo processo
- Analisi economico e dei benefici e costi

## Lezione 9 Fase 4: scenari alternativi e processi decisionali

- sviluppo di scenari alternativi
- mappatura dei processi "to-be"
- Analisi dell'impatto sui cambiamenti indotti dal nuovo processo
- Analisi economico e dei benefici e costi
- Pianificazione di un progetto pilota

## Lezione 10. Fase 5: implementazione dei processi

- Aggiornamento/ allineamento di sistemi informative e struttura organizzativa
- Implementazione del piano di comunicazione
- la leadership e gestione dei cambiamenti
- implementazione del progetto pilota, start-up del roll out e consolidamento

- implementazione del sistema reporting

#### Lezione 11 Fase 6: Gestione dei processi

- monitoraggio del rendimento
- disegno ed implementazione delle attività di miglioramento

#### Lezione 12 Analisi fabbisogni competenze per il progetto BPR:

- mappatura e classificazione delle competenze acquisite
- individualizzazione delle competenze "to be"
- correlazione delle competenze e ruoli
- analisi di gap
- modelli metodologici per lo sviluppo delle competenze in un progetto BPR

#### NOTE

Sono previste delle dispense da distribuire ai partecipanti strutturate in unità didattiche, per un totale di 5 unità didattiche. Inoltre le 3 esercitazioni sono supportate da un documento guida (contesto, compito, format e strumenti di lavoro) da distribuire a ciascun partecipante.

#### INGLESE

##### Didactical Methodology

Class participation plays a large role in the course in three separate exercises to be carried out in sub groups.

1. The first exercise (lasting around 3 hours) consists of defining the core process and relative support processes (phases, activities, roles involved, times, expected outputs, performance indicators) by means of practical and transversal examples.

The aim of the exercise is the learning of operative abilities linked to the reengineering of a core business process.

2. The objective of the second exercise (lasting around 2 hours) is the analysis of a simple case study for the mapping of process systems (value chain) as a result of the merger of two medium-size companies.

The aim is to learn how process systems operate in an organization and the classification of core, enabling and support processes.

3. The aim of the third exercise (lasting around 3 hours) is to improve a previously defined process on the basis of a set of indicators and information.

The objective is to learn the skills connected to management and the improvement of business processes.

The output of all the exercises is presented to the class by the team, followed by a summary and comparison of the methodologies and tools used.

At the end of each didactic unit there will be discussions in the class on the various topics.

##### Course contents, distribution of hours

LESSON 1: The evolution in organizational structures, research and development: functional, matrix, business unit based, lean.

The process approach: axioms, postulates and definitions

##### LESSON 2. Process Management:

- from a strategic vision to the operating dimension
- the technological innovation
- the key professional and organizational roles
- best practices
- the core competencies and how to manage them

##### LESSON 3. Process Management and BPR.

The identification of the process portfolio of a company:

- core processes
- enabling
- support

##### LESSON 4. The phases of a BPR project

Phase 0: the designing and planning of a BPR project:

- Reference models
- Processes on which intervene
- How to define the necessary organization
- How to design the overall business plan, the communication, tracking and monitoring and the change management plans

LESSON 5. The phases of a BPR project (cont.)Phase 0: Planning a BPR project

- The main variables for an effective process management
- process goals (objectives)
- process performance measuring systems
- process structure definition (phases, sub-processes, activities, roles involved, expected outputs)
- inter-dependence with other processes
- enabling factors for the performance of a specific process (managerial tools, transformational leadership, distinctive competences)

LESSON 6. Phase 1: start up of a BPR project

- definition and development of the project's team first level analysis of the existing processes
- economic evaluation and benefit/cost analysis
- verification on the commitment of the system of governance

LESSON 7. Phase 2: Understanding and mapping the process:

- analysis and description of the process "as is"
- detailed mapping of the process
- comparison with the system(s) of reference (comparative analysis- benchmarking)

LESSON 8. Phase 3: process analysis and evaluation

- elaboration of process performance
- definition of performance goals
- identification and analysis of critical/priority problems
- planning of "quick" interventions
- monitoring on the efficacy of the system of governance and on the change management

LESSON 9 Phase 4: alternative scenarios and decision making

- development of alternative scenarios
- mapping the process "to-be"
- Impact analysis on the change induced by the new process
- economic and benefit/cost analysis
- Planning of a pilot project

LESSON 10. Phase 5: process implementation

- up-grading/alignment of IT systems and organizational structure
- implementation of the communication plan
- leadership and change management analysis
- implementation of the pilot project, start-up of the roll out and consolidation
- implementation of the reporting system

LESSON 11 Phase 6: process management

- performance monitoring
- design and implementation of improvement activities

LESSON 12 Competence needs analysis for the BPR project:

- mapping and classification of the possessed competencies
- identification of the competencies "to be"
- correlation of competencies and roles
- gap analysis
- methodological models for the development of competencies in a BPR project

NOTE

Students will be given manuals containing a total of 5 didactic units. Moreover there will be 3 exercises supported by material (context, tax, format and work tools).

**TESTI**

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

Il testo adottato è:

- HAMMER M., CHAMPY J., Reengineering the corporation, Nicholas Brealey Publishing

Bibliografia consigliata:

- HAMMER M., CHAMPY J., Beyond reengineering, Nicholas Brealey Publishing
- DI PENTA M., HARSU M., Tools for software maintenance and reengineering, Franco Angeli

Link ad altre eventuali informazioni e siti internet di interesse:

<http://www.hammerandco.com/publications.asp>

## 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>).

[http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?\\_id=0c04](http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=0c04)

---

## CORPORATE FINANCE

Anno accademico: 2011/2012

Codice: SAA0045

CdL: Laurea interfacoltà in Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)

Docente: **Prof. Anna Maria Bruno (Titolare del corso)**

Recapito: [[bruno@econ.unito.it](mailto:bruno@econ.unito.it)]

Tipologia: A scelta dello studente

Anno: 2° anno 3° anno

Crediti/Valenza: 3

SSD: SECS-P/09 - finanza aziendale

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Italiano

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Scritto

## OBIETTIVI

Il corso si propone di evidenziare le connessioni tra finanza e strategie aziendali e di far comprendere agli studenti come appropriati sistemi di corporate governance e di incentivi siano sempre più necessari per incoraggiare manager e dipendenti a lavorare insieme per incrementare il valore dell'impresa. Si sottolinea inoltre l'importanza dell'incertezza e del rischio nelle decisioni finanziarie alla luce anche dei recenti accadimenti.

Gli argomenti tipici di un corso avanzato di finanza aziendale, sono affrontati in un'ottica di applicazioni operative e non solo di ricognizione teorica e le esemplificazioni si riferiscono a realtà sia nazionali sia internazionali.

## RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO

Conoscere gli obiettivi che il manager finanziario deve raggiungere nella gestione aziendale.

Comprendere il conflitto tra gli obiettivi con cui spesso si ha a che fare nella gestione finanziaria di un'impresa.

Conoscere i sistemi di corporate governance e comprenderne l'influenza nella gestione.

Acquisire tecniche e strumenti per tener conto dell'incertezza nelle decisioni finanziarie.

## PROGRAMMA

Metodi didattici

- Lezione frontale per trattare i fondamenti teorici del corso.
- Esercitazioni in aula: mix tra l'esemplificazione di modelli reali ed esercitazione guidata dal docente.
- Esercitazioni individuali e di gruppo: discussione e soluzione di casi proposti dal docente.

Programma, articolazione e carico didattico

- Obiettivi, oggetto e organizzazione della corporate finance (1 ora)
- Il ruolo del manager finanziario (2 ore)
- Proprietà e controllo delle imprese (2 ore)
- Conflitti tra proprietà e manager (2 ore)
- Mercati finanziari: sistemi market based e bank based (3 ore)
- Modelli di proprietà delle imprese (2 ore)
- Controllo dell'impresa e modelli di capitalismo (2 ore)

- Caratteristiche della corporate governance nei principali paesi (2 ore)
- Struttura della proprietà nei gruppi italiani (2 ore)
- Strumenti di capital budget in condizioni di incertezza (3 ore)

#### TESTI

Una miscellanea delle principali slides presentate a lezione è disponibile presso la Segreteria Studenti.

Il testo consigliato di base è:

- Brealey R.A., Myers S.C., Allen F., Sandri S., Principi di Finanza Aziendale, McGraw Hill, Milano, 2011

Bibliografia consigliata:

- Tardivo G., Schiesari R., Miglietta N. Finanza Aziendale, ISEDI, Milano, 2010

- Tardivo G., Viassone M., Finanza Aziendale Internazionale, ISEDI, Milano, 2011

#### NOTA

Modalità di verifica/Esame

Scritto.

#### ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Sabato	9:00 - 13:10	
<b>Lezioni:</b> dal 03/03/2012 al 24/03/2012		

[http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?\\_id=d6c0](http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=d6c0)

### CORSO DI RETI E SICUREZZA E TECNOLOGIA PER LA COMUNICAZIONE SUL WEB

Anno accademico: 2011/2012

Codice: SAA0009

CdL: Laurea interfacoltà in Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)

Docente: **Dott. Valter Balboni (Titolare del corso), Dott. Francesco Pagano (Tutor), Dott. Diego Magro (Titolare del corso), Dott. Livio Robaldo (Tutor)**

Recapito: [valter.balboni@unito.it]

Tipologia: Attività formative affini o integrative

Anno: 3° anno

Crediti/Valenza: 10

SSD: INF/01 - informatica

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Italiano

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Scritto

#### OBIETTIVI

##### ITALIANO

Modulo: RETI E SICUREZZA - Dott. Balboni

Il corso intende fornire allo studente le nozioni base sulle problematiche legate alla sicurezza informatica, nei suoi aspetti attinenti la tecnologia, i processi, le normative e la governance generale.

Verranno illustrati i principi base della gestione, le strutture organizzative coinvolte, i principali standard utilizzati (Iso 27000 e Cobit), le principali classi di rischio e di normativa (incluse Basilea e Solvency, le direttrici europee di maggiore impatto) che ricadono in essa nonché una panoramica delle problematiche di sicurezza dei processi relativi ai principali comparti merceologici del mercato.

Modulo: Tecnologie Web - Dott. Magro

Finalità. Il corso intende offrire una panoramica degli strumenti e delle tecnologie che possono essere utilizzate per costruire sistemi interattivi su web. Il corso fornirà allo studente strumenti analitici e metodologici, accompagnati da esempi concreti di applicazioni delle tecnologie analizzate.

Obiettivi. Il corso ha come obiettivo quello di mettere lo student ein grado di capire e valutare i diversi approcci per operare scelte informate ed efficaci nell'ambito di progetti aziendali di vasta portata.

##### ENGLISH

NETWORKS AND SECURITY prof. Valter Balboni

## **RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO**

Modulo: Reti e sicurezza

Alla conclusione del corso lo studente conoscerà i meccanismi alla base della sicurezza nei suoi riflessi relativi alla governance, ai processi, alla normativa, alla tecnologia.

Modulo: Tecnologie Web

Conoscenza delle diverse tecnologie disponibili per la costruzione di sistemi Web; consapevolezza delle diverse finalità, limiti, possibilità; capacità di prendere decisioni informate ed efficaci relativamente alla scelta delle tecnologie web in ambito aziendale (e non).

## **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**

*Modulo: RETI E SICUREZZA - Dott. Balboni*

Metodi didattici

Lezioni in aula (didattica frontale) con supporto di slide, supportata dall'analisi di casi di studio specifici derivanti da concrete applicazioni in azienda.

Programma, articolazione e carico didattico

1 - Introduzione alla sicurezza. Aspetti organizzativi e gestionali della sicurezza, concetto di SOD e illustrazione delle principali classi di rischio coinvolte, concetti di sicurezza sul web (3 ore)

2 - segue (3 ore)

3 - La sicurezza dei processi - panoramica generale, concetto di SOD, illustrazione delle problematiche di sicurezza dei processi chiave delle principali classi merceologiche del mercato (focus su industrie, banche, assicurazioni). (3 ore)

4 - segue (3 ore)

5 - segue (3 ore)

6 - segue (3 ore)

7 - La governance della sicurezza in area IT - l'Utilizzo della ISO270000 per l'area IT. Il business continuity planning. (segue)

8 - segue (3 ore)

9 - segue (3 ore)

10 - La sicurezza normativa - panoramica generale, le classi di normativa, le authority, gli standard, i principali approcci alla gestione. (3 ore)

11 - segue (3 ore)

12 - Alcuni case study di riferimento in approfondimento ai temi trattati (7 ore)

*Modulo: TECNOLOGIE WEB - Dott. Magro*

Metodi didattici

Lezioni frontali: le ore di lezione frontale serviranno a fornire i concetti fondamentali per la comprensione delle tecnologie web; saranno presentati numerosi esempi.

Testimonianze aziendali: verranno presentati dei casi d'uso concreti con la partecipazione di esperti aziendali.

Programma, articolazione e carico didattico

1 - Introduzione a Internet Architettura fisica, visione logica, protocolli) (5 ore)

2 - Livello applicativo internet, modelli client-server e peer-to-peer, DNS e Web, architetture per sistemi Web (5 ore)

3 - Pagine Web statiche (HTML e fogli di stile CSS) (3 ore)

4 - Pagine Web dinamiche basate su tecnologie client-side (Javascript, Java Applet, Flash) e server-side (Active Server Page, PHP, Java Server Pages, Servlet) (3 ore)

5 - Introduzione a XML (DTD, DML'schema, XSLT) (3 ore)

6 - Cenni al Web 2.0: tecnologie AJAX, Open API e applicazioni Web-based. Esempi di applicazioni basate sulle tecnologie Web dinamiche: COntent Management Systems e blog. (3 ore)

7 - Web Semantico (3 ore)

8 - Principi e funzionamento dei motori di ricerca (3 ore)

9 - Principi per l'ottimizzazione per i motori di ricerca (SEO - Search Engine Optimization) (3 ore)

10 - Principi di Human-Computer Interaction: usabilità e accessibilità (3 ore)

11 - Web Services e Service Oriented Architecture (3 ore)

12 - SaaS (Software as a Service) e Cloud computing (3 ore)

## TESTI

Strumenti a supporto della didattica:

PC, Videoproiettore, connessione a internet, browser.

Materiale didattico

Il materiale didattico presentato a lezione è disponibile presso la Segreteria studenti e sulla piattaforma Moodle.

*Modulo: RETI E SICUREZZA*

Testo adottato

Si farà riferimento alle slides rese disponibili agli studenti

*Modulo: TECNOLOGIE WEB*

- C. Gerbino, Tecnologie Web: una panoramica introduttiva degli strumenti e delle architetture, tesi di Laurea in Management dell'informazione e della comunicazione aziendale, a.a. 2004-2005 (disponibile presso la Segreteria Studenti e on-line).

- Articoli integrativi su Web 2.0, AJAX, CMS e applicazioni web; accessibilità (disponibili presso la Segreteria Studenti e on-line)

## NOTA

Modalità di verifica/esame

Modulo: Reti e Sicurezza

La valutazione dello studente avverrà per mezzo di un esame scritto, organizzato in domande a risposta multipla. Le domande verteranno sui diversi temi trattati nel corso, con l'obiettivo di valutare la completezza della preparazione e la capacità dello studente nel destreggiarsi nel contesto della gestione della sicurezza.

Modulo: Tecnologie Web

La valutazione avverrà per mezzo di un esame scritto organizzato in una domanda aperta e domande a risposta multipla. Nella domanda aperta, si verificherà non solo l'apprendimento degli argomenti del corso, ma anche la capacità dello studente di utilizzare tali nozioni per costruire un discorso organico supportato da un'argomentazione coerente ed espresso in italiano corretto.

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
Mercoledì	13:15 - 16:15	Aula 4 SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
Giovedì	9:00 - 12:00	Aula 4 SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale

**Lezioni:** dal 27/02/2012 al 09/06/2012

[http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?\\_id=0252](http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=0252)

---

## CROSS CULTURAL COMMUNICATION AND NEGOTIATION TECHNIQUES

Anno accademico: 2011/2012

Codice: SAA0034

CdL: Laurea interfacoltà in Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04),  
Laurea interfacoltà in Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 509/99)  
Docente: **Prof. Nello Gaspardo (Titolare del corso)**  
Recapito: [nello.gaspardo@t-online.de]  
Tipologia: A scelta dello studente  
Anno: 2° anno 3° anno  
Crediti/Valenza: 7  
Modalità di erogazione: Tradizionale  
Lingua di insegnamento: Inglese  
Modalità di frequenza: Obbligatoria  
Modalità di valutazione: Orale

## **OBIETTIVI**

### *ITALIANO*

Finalità e contenuti: Il corso si propone di trasmettere ai partecipanti le basi di negoziazione in un contesto multiculturale, vedi:

- Conoscenza delle principali tecniche di negoziazione
- Applicazione delle tecniche e tattiche di negoziazione a livello internazionale
- Conoscenza delle maggiori differenze culturali tra i business partner
- Orientamento al contenuto o al rapporto
- Approccio comunicativo diretto/esplicito o indiretto/riservato
- Gestione del fattore tempo. Interpretazione del tempo: denaro, status, potere. Comportamento policronico vs. monocronico
- Percorso decisionale

Obiettivi: Il partecipante avrà la conoscenza di base della comunicazione, negoziazione in un milieu internazionale/interculturale. Acquisirà la capacità di comunicare, intuire/capire le differenze culturali dei suoi interlocutori ed agire secondo gli obiettivi prefissati in una particolare situazione. Conoscere le differenze culturali per essere in grado di ottimizzare la business negotiation.

### *ENGLISH*

Aims and contents:

The aim of the seminar is to provide students with the basic concepts of negotiation within a multicultural context, such as:

Knowledge of the main negotiation techniques

Application of the negotiation techniques and strategies on an international scale

Knowledge of the most important cultural differences between business partners

Gearing towards the content or relationship

Direct/ explicit or indirect/reserved communicative approach

Time management. Interpretation of time: money, status, power. Polychromic vs monochromic behavior

Decision-making process

Objectives:

Students will learn the basic concepts of communication, negotiation in an international /intercultural context. Students will also gain communication skills, sense /understand the cultural differences of the interlocutors and act according to the set goals in a particular situation and use the same skills in order to optimize business negotiation.

## **RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO**

### *ITALIANO*

Capacità di problem solving attraverso conoscenze mirate alla comunicazione interpersonale e in un ambiente multiculturale.

### *ENGLISH*

Capacity to problem solve by means of interpersonal communication and in a multicultural context

## **PROGRAMMA**

### *ITALIANO*

Metodi didattici

L'attività si svolge attraverso le seguenti fasi:

- Aula (lezione interattiva) per trasmettere ai partecipanti le principali nozioni di comunicazione verbale, non verbale, negoziazione e interculturalità)

- Aula (simulazioni di gruppo) sulle maggiori tecniche di negoziazione e con feedback finale del docente
- Esame finale: negoziazione (4 studenti) col docente

Programma, articolazione e carico didattico

Negotiation techniques  
 International negotiations  
 First simulation  
 Second simulation  
 Third simulation  
 Fourth simulation  
 Pre-examination (each group)  
 Final examination (each group)

Note

In aggiunta alle ore teoriche, le simulazioni avverranno in gruppi per la durata di 4 ore. Saranno fasi di simulazione con il feedback finale del docente.

## *ENGLISH*

Didactic Methodology

The activity is composed of the following phases:

- Classroom (interactive lesson) to convey the main notions of verbal and non verbal communication, negotiation and inter-culture
- Classroom (simulation in teams) on the main negotiation techniques with final feedback from the teacher
- Final exam: negotiation (4 students) with the teacher

Courses, Contents, Distribution of Hours

Negotiation techniques  
 International negotiations  
 First simulation  
 Second simulation  
 Third simulation  
 Fourth simulation  
 Pre-examination (each group)  
 Final examination (each group)

Note

As well as the lessons on the theory, there will be group simulations with 8 students for a duration of 5 hours, including the feedback by the teacher. The exam is two hours and a half – one for the preparation of the case and the rest of the time for the exercise with the teacher.

## **TESTI**

### *ITALIANO*

Il Materiale didattico presentato a lezione è disponibile presso:  
 la Segreteria della SAA.

Bibliografia consigliata

Il manoscritto comprende due pagine bibliografiche con i maggiori autori che verranno presentati dal docente in aula.

### *ENGLISH*

The didactic material used during lessons is available at:  
 in the Interuniversity Relations Office

Recommended bibliography

The manuscript contains a bibliography presenting the authors the professor will cite during the lessons.

## **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>).

[http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?\\_id=ec39](http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=ec39)

---

## **DIRITTO AVANZATO (Corso Integrato di)**

Anno accademico: 2011/2012

Codice: SAA0005

CdL: Laurea interfacoltà in Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)

Docente: **Prof. Ornella Porchia (Titolare del corso), Dott. Francesco Costamagna (Titolare del corso), Avv. Simona Rostagno (Titolare del corso)**

Recapito: [ornella.porchia@unito.it]

Tipologia: Caratterizzante - Giuridico

Anno: 2° anno

Crediti/Valenza: 12

SSD: IUS/04 - diritto commerciale, IUS/14 - diritto dell'unione europea

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Italiano

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Orale

Moduli didattici:

[Diritto Commerciale](#)

[Diritto dell'Unione Europea](#)

### 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

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

### NOTA

Modalità di verifica/esame

L'esame finale si tiene in forma orale. Esso consiste in 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.

### ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Lunedì	13:30 - 16:30	
Mercoledì	9:15 - 12:15	
<b>Lezioni:</b> dal 19/09/2011 al 09/06/2012		

[http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?\\_id=f777](http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=f777)

---

### Diritto Commerciale

Anno accademico: 2010/2011

Codice: SAA0005B

Docente: **Avv. Simona Rostagno (Titolare del corso), Dott. Ebe Hassan Aden Iftin (Tutor)**

Recapito: [srostagno@studiolegaledr.it]

Crediti/Valenza: 6

SSD: IUS/04 - diritto commerciale

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Italiano

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Orale

Corso integrato:

[DIRITTO AVANZATO \(Corso Integrato di\)](#)

### 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.

## **RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO**

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

## **PROGRAMMA**

### *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, ARTICOLAZIONE E CARICO DIDATTICO*

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.

16 - I contratti dell'informazione: analisi delle forme contrattuali. Esame di casi pratici.

## **TESTI**

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

Testo adottato:

F. GALGANO, Diritto Commerciale, Ed. Zanichelli, ultima edizione

Bibliografia consigliata:

AAVV., Il nuovo diritto delle società a cura di A. Maffei Alberti, Cedam, 2015  
Cian-Trabucchi, Commentario breve al Codice Civile, Cedam, 2009

## **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	13:30 - 16:30	Aula 2 SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
Mercoledì	13:30 - 16:30	Aula 2 SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale

**Lezioni:** dal 27/02/2012 al 09/06/2012

**Nota:** CORSO INTEGRATO DI DIRITTO AVANZATO

## Diritto dell'Unione Europea

Anno accademico: 2010/2011

Codice: SAA0005A

Docente: **Prof. Ornella Porchia (Titolare del corso), Dott. Francesco Costamagna (Titolare del corso), Dott. Stefano Montaldo (Tutor)**

Recapito: [ornella.porchia@unito.it]

Crediti/Valenza: 6

SSD: IUS/14 - diritto dell'unione europea

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Italiano

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Orale

Corso integrato:

[DIRITTO AVANZATO \(Corso Integrato di\)](#)

## OBIETTIVI

### 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 course aims at providing the basic knowledge of European Union Law, with special reference to the system of sources and European Union institutions in relation with the national system.

The aim of the course to provide students with a knowledge of the most important features of the European Union, to enable them to read documentation on the relation between national laws and European Union laws in a critical way.

## RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO

### ITALIANO

Conoscenza degli elementi essenziali del diritto dell'Unione europea.

### ENGLISH

Knowledge of the fundamental notions of European Law

## 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

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, ARTICOLAZIONE E CARICO DIDATTICO

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
- 15 – La libera circolazione delle persone
- 16 – Il mercato interno
- 17 – Le regole di concorrenza

#### *ENGLISH*

#### DIDACTIC METHODOLOGY

The course is composed of:

- contact hours with the teacher aimed at presenting the students with the basic notions of European Law
- special seminars by the tutor dealing with current issues regarding the European integration process. Class participation is essential. The topics will be partly chosen by the tutor and partly in collaboration with the students, on the basis of their personal and professional interests. Material used during the seminars (newspaper and magazine articles from Italian and international press) will be distributed during the lessons.

#### COURSE CONTENTS

- 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, European Commission, European Court of Auditors and committees
- 4 – The constitutional values of the European Union, European citizenship and the safeguarding of fundamental rights.
- 5 – The origins of European Union law: primary law and the general principles
- 6 – The origins of European Union law: the acts of the institutions
- 7 – Decision-making procedures: co-decision making
- 8 – European Union competence
- 9 – Adaptation of national law to EU law.
- 10 – Supremacy of EU law
- 11 – The jurisdictional safeguarding system: appeal for invalidity
- 12 - The jurisdictional safeguarding system: procedure for infringement and preliminary adjournment
- 13 -Seminar: the increasing number of countries with the EU

- 14 - Seminar: the safeguarding of fundamental rights within the EU
- 15 - Seminar: the procedure for the appointment of the Commission
- 16 – Seminar: the European and Monetary Union
- 17 – Seminar (to be defined)
- 18 – Seminar (to be defined)

## TESTI

### 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, 2010  
 B. Nas cimbene, Unione Europe. trattati. L'europa in movimento, Giappichelli, Torino, ultima edizione.

Bibliografia consigliata:

U. Draetta, N. Parisi (A cura di), Elementi di diritto dell'Unione Europea. Parte speciale. Il diritto sostanziale, Giuffrè, Milano, 2010  
 O. Porchia, Principi dell'ordinamento comunitario, Zanichelli, Bologna, 2008

Link ad altre eventuali informazioni e siti internet di interesse

- [www.europa.eu](http://www.europa.eu)
- [www.curia.eu](http://www.curia.eu)
- [www.cortieuropee.unito.it](http://www.cortieuropee.unito.it)
- [www.youtube.com/user/eutube](http://www.youtube.com/user/eutube)
- [www.ilcaso.it](http://www.ilcaso.it)

### ENGLISH

The didactic material used during lessons is available at:

The didactic secretarial office

Text used:

L. Daniele, Diritto dell'Unione europea, Giuffrè editore, Milano, 2008

Recommended bibliography:

P. Guerrieri, P.C. Padoan, L'economia europea, Bologna, 2009  
 O. Porchia, Principi dell'ordinamento comunitario, Bologna, 2008  
 R. Adam, A. Tizzano, Lineamenti di diritto dell'Unione europea, Torino, 2008  
 G. Gaja, Introduzione al diritto comunitario, Bari, 2007

Links to further sources of information of interest and internet web sites:

[www.europa.eu](http://www.europa.eu)  
[www.curia.eu](http://www.curia.eu)  
[www.cortieuropee.unito.it](http://www.cortieuropee.unito.it)

## 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	13:30 - 16:30	Aula 2 SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
Mercoledì	9:15 - 12:15	Aula 2 SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
<b>Lezioni:</b> dal 19/09/2011 al 22/12/2011		
<b>Nota:</b> CORSO INTEGRATO DI DIRITTO AVANZATO		

---

## **DIRITTO BASE (Corso integrato di)**

Anno accademico: 2011/2012

Codice: SAA0001

CdL: Laurea interfacoltà in Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)

Docente: **Dott. Ilaria Riva (Titolare del corso), Dott. Cristina Bertolino (Titolare del corso), Dott.**

**Matteo Losana (Titolare del corso)**

Recapito: [[ilaria.riva@unito.it](mailto:ilaria.riva@unito.it)]

Tipologia: Di base - Giuridico

Anno: 1° anno

Crediti/Valenza: 10

SSD: IUS/01 - diritto privato, IUS/09 - istituzioni di diritto pubblico

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Italiano

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Scritto ed orale

Moduli didattici:

[Istituzioni di Diritto privato](#)

[Istituzioni di Diritto pubblico](#)

### **OBIETTIVI**

#### *ITALIANO*

Il corso dedicherà particolare attenzione alle esigenze formative e professionali del futuro manager d'impresa al fine di svilupparne l'attitudine a comprendere i tratti salienti del ragionamento giuridico, di farne un operatore capace d'interagire con le dinamiche applicative del diritto in modo consapevole e preparato e di fargli acquisire una congrua educazione linguistica, che gli consenta d'impiegare con proprietà il linguaggio specialistico e comprenderne i fondamentali meccanismi comunicativi.

#### *ENGLISH*

The course is particularly focused on the academic and professional needs of the future company manager, in order to develop the capacity to understand the most important aspects of legal subjects, thus creating a professional operator who is able to interact with the applicative dynamics of law competently and confidently. The course also has the aim of providing students with the specific legal linguistic skills and terminology, allowing them to understand communicative mechanisms.

### **RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO**

#### *ITALIANO*

Conoscenza delle nozioni di base relative agli istituti fondamentali del diritto pubblico e del diritto privato, e acquisizione, oltre ad una adeguata proprietà di linguaggio giuridico, delle modalità di svolgimento del ragionamento giuridico.

#### *ENGLISH*

Knowledge of the basic notions regarding the fundamental institutions of public and private law as well as the acquisition of a suitable legal language and the capacity to deal with legal matters competently.

### **PROGRAMMA**

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

### **TESTI**

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

### **NOTA**

L'esame si articola in due parti:

Parte di Diritto Pubblico: tre domande a risposta aperta, due sugli argomenti trattati a lezione, una sugli argomenti trattati nel corso del tutorato.

Parte di Diritto Privato: tre domande orali di cui una su argomenti trattati nel corso del tutorato.

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
Martedì	13:15 - 16:15	
<b>Lezioni:</b> dal 19/09/2011 al 09/06/2012		

[http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?\\_id=25bb](http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=25bb)

### Istituzioni di Diritto privato

Anno accademico: 2010/2011

Codice: SAA0001A

Docente: **Dott. Ilaria Riva (Titolare del corso), Dott. Rossana Pennazio (Tutor)**

Recapito: [[ilaria.riva@unito.it](mailto:ilaria.riva@unito.it)]

Crediti/Valenza: 5

SSD: IUS/01 - diritto privato

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Italiano

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Orale

Corso integrato:

[DIRITTO BASE \(Corso integrato di\)](#)

### 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

L'insegnamento si articola nelle lezioni in aula e nelle esercitazioni complementari di tutoraggio. Le lezioni si svolgeranno secondo il tradizionale metodo espositivo, fondato sull'illustrazione da parte dei docenti dei temi facente parte del programma, ma sarà anche stimolata la partecipazione attiva dell'uditorio, in modo tale che l'attività didascalica assuma un carattere, per quanto possibile, dialogico e multilaterale.

Alle lezioni si affiancheranno esercitazioni complementari svolte con l'ausilio dei tutor di cattedra. Dette esercitazioni, per un impegno didattico complessivo del corso di 24 ore, ripercorreranno i temi facenti parte del programma, al fine di consolidarne l'acquisizione e di valutare il graduale apprendimento. I temi specifici delle singole esercitazioni saranno concordati e programmati nel corso delle lezioni.

PROGRAMMA, ARTICOLAZIONE E CARICO DIDATTICO

1. Introduzione al diritto privato, diritto privato e diritto pubblico, riepilogo delle fonti
2. I soggetti (persone fisiche, persone giuridiche e soggetti collettivi non personificati)
3. Le cose e i diritti reali
4. Proprietà e possesso
5. Il contratto: gli elementi essenziali
6. Le obbligazioni e la responsabilità patrimoniale
7. Il fatto illecito
8. Il contratto: elementi essenziali
9. Il contratto: invalidità, inefficacia, rimedi
10. La risoluzione del contratto e la responsabilità contrattuale
11. La rappresentanza

*ENGLISH*

DIDACTIC METHODOLOGY

The course is made up of contact hours and practical exercises during the tutoring. The lessons will be conducted traditionally, based on the explanation of topics that are part of the syllabus. It will also be stimulated by the participation of the students, so that the lessons can become more of a dialogue and therefore more multilateral.

Complementary lessons carried out by the tutor will also be held. The tutoring will last 24 hours and will revise and consolidate the topics that are part of the syllabus, thus making it possible to assess the learning process. The specific topics of each practical exercise will be agreed upon during the lessons.

#### COURSE CONTENTS, DISTRIBUTION OF HOURS

1. Introduction to private and public law, summary of sources.
2. Persons (physical, judicial and unidentified collective persons)
3. Goods, property and ownership
4. Contracts: the fundamental elements (I)
5. Contracts: the fundamental elements (II)
6. Effects, interpretation and execution of the contract
7. Representation
8. Null contracts and contractual remedies.
9. Civil responsibility.
10. Obligations in general (in particular defaulting).
11. Patrimonial responsibility, invalidation and forfeiting

#### TESTI

Il testo adottato è:

- R. Calvo - A. Ciatti, Istituzioni di diritto civile, tomo I ( Diritto patrimoniale comune ), Milano, Giuffrè, 2011, escluse le seguenti parti: Capo I (Le norme e i fatti giuridici); Capo II, sez. IV (Comunione,condominio, multiproprietà), sez. V (Obbligazioni propter rem e oneri reali); Capo III (La trascrizione); Capo IV, sez. III (Adempimento), sez. IV (Pagamento dell'indebito e arricchimento senza causa), sez. V (La mora del creditore), sez. VI (I modi di estinzione diversi dall'adempimento). sez. VII (La successione nel debito e la novazione oggettiva), sez. VIII (Delegazione, estromissione, accollo), sez. IX (Cessione nel credito e pagamento con surrogazione), sez. X (Alcune specie di obbligazioni); Capo V, sez. XI (La simulazione) sez. XIX (Le sopravvenienze); sez. XXII (Fattispecie contrattuali soggettivamente variabili); Capo VII (I singoli contratti).

- "Codice civile e leggi complementari", Milano, Giuffrè, ult. ed.

(al di là del testo prescelto, lo studio del manuale dovrà essere costantemente accompagnato dalla consultazione del codice civile aggiornato, che costituisce lo strumento principale d'apprendimento per la preparazione dell'esame).

#### ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Giovedì	9:00 - 12:00	
<b>Lezioni:</b> dal 27/02/2012 al 09/06/2012		
<b>Nota:</b> CORSO INTEGRATO DI DIRITTO BASE		

#### Istituzioni di Diritto pubblico

Anno accademico: 2010/2011

Codice: SAA0001B

Docente: **Dott. Valeria Marcenò (Responsabile didattico), Dott. Matteo Losana (Titolare del corso), Dott. Ombretta Zanasi (Tutor)**

Recapito: [matteo.losana@virgilio.it]

Crediti/Valenza: 5

SSD: IUS/09 - istituzioni di diritto pubblico

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Italiano

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Scritto

Corso integrato:

[DIRITTO BASE \(Corso integrato di\)](#)

#### PROGRAMMA

ITALIANO

METODI DIDATTICI

L'insegnamento si articola nelle lezioni in aula e nelle esercitazioni complementari di tutoraggio. Le lezioni si svolgeranno secondo il tradizionale metodo espositivo, fondato sull'illustrazione da parte dei docenti dei temi facente parte del programma, ma sarà anche stimolata la partecipazione attiva dell'uditorio, in modo tale che l'attività didascalica assuma un carattere, per quanto possibile, dialogico e multilaterale. Alle lezioni si affiancheranno esercitazioni complementari svolte con l'ausilio dei tutor di cattedra. Dette esercitazioni, per un impegno didattico complessivo del corso di 24 ore, ripercorreranno i temi facenti parte del programma, al fine di consolidarne l'acquisizione e di valutare il graduale apprendimento. I temi specifici delle singole esercitazioni saranno concordati e programmati nel corso delle lezioni.

#### PROGRAMMA, ARTICOLAZIONE E CARICO DIDATTICO

1. Alcuni concetti introduttivi. Norma giuridica. Ordinamento giuridico. Fonte e sistema delle fonti. (3 ore)
2. La rigidità della Costituzione. Leggi costituzionali e leggi di revisione costituzionale. Procedimento di revisione costituzionale e limiti alla revisione. (3 ore)
3. La legge e gli atti aventi forza di legge dello Stato (il decreto-legge. Il decreto legislativo delegato e il referendum abrogativo - cenni). (3 ore)
4. I regolamenti dell'esecutivo e il principio di legalità. (3 ore)
5. Le fonti regionalie quelle dell'Unione europea.
6. Criteri di risoluzione delle autonomie: criterio gerarchico (annullamento); criterio cronologico (abrogazione); criterio di competenza. (3 ore)
7. L'ordinamento della Repubblica. Stato, Regioni ed enti locali (lezione tenuta dalla dott.ssa Cristina Bertolino) (3 ore)
8. La Corte costituzionale. Il giudizio di legittimità costituzionale. Atti soggetti al sindacato costituzionale e procedimento per l'instaurazione del giudizio. (3 ore)
9. Le decisioni costituzionali: sentenze di accoglimento e sentenze di rigetto. Sentenze interpretative e sentenze manipolative (3 ore).
10. La forma di governo parlamentare. Gli strumenti di razionalizzazione del rapporto di fiducia tra parlamento e Governo. Il ruolo e le attribuzioni del Presidente della Repubblica. (3 ore)
11. I diritti costituzionali: libertà e i diritti sociali (3 ore)
12. I doveri costituzionali (2 ore)

#### ENGLISH

#### DIDACTIC METHODOLOGY

The course is made up of contact hours and practical exercises during the tutoring. The lessons will be conducted traditionally, based on the explanation of topics that are part of the syllabus. It will also be stimulated by the participation of the students, so that the lessons can become more of a dialogue and therefore more multilateral.

Complementary lessons carried out by the tutor will also be held. The tutoring will last 24 hours and will revise and consolidate the topics that are part of the syllabus, thus making it possible to assess the learning process. The specific topics of each practical exercise will be agreed upon during the lessons.

#### COURSE CONTENTS, DISTRIBUTION OF HOURS

1. Concepts of the constitution and rigidity of the constitution. Constitutional laws and laws revising the constitution. Procedure for changes to the constitution and limitations.
2. Acts enforced by the State: decrees and delegated legislation decrees.
3. State and regional laws. The criteria of competence
4. Criteria for the resolution of the autonomies hierarchical criteria (annulment) and chronological criteria (abrogation).
5. Executive regulation. The principle of legality.
6. The Constitutional Court of Italy: the ruling of legitimate legality. Acts subject to control of constitutionality.
7. Ruling established incidentally and via principal.
8. Constitutional decisions: positive and negative sentences. Interpretive and manipulative sentences.
9. Conflict of competence between the powers of the State.
10. Parliamentary government. The tools for the rationalization of the relationship of trust between Parliament and Government.
11. The role of the President of the Italian Republic within government.

#### TESTI

Il testo adottato è:

- G. Zagrebelsky, G. Oberto, G. Stalla, C. Trucco, Diritto pubblico, Le Monnier Scuola, ult. ed.

Lo studio degli argomenti trattati dal manuale e illustrati a lezione deve essere accompagnato dallo studio dei corrispondenti articoli della Costituzione.

#### ORARIO LEZIONI

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

## **DIRITTO DELL'INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE AZIENDALE**

Anno accademico: 2011/2012

Codice: AA035

CdL: Laurea interfacoltà in Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)

Docente: **Dott. Nadia Coggiola (Titolare del corso)**

Recapito: [nadia.coggiola@unito.com]

Tipologia: A scelta dello studente

Anno: 2° anno 3° anno

Crediti/Valenza: 3

SSD: IUS/04 - diritto commerciale

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Italiano

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Orale

### **OBIETTIVI**

#### *ITALIANO*

Finalità: Il corso si propone di fornire agli studenti nozioni teoriche ed un approccio metodologico e critico in materia di disciplina giuridica sulla privacy e la 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 permettono di operare autonomamente nella gestione aziendale degli adempimenti sulla privacy e nell'attività di comunicazione esterna, in ogni loro fase.

#### *ENGLISH*

Aims: The course aims to provide students with general notions and a methodological and critical approach to the legal topic of privacy and company communication, to enable them to work autonomously in these areas. Students will therefore study the laws on the subject as well as working on real case studies. By the end of the course therefore students will have acquired a general knowledge and a methodological approach so that they can assess autonomously compliance with current laws on company communication activities and the management of privacy regulations. Students will be able to coordinate and monitor these activities, alone or working within a team, within a company.

### **RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO**

#### *ITALIANO*

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

#### *ENGLISH*

Capacity to source, analyze and apply in an autonomous manner legislation regarding company privacy and 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 privacy

- 2 - L'applicazione della disciplina della Privacy all'interno delle aziende
- 3 - La definizione di Pubblicità
- 4 - La disciplina legislativa sulla Pubblicità: norme generali
- 5 - I mezzi della Pubblicità: Pubblicità Radiofonica e Televisiva
- 6 - I mezzi della Pubblicità: Pubblicità a mezzo stampa
- 7 - I mezzi della Pubblicità: Pubblicità cinematografica, esterna e below the line
- 8 - La pubblicità ingannevole
- 9 - Pubblicità e concorrenza tra aziende
- 10 - Pubblicità comparativa

## ENGLISH

### Didactic methodology

There are three types of methodologies used:

- Contact hours: presentation of legislation and the main problems regarding it
- Individual, group or collective analysis of case studies and decisions taken by local or government authorities, aimed at identifying the problems faced and the most important norms applied
- Presentation and discussion of the decisions examined, of case studies within the legal framework.

### Course content

- 1 - Regulations governing privacy
- 2 - The application of the topic of Privacy within the company
- 3 - The definition of Advertising
- 4 - Legislation on Advertising: general norms
- 5 - Advertising means: Radio and Television advertising
- 6 - Advertising means: the Press
- 7 - Advertising means: the Cinema, external and below the line
- 8 - Misleading advertising
- 9 - Advertising and competition between companies
- 10 - Comparative advertising

## TESTI

- Il materiale didattico presentato a lezione è disponibile presso:

I file in Power Point con le slide delle lezioni saranno messi a disposizione degli studenti nella pagina del corso su Klips

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, Giuffrè, 2009

Paolo Caretti, Diritto dell'informazione e della comunicazione, Il Mulino, 2009

Fabio Bassan (a cura di), Diritto delle comunicazioni elettroniche, Giuffrè, 2010

## 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
Sabato	9:00 - 13:10	
<b>Lezioni:</b> dal 05/05/2012 al 26/05/2012		

[http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?\\_id=f25c](http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=f25c)

## DIRITTO REGIONALE

Anno accademico: 2011/2012

Codice: SAA0032

CdL: Laurea interfacoltà in Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04),

Laurea interfacoltà in Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 509/99)

Docente: **Dott. Cristina Bertolino (Titolare del corso)**

Recapito: 011.6702571 [[cristina.bertolino@unito.it](mailto:cristina.bertolino@unito.it)]

Tipologia: A scelta dello studente

Anno: 2° anno 3° anno

Crediti/Valenza: 3

SSD: IUS/09 - istituzioni di diritto pubblico

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Italiano

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Orale

### OBIETTIVI

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 Piemonte e delle principali fonti dell'ordinamento regionale.

### RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO

Conoscenza degli elementi essenziali dell'ordinamento regionale italiano.

### PROGRAMMA

Metodi didattici

L'insegnamento si articolerà con lezioni frontali in aula utilizzando il tradizionale metodo espositivo: illustrazione da parte della docente dei temi facenti parte del programma, analisi di testi normativi e partecipazione attiva degli studenti, in modo, per quanto possibile, dialogico e multilaterale.

Programma, articolazione e carico didattico

1. Presentazione corso. Evoluzione del sistema regionale italiano e processi di riforma costituzionale del 1999 e del 2001.
2. Art. 117 Cost. : i limiti e il riparto della potestà legislativa dello Stato e delle Regioni
3. Art. 118 Cost: l'allocatione delle funzioni amministrative e i principi di sussidiarietà, differenziazione e adeguatezza
4. La forma di governo delle Regioni ordinarie dopo la legge cost. n. 1/1999 e gli interventi della Corte costituzionale
5. Il Consiglio regionale del Piemonte (composizione, modalità di elezione, organi interni, funzioni).
6. Il Presidente della Giunta e la Giunta regionale del Piemonte (modalità di elezione/nomina, funzioni, composizione, rapporti tra organi regionali)
7. Fonti regionali: lo Statuto
8. Fonti regionali: la legge regionale
9. Esercitazione scritta sugli argomenti trattati a lezione

### TESTI

- Strumentazione utilizzata in aula e in laboratorio:  
Lavagna, testo della Costituzione e dello Statuto della Regione Piemonte.
- Il materiale didattico presentato è disponibile presso la Segreteria Studenti.
- Il testo adottato è:  
- slide fornite agli studenti; Costituzione italiana e Statuto della Regione Piemonte aggiornati.
- Bibliografia consigliata:  
- P. Caretti - G. Tarli Barbieri, Diritto Regionale, Giappichelli, Torino 2009, esclusi i capitoli VI e VII.  
- F. Pizzetti – A. Poggi, Commento allo statuto della Regione Piemonte, Giappichelli, Torino, 2006, in particolare i capitoli concernenti "forma di governo e processi normativi", "istituti di partecipazione", "istituti di garanzia e Consiglio delle autonomie locali", "rapporti con le altre istituzioni e altri livelli di governo".
- Link ad altre eventuali informazioni e siti internet di interesse:  
<http://www.regione.piemonte.it/>  
[www.consiglioregionale.piemonte.it](http://www.consiglioregionale.piemonte.it)  
[www.cortecostituzionale.it](http://www.cortecostituzionale.it)  
[www.federalismi.it](http://www.federalismi.it)  
<http://www.issirfa.cn r.it/>

## NOTA

Modalità di verifica/esame

L'esame si svolgerà in forma orale.

È prevista per gli studenti frequentanti una esercitazione scritta per verificare le conoscenze acquisite durante il corso.

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
<b>Lezioni:</b> dal 19/09/2011 al 22/09/2011		

[http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?\\_id=8dc9](http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=8dc9)

## ECONOMIA (Corso Integrato di)

Anno accademico: 2011/2012

Codice: SAA0006

CdL: Laurea interfacoltà in Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)

Docente: **Dott. Pier Paolo Patrucco (Titolare del corso), Dott. Giuseppe Calabrese (Titolare del corso)**

Recapito: [[pierpaolo.patrucco@unito.it](mailto:pierpaolo.patrucco@unito.it)]

Tipologia: Caratterizzante - Economico

Anno: 2° anno

Crediti/Valenza: 10

SSD: SECS-P/01 - economia politica, SECS-P/06 - economia applicata

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Italiano

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Scritto ed orale

Moduli didattici:

[Economia dell'innovazione](#)

[Economia Manageriale](#)

## 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

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

## NOTA

Modalità di verifica/esame

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.

- Modulo: Economia manageriale

Esame scritto o orale nel caso siano presenti pochi studenti. L'esame scritto è suddiviso in due parti: esercizi e domande di teoria. Alla parte di esercizi sono attribuiti i 2/3 del punteggio di valutazione.

- Modulo: Economia dell'innovazione

L'esame è sia scritto sia, facoltativamente e ad integrazione dell'esame scritto, orale.

L'esame scritto consiste in alcune tracce da sviluppare sui temi proposti a lezione. L'esame orale verterà su tutti i temi oggetto del corso e in programma.

La valutazione, espressa in 30esimi terrà conto sia dell'apprendimento della materia, delle attività individuali (casi, esercitazioni in autonomia) sia dell'interazione.

Sono previste verifiche dell'apprendimento in itinere.

## ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
<b>Lezioni:</b> dal 20/09/2011 al 08/06/2012		

[http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?\\_id=37a3](http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=37a3)

## Economia dell'innovazione

Anno accademico: 2010/2011

Codice: SAA0006B

Docente: **Dott. Pier Paolo Patrucco (Titolare del corso), Dott. Claudio Fassio (Tutor)**

Recapito: [[pierpaolo.patrucco@unito.it](mailto:pierpaolo.patrucco@unito.it)]

Crediti/Valenza: 5

SSD: SECS-P/01 - economia politica

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Italiano

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Orale

Corso integrato:

[ECONOMIA \(Corso Integrato di\)](#)

## OBIETTIVI

### 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

The student will gain a basic knowledge of the elements and activities that characterise the processes of technological, organizational, market and product changes within companies. Moreover, during the course there will be several professionals and diverse typologies of organizations that are part of the innovative activities of the firm. Finally, case studies will be examined to enable the students to acquire knowledge regarding the innovative strategies of the most important Italian and international companies.

## RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO

### 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

**PROGRAMMA**

*ITALIANO*

METODI DIDATTICI

Didattica frontale, seminari, casi di studio.

PROGRAMMA, ARTICOLAZIONE E CARICO DIDATTICO

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*

DIDACTIC METHODOLOGY

Contact hours, seminars, case studies.

COURSE CONTENTS

- 1 - Introduction to the course: Knowledge, invention and innovation
- 2 - The innovation paradox: unpredictability and strategic management
- 3 - Sources of innovation
- 4 - Forms and models of innovation
- 5 - Conflicts of standards and dominating design
- 6 - The choice of when to enter the market
- 7 - The definition of strategic orientation towards innovation.
- 8 - Innovation as a systematic activity
- 9 - Collaboration strategies
- 10 - Protection mechanisms of innovation
- 11 - Innovation Process Organization
- 12 - Modularity, networks and complex systems

**TESTI**

*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, 2005

*ENGLISH*

The didactic material used during lessons is available at:

Didactic secretarial office

Text used:

MELISSA A. SCHILLING, "Gestione dell'innovazione", ed. McGraw Hill, Milano, 2005

#### ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Giovedì	9:15 - 12:15	Aula 2 SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
<b>Lezioni:</b> dal 27/02/2012 al 09/06/2012		
<b>Nota:</b> CORSO INTEGRATO DI ECONOMIA		

#### Economia Manageriale

Anno accademico: 2010/2011

Codice: SAA0006A

Docente: **Dott. Giuseppe Calabrese (Titolare del corso), Dott. Elena Santanera (Tutor)**

Recapito: [g.calabrese@ceris.cnr.it]

Crediti/Valenza: 5

SSD: SECS-P/06 - economia applicata

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Italiano

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Orale

Corso integrato:

[ECONOMIA \(Corso Integrato di\)](#)

#### OBIETTIVI

*ITALIANO*

Comprendere l'analisi dei costi e dei ricavi in ottica manageriale. Valutare le principali decisioni operative in ambito produttivo e di analisi della produttività.

*ENGLISH*

Understanding the analysis of costs and proceeds from a managerial point of view.

Evaluating the main operating decisions from the point of view of production and productivity analysis.

#### RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO

*ITALIANO*

Valutare le principali decisioni operative in ambito aziendale.

*ENGLISH*

Assessment of the main operative decisions within the company framework.

#### PROGRAMMA

*ITALIANO*

Metodi Didattici

Lezioni frontali in aula per la spiegazione dei contenuti teorici dell'economia manageriale che saranno intercalate da progressive esercitazioni individuali in aula con immediata risoluzione al fine di valutare il livello di apprendimento.

Durante il corso saranno analizzati in ottica manageriale case study di imprese manifatturiere italiane quotate in Borsa.

Programma, articolazione e carico didattico

Modulo: ECONOMIA MANAGERIALE

1 - Introduzione al corso

2 - La funzione di produzione

3 - La funzione di produzione nei processi lineari

- 4 - Analisi dei costi nella funzione di produzione
- 5 - Analisi dei costi nei processi lineari
- 6 - Classificazione dei costi
- 7 - Punto di pareggio imprese monoprodotto
- 8 - Punto di pareggio imprese multiprodotto
- 9 - Analisi della sensitività
- 10 - Analisi del mix produttivo e sospensione produzione
- 11 - Analisi delle politiche di prezzo
- 12 - Analisi make or buy
- 13 - Analisi della produttività

#### *ENGLISH*

##### Didactical Methods

Contact hours to explain the theoretical contents of managerial economics with individual exercises to be solved during the lesson in order to assess how well the concepts have been learnt. Case studies of Italian listed manufacturing companies will be analyzed from a managerial viewpoint throughout the course.

##### Program

- 1 - Introduction to course
- 2 - The function of production
- 3 - The function of production in linear processes
- 4 - Cost analysis
- 5 - Classification of costs
- 6 - Break-even of mono-product firms
- 7 - Break-even of multi-product firms
- 8 - Sensitivity analysis
- 9 - Analysis of the productive mix and product suspension
- 10 - Analysis of pricing policy
- 11 - Make or buy analysis
- 12 - Analysis of productivity

#### **TESTI**

##### *ITALIANO*

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

Il testo adottato è:

Fraquelli G., Elementi di economia manageriale, UTET  
 Fraquelli G. Ragazzi E., Economia manageriale - Problemi e casi pratici, UTET (fotocopie)  
 Calabrese G., Valutazione delle politiche di prezzo nelle decisioni operative e di breve periodo, Dispensa.

##### *ENGLISH*

The didactic material used during lessons is available at:

Didactic secretarial office

Text used:

Elementi di economia manageriale, G. Fraquelli, UTET  
 Economia manageriale - Problemi e casi pratici, G. Fraquelli, E. Ragazzi, UTET

#### **ORARIO LEZIONI**

<b>Giorni</b>	<b>Ore</b>	<b>Aula</b>
Martedì	9:15 - 12:15	

## **ECONOMIA AZIENDALE**

Anno accademico: 2011/2012

Codice: AA001

CdL: Laurea interfacoltà in Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)

Docente: **Prof. Giovanni Ossola (Titolare del corso), Dott. Guido Giovando (Titolare del corso), Dott. Vania Tradori (Titolare del corso), Dott. Laura Broccardo (Tutor)**

Recapito: [ossola@econ.unito.it]

Tipologia: Di base - Aziendale

Anno: 1° anno

Crediti/Valenza: 8

SSD: SECS-P/07 - economia aziendale

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Italiano

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Scritto

### **OBIETTIVI**

#### *ITALIANO*

Il corso si pone l'obiettivo di fornire agli studenti gli strumenti di base per comprendere le funzioni aziendali e, con particolare riferimento all'attività di amministrazione e controllo, effettuare le rilevazioni contabili in partita doppia ed allestire i prospetti di bilancio (Conto economico e Stato patrimoniale).

#### *ENGLISH*

The course aims at providing students with the basic instruments in order to understand business functions, with special reference to the activities of management and control, for the use of the double entry accounting system and the drawing up of a balance sheet (Profit and loss account and Financial statement).

### **RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO**

#### *ITALIANO*

Conoscenza del sistema azienda.

Utilizzo della partita doppia.

Conoscenza del bilancio d'esercizio e sua redazione.

#### *ENGLISH*

Knowledge of the enterprise system

Use of double entry

Knowledge of balance sheets

### **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*

Il corso ha l'obiettivo di fornire allo studente gli strumenti base per capire cos'è e come funziona un'azienda. Nella prima parte (Economia d'Azienda) del corso viene esaminato il sistema azienda e l'ambiente esterno nel quale esso è inserito e con il quale è interrelato, le sue componenti e le aree funzionali che lo compongono.

Nella seconda parte (Ragioneria Metodologica) del corso viene illustrato agli studenti il metodo della partita doppia, necessario per la rilevazione contabile degli accadimenti aziendali al fine di pervenire alla redazione del bilancio d'esercizio.

Il corso quindi comprende due parti fondamentali:

1) Amministrazione dell'impresa

2) Ragioneria Metodologica

Amministrazione dell'impresa

La prima parte tratta dell'economia delle aziende private e le loro relazioni con i mercati e con l'ambiente esterno.

I principali argomenti esaminati sono i seguenti:

a) il sistema dell'impresa:

b) le "aree funzionali" dell'impresa;

- c) la "forma giuridica" ed il "governo economico" dell'impresa;
- d) le relazioni economiche tra le aziende;
- e) le "attuali sfide" per le imprese.

#### Ragioneria Metodologica

La seconda parte tratta la determinazione del reddito d'esercizio e gli strumenti contabili per rilevare il reddito medesimo.

I principali argomenti esaminati sono:

- 1) il reddito d'esercizio come oggetto di calcolo economico-aziendale: presentazione del problema;
- 2) gli scopi della rilevazione contabile;
- 3) il metodo della partita doppia;
- 4) la rilevazione in partita doppia dei fatti di gestione;
- 5) la chiusura dei conti;
- 6) La riapertura dei conti;
- 7) la valutazione del capitale di funzionamento;
- 8) attendibilità, espressività e struttura del bilancio d'esercizio.

#### ENGLISH

The course aims at providing students with the basic instruments for the understanding of what a company is and how it works.

The first part of the course (Business Administration) analyses the company as a system and the external and interrelated environment it is in, its components and functional areas.

The second part of the course (Methodological Accounting) explains the double entry accounting system, which is necessary for keeping business accounts in order to compile the balance sheet.

Therefore the course is made up of two main parts:

- 1) Business administration
- 2) Methodological accounting

#### Business administration

The first part deals with the economy of private companies and their relations with the market and with the external environment.

The main topics analyzed are the following:

- a) the enterprise as a system ;
- b) the "functional areas" of the enterprise ;
- c) the "legal form" and the "economic government" of the enterprise;
- d) the economic relationships between enterprises;
- e) the "current challenges" for the enterprises.

#### Methodological accounting

The second part deals with the income calculations and the accounting instruments needed for this purpose.

The main topics analyzed are:

- 1) the income of the accounting period seen as the object of business economic calculations: presentation of the problem;
- 2) the objectives of the accounting system;
- 3) the double entry accounting system;
- 4) the double entry accounting system with reference to the activity of management;
- 5) balances closing;
- 6) balances opening;
- 7) balances closing;
- 8) balances opening;

#### TESTI

##### ITALIANO

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

Il testo adottato è:

Parte prima:

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

Parte seconda:

M. CAMPRA, V. CANTINO, "Contabilità e bilancio d'esercizio - Casi ed esercizi", ed. Giappichelli, Ultima Edizione

Bibliografia consigliata

Parte seconda:

G. FERRERO, F. DEZZANI, P. PISONI, L. PUDDU, "Contabilità e bilancio di esercizio", Giuffrè, Milano, Ultima Edizione

## ENGLISH

The didactic material used during lessons is available at:

Didactic secretarial office

Text used:

First part:

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

Second part:

M. CAMPRA, V. CANTINO, "Contabilità e bilancio d'esercizio - Casi ed esercizi", ed .Giappichelli Ultima Edizione

Recommended bibliography

First part:

G.FERRERO F.DEZZANI P. PISONI L. PUDDU, "Contabilità e bilancio di esercizio", Giuffrè, Milano, Ultima Edizione

## 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	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 19/09/2011 al 22/12/2011

[http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?\\_id=a991](http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=a991)

## ETICA AZIENDALE

Anno accademico: 2011/2012

Codice: SAA0046

CdL: Laurea interfacoltà in Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)

Docente: **Prof. Massimo Pollifroni (Titolare del corso)**

Recapito: [[pollifroni@econ.unito.it](mailto:pollifroni@econ.unito.it)]

Tipologia: A scelta dello studente

Anno: 2° anno 3° anno

Crediti/Valenza: 3

SSD: SECS-P/07 - economia aziendale

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Italiano

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Orale

## 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.

## RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO

Pre-requisiti (in ingresso)

Conoscenza dei fondamenti dell'economia aziendale nei suoi diversi aspetti dell'organizzazione, della gestione e delle misurazioni quantitative. Lo studente deve avere acquisito conoscenze sia di carattere istituzionale, sia di valutazione e di misurazione delle performance aziendali.

Competenze minime (in uscita)

Il corso si propone di sviluppare una conoscenza teorico-pratica del candidato sul tema dell'etica aziendale, attraverso la comprensione e l'impiego di appositi strumenti analizzati durante le lezioni.

## **PROGRAMMA**

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 per l'approfondimento e l'aggiornamento su specifiche tematiche seguendo modalità concordate durante il corso.

Programma, articolazione e carico didattico

1 - Presentazione del corso. 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.

- Materiale didattico: Dispense e slides redatte a cura del docente - 3 ore lezione

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.

- Materiale didattico: Dispense e slides redatte a cura del docente - 3 ore lezione

3 - I modelli di rendicontazione ambientale e sociale: possibili profili di interdipendenza tra i tradizionali risultati di bilancio e le performance ambientali e sociali.

- Materiale didattico: Dispense e slides redatte a cura del docente - 3 ore lezione

4 - Il ruolo dell'etica aziendale nelle attuali crisi finanziarie internazionali.

- Materiale didattico: Dispense e slides redatte a cura del docente - 3 ore lezione

5 - I Global Legal standards e gli attuali processi di globalizzazione: analisi delle principali criticità emergenti dal modello.

- Materiale didattico: Dispense e slides redatte a cura del docente - 3 ore lezione

6 - Profili di potenziale interdipendenza tra innovazione ed etica aziendale: un'aproposta empirica di analisi.

- Materiale didattico: Dispense e slides redatte a cura del docente - 3 ore lezione

7 - Esposizione finale dei lavori di gruppo. Chiusura del corso.

- Materiale didattico: Dispense e slides redatte a cura del docente - 3 ore lezione

## **TESTI**

Il materiale didattico presentato a lezione è disponibile presso:

- Segreteria Didattica
- casella di posta elettronica dello studente

Il testo adottato è:

- Pollifroni M., Green Public Accounting. Profili di rendicontazione ambientale per un'azienda pubblica responsabile e sostenibile, Giappichelli, Torino, 2009

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.

## NOTA

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.

## ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Sabato	9:00 - 13:10	
<b>Lezioni:</b> dal 31/03/2012 al 28/04/2012		

[http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?\\_id=7bf6](http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=7bf6)

## EUROPEAN UNION LAW ON TOURISM AND SPORTS

Anno accademico: 2011/2012

Codice: SAA0023

CdL: Laurea interfacoltà in Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04),

Laurea interfacoltà in Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 509/99)

Docente: **Dott. Cristina Barettoni (Titolare del corso)**

Recapito: [[barettoni@econ.unito.it](mailto:barettoni@econ.unito.it)]

Tipologia: A scelta dello studente

Anno: 2° anno 3° anno

Crediti/Valenza: 5

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Inglese

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Scritto ed orale

## OBIETTIVI

Questo corso mira ad esplorare l'insieme di regole che disciplinano le attività per il tempo libero nell'Unione Europea. Si prenderanno in esame le politiche dell'Unione Europea, ancora in corso di formazione, in materia di turismo e di sport, analizzando le previsioni del Trattato UE e le sentenze emanate al riguardo dalla Corte di Giustizia. Si andrà a verificare quali politiche dell'Unione Europea esercitino un impatto sul turismo e sullo sport, quali innovazioni abbia introdotto il recente Trattato di Lisbona, quali siano i rapporti tra le regole delle Federazioni sportive e le regole nazionali e comunitarie, e quali siano le conseguenze di eventi avversi (la vacanza organizzata diversa da quella promessa, l'incidente in una competizione sportiva...). Il corso non richiede conoscenze preliminari di Diritto comunitario o Diritto internazionale, ma solo vivace curiosità e passione per la valorizzazione del tempo libero.

## RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO

Conoscenza delle principali regole dell'Unione Europea in materia di turismo e di sport.

## PROGRAMMA

*ITALIANO*

Metodi didattici

Lezioni frontali. Discussione di casi. Lavoro di gruppo. Presentazione finale di un progetto elaborato in gruppo.

Programma

1 - Il turismo e lo sport nel Trattato UE

2 - Origini e sviluppo di una politica europea del turismo

3 - Il turismo e l'ambiente: la Convenzione delle Alpi

4 - I contratti standard nel settore turistico

- 5 - La Direttiva UE "Viaggi organizzati"
- 6 - Il periodo di ripensamento nei contratti turistici
- 7 - Il turismo nel diritto della concorrenza e della libera circolazione
- 8 - Testimonianza Alpitourworld
- 9 - Diritto sportivo delle Federazioni e diritto dello sport nell'Unione Europea
- 10 - Le regole comunitarie sul gioco del calcio
- 11 - Responsabilità sportiva
- 12 - L'organizzazione di eventi sportivi

#### **TESTI**

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

Testi forniti dal docente

- Bibliografia consigliata

Lasok, K.P.E. (2001): Law & Institutions of the European Union, 7<sup>a</sup> ed.

#### **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>).

Prova intermedia: domanda aperta.

Esame finale: presentazione di un progetto elaborato in gruppo.

[http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?\\_id=18ff](http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=18ff)

---

### **GESTIONE DEI PROCESSI ORGANIZZATIVI (Corso Integrato di)**

Anno accademico: 2011/2012

Codice: SAA0007

CdL: Laurea interfacoltà in Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)

Docente: **Dott. Pierantonio Bertero (Titolare del corso), Prof. Massimo Pollifroni (Titolare del corso)**

Recapito: [[bertero@econ.unito.it](mailto:bertero@econ.unito.it)]

Tipologia: Caratterizzante - Aziendale

Anno: 2° anno

Crediti/Valenza: 8

SSD: SECS-P/07 - economia aziendale, SECS-P/10 - organizzazione aziendale

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Italiano

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Scritto ed orale

Moduli didattici:

[Gestione dei processi e dei progetti aziendali](#)

[Organizzazione Aziendale](#)

#### **OBIETTIVI**

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

#### **RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO**

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

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.

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	9:15 - 12:15	
Venerdì	9:15 - 12:15	
<b>Lezioni:</b> dal 19/09/2011 al 22/12/2011		

[http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?\\_id=da10](http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=da10)

---

## Gestione dei processi e dei progetti aziendali

Anno accademico: 2010/2011

Codice: SAA0007B

Docente: **Dott. Pierantonio Bertero (Titolare del corso), Dott. Elisa Truant (Tutor)**

Recapito: [[bertero@econ.unito.it](mailto:bertero@econ.unito.it)]

Crediti/Valenza: 4

SSD: SECS-P/07 - economia aziendale

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Italiano

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Scritto

Corso integrato:

[GESTIONE DEI PROCESSI ORGANIZZATIVI \(Corso Integrato di\)](#)

## OBIETTIVI

### 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 training students for an effective and efficient management of business processes and projects, providing a clear explanation of the most appropriate instruments and the techniques most widely used by enterprises with special reference to profit oriented manufacturing enterprises.

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.

## RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO

### 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.

## 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

9 - 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

11 – La gestione dei progetti

### ENGLISH

Didactical method

The course is divided into two different parts.

The first part of the course, which lasts about 30 hours, will deal with the explanation of the main concepts of business processes management.

The program of this first part can be summarized as follows:

1. the business functional approach: advantages and limits of a mere functional management and organization
2. the business processes approach:
  - typology of processes, classifications and modality of representation
  - the processes management for the creation of value: BPI and BPR
  - the processes approach from the organizational point of view
  - the management of processes, informative systems of processes and the process management of employees
  - limits of the processes approach

The second part of the course, which lasts about 5 hours, will deal with the explanation of the main concepts

of business projects management .

The program of this second part can be summarized as follows:

1. the definition of the concepts of project and program and related classifications
2. project management: operating, organizational and economic-financial aspects
3. involved organizational roles

Experts from the business world will be invited to talk about their experiences during the two parts of the course.

Course content

- 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

## TESTI

### 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 secreterial office.

Text used:

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

## NOTA

### ITALIANO

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).

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

Students will be assessed on the basis of their theoretical knowledge and understanding of the techniques studied.

## ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Lunedì	9:15 - 12:15	Aula 2 SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
Venerdì	9:15 - 12:15	Aula 2 SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale

**Lezioni:** dal 04/11/2011 al 22/12/2011

## Organizzazione Aziendale

Anno accademico: 2010/2011

Codice: SAA0007A

Docente: **Prof. Massimo Pollifroni (Titolare del corso), Dott. Emmanuele Vietti (Tutor)**

Recapito: [pollifroni@econ.unito.it]

Crediti/Valenza: 4

SSD: SECS-P/10 - organizzazione aziendale

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Italiano

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Orale

Corso integrato:

[GESTIONE DEI PROCESSI ORGANIZZATIVI \(Corso Integrato di\)](#)

## **OBIETTIVI**

### *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 contingency

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

### 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

### ENGLISH

The didactic material is available at the secreterial office.

Text used:

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

## 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 2 SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
Venerdì	9:15 - 12:15	Aula 2 SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
<b>Lezioni:</b> dal 19/09/2011 al 28/10/2011		

## INFORMATICA GENERALE

Anno accademico: 2011/2012

Codice: SAA0043

CdL: Laurea interfacoltà in Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)

Docente: **Prof. Marco Botta (Titolare del corso), Dott. Diego Magro (Titolare del corso), Lorenzo Ferrero (Titolare del corso), Dott. Marco Remondino (Tutor)**

Recapito: [botta@di.unito.it]

Tipologia: Attività formative affini o integrative

Anno: 1° anno

Crediti/Valenza: 8

SSD: INF/01 - informatica

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Italiano

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Prova pratica - Laboratorio

## **OBIETTIVI**

### *ITALIANO*

Il corso si pone l'obiettivo di fornire agli studenti le basi dell'informatica partendo dalle definizioni fondamentali dell'architettura e dell'organizzazione dei calcolatori 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 (acquisizione di 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 the basic knowledge of computer science from the fundamental definitions of the architecture and organization of computers 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**

### *ITALIANO*

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

Il Corso ha la precedenza sui corsi di:

- Sistemi Informativi e Laboratorio

- Corso di Reti e Sicurezza e Tecnologie per la comunicazione sul Web.

E' necessario aver sostenuto e superato l'esame di Informatica Generale prima di sostenere gli insegnamenti sopra riportati.

### *ENGLISH*

Capacity to problem-solve by means of information technology tools

Knowledge of the Office Automation tools

## **ATTIVITÀ DI SUPPORTO**

Durante il corso, di durata annuale, verranno svolte attività di tutorato 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.

## **PROGRAMMA**

### *ITALIANO*

Programma parte teorica - Proff.ri Marco Botta e Diego Magro

1- Presentazione del corso, introduzione all'informatica, codifica dell'informazione rif. Materiale didattico: Dispense

2- Codifica dell'informazione rif. Materiale didattico: Dispense

3- Architettura hardware dei calcolatori rif. Materiale didattico: Dispense

4- Introduzione al software e ai sistemi operativi. rif. Materiale didattico: Dispense

5- Sistemi operativi e introduzione alle reti di calcolatori. rif. Materiale didattico: Dispense

6- Reti di calcolatori: livelli fisico, di collegamento e di rete . rif. Materiale didattico: Dispense

7- Reti di calcolatori: livelli di trasporto e applicativo. rif. Materiale didattico: Dispense

Programma laboratorio - Prof. Lorenzo Ferrero

8- EXCEL Laboratorio: Introduzione al corso. Presentazione aula e regole base di accesso alla rete. 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. Consegna materiale didattico - Dispense: I modelli e i fogli di calcolo, Manuale di Ms. Excel 2007, Eserciziario di Ms. Excel 2007 (con alcune vecchie prove di esame). Detto materiale verrà utilizzato durante l'arco delle sei lezioni di Excel.

9- EXCEL Primo esercizio in autonomia. Costruzione di formule con riferimenti. Gestione dei formati diversi da quello numerico. Interazione con aula per correzione esercizio. Esercizio 1 in aula. Esercizi H1-H2-H3-H4 per lavori in autonomia.

10- EXCEL Secondo esercizio in autonomia. Funzione SE. Logica dell'analisi di sensitività in un modello. La funzione SE nidificata e le sue varianti. Esercizio 2 in aula. Esercizi 3 e 4 per lavoro individuale.

11- EXCEL Terzo esercizio in aula. I grafici. Rappresentazione dei dati tramite grafici. Concetti base. Creazione guidata dei grafici mono e bi dimensionali. Esercizio 5 per lezione successiva.

12- 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. Esercizio 15 e 18 per lezione successiva.

13- 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. Esercizi 6 - 7 - 8 - 9 - 10 - 11 - 12 - 13 - 14 e 17. Tra gli esercizi da svolgere vi sono anche quelli relativi al primo caso aziendale.

14- EXCEL Correzione esercizi e ripresa dei concetti base per un ripasso finale.

15- 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

16- WORD Inserimento oggetti (clipart, grafici e tabelle). Stili: creazione. Stampa unione. Consegna materiale didattico: Inserimento oggetti e creazione di stili in Ms. Word 2007.

17- 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

18- 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. Consegna materiale didattico: La difficile arte della presentazione - Linee guida su Ms. Powerpoint 2007.

19- 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. Lavoro di gruppo con valutazione (max. 2 punti).

20- 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. Consegna materiale didattico: "Lorenzo Ferrero - Appunti Ms Access 2007". Inizio esercizio DB Video che proseguirà fino a termine del modulo di Access.

21- ACCESS Continuazione Db Video. Utilizzo delle maschere per inserimento informazioni. Personalizzazione maschere. Pannelli comando. Consegna materiale didattico: "Il Caso EIPA/IPF" e note per i lavori di gruppo.

22- 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.

23- ACCESS I principi di normalizzazione. Le relazioni. Prima, seconda e terza forma normale. Modifiche al nostro Db in funzione di quanto appreso nella lezione

24- 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

25- ACCESS Query con parametri e generazione di maschere. Utilizzo di campi calcolati nelle maschere. Calcoli nelle query. Query di comando (Creazione tabella, Aggiornamento, Accodamento, Eliminazione)

26- ACCESS Chiusura del Corso. Ripasso concetti fondamentali e/o completamento del programma in caso di recuperi del programma.

27- ACCESS Presentazione del caso aziendale EIPA/IPF (un lavoro che prevede la costruzione di un DB su ACCESS, la redazione di un manuale utente in Word e di una presentazione del lavoro su Power Point.). Lavoro di gruppo con valutazione (max. 2 punti).

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- Presentation of the course, introduction to IT, coding of information

2- Coding of information

3- Hardware architecture of computers

4- -Hardware architecture of computers and introduction to software

5- Operative system

6- Operative system and introduction to computer networks

7- Computer networks

8- 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

9- 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

10- EXCEL Second autonomous exercise, SE function. Logic of the sensitive analysis of a model. The SE function and its variants.

11- EXCEL Third exercise in the classroom. Graphs. Representation of data using graphs. Basic concepts. Guided creation of mono and bi dimensional graphs .

12- 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.

13- 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.

14- EXCEL Correction of exercises and revision of basic concepts. Discussion of case studies.

15- 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

16- WORD Insertion of objects (clipart, graphs and charts). Styles: creation. Printing (from Excel db Excel of 19/12)

17- 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.

18- POWER POINT Advanced organization of slides: pattern of the slide, printing and speaker's notes. Layout of the presentation on the screen

19- 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.

20- 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

21- ACCESS Continuation Db Video. Use of masks to insert information. Personalization of masks. Command panels.

22- 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.

23- ACCESS The principles of normalization. Reports. First, second and third normal form. Changes to our Db following what has been studied during the lessons

24- 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

25- 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)  
26- ACCESS End of course. Revision of the fundamental concepts and/or completion of program.

## **TESTI**

### *ITALIANO*

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

- Informatica generale - parte teorica
- Informatica generale - parte di laboratorio - I modelli e i fogli di calcolo
- Informatica generale - parte di laboratorio - Manuale di Ms. Excel 2007
- Informatica generale - parte di laboratorio - 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
- Informatica generale - parte di laboratorio - Caso IPF - progettazione, sviluppo e gestione di un database aziendale. Caso di studio nell'ambito del corso di Ms. Access 2007
- Informatica generale - parte di laboratorio - Esercizi di Ms. Excel 2007 corretti

L. Console – M. Ribaudò – U. Avalle, F. Carmagnola, F. Cena, Introduzione all'Informatica (nuova edizione),

Bibliografia consigliata

- L. Console – M. Ribaudò – U. Avalle, F. Carmagnola, F. Cena, Introduzione all'Informatica (nuova edizione), Torino, UTET 2010

- D.P. Curtin, K. Foley, K. Sen, C. Morin "Informatica di base" ed. McGraw-Hill 1999

### *ENGLISH*

The didactic material used during lessons is available at:

Text regarding theory: available at the didactic secretarial office.

Text regarding laboratory: at the office of Lorenzo Ferrero.

Text used:

CONSOLE - RIBAUDO – AVALLE Introduzione all'Informatica - UTET 2004

Recommended bibliography

D.P. Curtin, K. Foley, K. Sean, C. Morin "Informatica di base" ed. McGraw-Hill 1999

## **NOTA**

### *ITALIANO*

L'esame di Informatica Generale si articola in due parti:

Parte di Teoria: tutto il programma delle prime sette lezioni.

L'esame di Teoria consta di 30 domande (di cui tre aperte e le rimanenti 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. Le domande aperte valgono fino a un massimo di DUE punti, meno UNO se errate. 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 nella lezione 19 e nella lezione 27 varranno un massimo complessivo di 2/30 (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 (esempio: appello di giugno 2011. Parte di teoria superata, parte di laboratorio non superata. Entro giugno 2012 lo studente può ridare solo la parte di laboratorio. Da luglio 2012 dovrà sostenere l'intero esame).

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 SIA (<http://www.sia.unito.it>).

### *ENGLISH*

The examination is composed of two parts:

Theory: all the syllabus contained in the first seven lessons.

The exam consists of 30 questions (three open and the others are multiple choice). Each correct answer will be awarded One point. For each incorrect answer a point will be deducted. Unanswered questions will receive no points. The open answers are worth a maximum of TWO points, and minus ONE if they are wrong. The exam lasts 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 with in lessons 19 and 27 will be worth a maximum of 3/30 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 (example: exam in June 2010. Theory exam is sufficient, the laboratory exam is not. Students can re-take the laboratory exam within June 2011. From July 2011 they will have to re-take the entire exam.

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).

#### **ORARIO LEZIONI**

<b>Giorni</b>	<b>Ore</b>	<b>Aula</b>
Martedì	9:00 - 12:00	Aula Magna SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
<b>Lezioni:</b> dal 19/09/2011 al 09/06/2012		

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

### **INTERNATIONAL RETAIL AND DISTRIBUTION**

Anno accademico: 2011/2012

Codice: SAA0021

CdL: Laurea interfacoltà in Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04),

Laurea interfacoltà in Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 509/99)

Docente: **Dott. Augusto Zumbo (Titolare del corso)**

Recapito: [azumbo@inwind.it]

Tipologia: Di base - Aziendale

Anno: 2° anno 3° anno

Crediti/Valenza: 5

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Inglese

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Scritto

#### **OBIETTIVI**

##### *ITALIANO*

Il corso si propone di fornire agli studenti le basi per analizzare e conoscere le logiche della distribuzione commerciale in ambito internazionale, con maggiore enfasi sulla struttura distributiva nell'industria IT e delle telecomunicazioni.

Lo studente acquisirà quindi le competenze di base per poter valutare la struttura dei costi e la catena del valore necessaria per la commercializzazione di un nuovo prodotto nel settore telecomunicazioni sia da un punto di vista qualitativo (scelta dei canali di distribuzione) che quantitativo (valutazione degli impatti e costi commerciali associati).

##### *INGLESE*

Class activity will help drive students with basic tools in order to analyze and understand commercial distribution in international environment, with deep drill into Italian IT and TELCO industry.

Student will get base knowledge in order to evaluate costs and value added chains contribution required to sell IN, sell TH and sell OUT a brand new product in TELCO from both qualitative (choice of preferential channels) and quantitative (impact and commercial cost associated evaluation).

#### **RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO**

Capacità di generazione del business plan associato.

Definition of a related business plan

#### **PROGRAMMA**

##### *ITALIANO*

Metodi didattici

Il corso comprenderà sia lezioni frontali sia fasi di discussioni aperte (case studies). Gli studenti saranno incoraggiati ad avere una partecipazione attiva durante la lezione affinché le loro opinioni ed esperienze - in relazione agli argomenti trattati - siano discusse. I temi del corso saranno illustrati con esempi ed applicazioni del mondo reale. Inoltre un progetto individuale sarà utile per l'approfondimento delle tematiche trattate. Compito del docente sarà incoraggiare il gruppo ad esplorare vie per migliorare la conoscenza pratica nel gruppo.

#### Programma

- 1 - Introduzione alla psicologia nel lavoro. Visione della psicologia organizzativa e industriale; psicologia di personale
- 2 - Percezione e attitudini; percezione di rischio: percezione sociale
- 3 - Motivazione e disegno del lavoro
- 4 - Concetti principali in psicologia nel lavoro Creatività
- 5 - Concetti principali in psicologia nel lavoro Prendere decisioni
- 6 - Influenza sociale: visione dell'influenza sociale nel lavoro
- 7 - Squadre e lavoro di squadra: direzione
- 8 - Organizzazione e cambi organizzativi; apprendimento organizzativo.
- 9 - Attitudini e comportamenti organizzativi
- 10 - Formazione e sviluppo

#### *INGLESE*

##### DIDACTIC METHODOLOGY

Teaching can be divided in three major areas :

- class activity needed to establish basic tools
- group activity to develop the distribution project
- groups presentation and discussion

##### COURSE CONTENTS

#### **TESTI**

Il testo adottato è:

Paul M. Muchinsky, Psychology Applied to Work, Hypergraphic Press, Kansas City, 2008

#### **NOTA**

##### *ITALIANO*

L'esame finale consta di un numero di domande aperte specifiche sugli argomenti discussi in classe. Per ciascun argomento lo studente dovrà scegliere e rispondere ad almeno una domanda per ciascun argomento trattato, tramite la stesura di un breve saggio. Tutte le domande dell'esame scritto avranno pari valenza e la corretta compilazione e valutazione consentirà allo studente di raggiungere il massimo del voto disponibile.

Le domande a cui rispondere saranno complessivamente quattro e ciascuna risposta corretta comporterà il 25 % della valutazione finale.

La valutazione complessiva terrà inoltre conto della partecipazione attiva allo svolgimento delle lezioni e la valutazione individuale e di gruppo sui casi analizzati e le presentazioni effettuate in classe.

L'esame scritto finale contribuirà al massimo con il 40 % della valutazione complessiva, la partecipazione attiva in classe con il 20 %, mentre la valutazione delle presentazioni dei lavori di gruppo con il restante 40%.

##### *INGLESE*

Evaluation has to be perceived as an integral part of your education. Your grades, in 30/30 will be weighted



incoraggiati ad avere una partecipazione attiva durante la lezione affinché le loro opinioni ed esperienze - in relazione agli argomenti trattati - siano discusse. I temi del corso saranno illustrati con esempi ed applicazioni del mondo reale. Inoltre un progetto individuale sarà utile per l'approfondimento delle tematiche trattate. Compito del docente sarà incoraggiare il gruppo ad esplorare vie per migliorare la conoscenza pratica nel gruppo.

#### Programma

- 1 - Introduzione alla psicologia nel lavoro. Visione della psicologia organizzativa e industriale; psicologia di personale
- 2 - Percezione e attitudini; percezione di rischio: percezione sociale
- 3 - Motivazione e disegno del lavoro
- 4 - Concetti principali in psicologia nel lavoro Creatività
- 5 - Concetti principali in psicologia nel lavoro Prendere decisioni
- 6 - Influenza sociale: visione dell'influenza sociale nel lavoro
- 7 - Organizzazione e cambi organizzativi; apprendimento organizzativo.
- 8 - Squadre e lavoro di squadra: direzione
- 9 - Attitudini e comportamenti organizzativi
- 10 - Formazione e sviluppo
- 11 - Visione della psicologia applicata alla economia e agli affari

#### *INGLESE*

#### DIDACTIC METHODOLOGY

The course will be delivered via lectures and open class discussions. Students will be encouraged to have an active participation during the class where their opinions and experiences in relation to class topics are discussed. Course topics will be illustrated by real world examples and applications. In addition an individual class project will serve each student to further deepen the knowledge of their own respective fields by encouraging them to explore ways of integrating practical course knowledge into their current work and study activities.

#### COURSE CONTENTS

- 1 - Introduction to psychology in the work place; Overview of industrial and organizational psychology; personnel psychology
- 2 - Perception and attitudes; risk perception; social perception
- 3 - Motivation and job design
- 4 - Key concepts in psychology in the workplace: Creativity
- 5 - Key concepts in psychology in the workplace: Decision making
- 6 - Social influence; overview of social influence at the workplace
- 7 - Organization and organizational change; organizational learning
- 8 - Teams and teamwork; leadership
- 9 - Organizational attitudes and behavior
- 10 - Training and development
- 11 - Overview of applied psychology in business and economics

#### **TESTI**

Il testo adottato è (Text used):

Paul M. Muchinsky "Psychology Applied to Work" Hypergraphic Press, Kansas City 2008

## **NOTA**

### *ITALIANO*

La valutazione della classe sarà basata su un esame scritto a metà semestre, un esame scritto finale alla fine del semestre, un progetto di classe scritto e la partecipazione.  
Gli esami saranno composti di scelta multipla a domande corte.

Valutazione:

Esame a metà semestre - 25%

Esame finale - 25%

Progetto - 25%

Partecipazione/Presenza - 25%

### *INGLESE*

The assessment of the class will be based on one written midterm exam at the half-way point of the semester, one written final exam at the end of the semester, a written class project, and class participation. Exams will be composed of multiple choice and short essay questions.

Assessment :

Midterm exam - 25%

Final exam - 25%

Project - 25%

Attendance/Participation - 25%

[http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?\\_id=29f7](http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=29f7)

---

## **ISTITUZIONI DI ECONOMIA**

Anno accademico: 2011/2012

Codice: AA005

CdL: Laurea interfacoltà in Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)

Docente: **Prof. Roberto De Battistini ( Titolare del corso), Dott. Pierluigi Cecati (Tutor)**

Recapito: [[debattistini@econ.unito.it](mailto:debattistini@econ.unito.it)]

Tipologia: Di base - Economico

Anno: 1° anno

Crediti/Valenza: 8

SSD: SECS-P/01 - economia politica

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Italiano

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Scritto

## **OBIETTIVI**

### *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**

### *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.

### **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.

## TESTI

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

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

## NOTA

### 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.  
E' prevista una prova intermedia a metà del corso annuale.

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 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.  
Students have to take a mid-term test during the annual course.

## ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Lunedì	13:15 - 16:15	Aula Magna SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
<b>Lezioni:</b> dal 19/09/2011 al 09/06/2012		

[http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?\\_id=5bbb](http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=5bbb)

## LABORATORIO DI LEADERSHIP 1

Anno accademico: 2011/2012

Codice: SAA0028

CdL: Laurea interfacoltà in Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)

Docente:

Recapito: []

Tipologia: A scelta dello studente

Anno: 2° anno 3° anno

Crediti/Valenza: 5

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Italiano

Modalità di frequenza: Obbligatoria  
Modalità di valutazione: Giudizio finale - Laboratorio

#### **NOTA**

E' possibile inserire l'attività nel piano carriera previa pre-iscrizione presso la Segreteria Studenti o Segreteria di Direzione.

[http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?\\_id=8a80](http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=8a80)

---

### **LEADERSHIP IN A CHANGE MANAGEMENT PROCESS**

Anno accademico: 2011/2012

Codice: SAA0031

CdL: Laurea interfacoltà in Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04),

Laurea interfacoltà in Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 509/99)

Docente: **Prof. Nello Gaspardo (Titolare del corso)**

Recapito: [[nello.gaspardo@t-online.de](mailto:nello.gaspardo@t-online.de)]

Tipologia: A scelta dello studente

Anno: 2° anno 3° anno

Crediti/Valenza: 5

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Inglese

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Orale

#### **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>).

[http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?\\_id=1a2d](http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=1a2d)

---

### **LEGAL REQUIREMENTS IN BUSINESS ETHICS AND FAIR TRADE**

Anno accademico: 2011/2012

Codice: SAA0023

CdL: Laurea interfacoltà in Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04),

Laurea interfacoltà in Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 509/99)

Docente: **Dott. Cristina Barettoni (Titolare del corso)**

Recapito: [[barettoni@econ.unito.it](mailto:barettoni@econ.unito.it)]

Tipologia: A scelta dello studente

Anno: 2° anno 3° anno

Crediti/Valenza: 5

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Inglese

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Scritto ed orale

#### **OBIETTIVI**

##### *ITALIANO*

Questo corso mira ad esplorare l'insieme di regole emergenti per il comportamento etico nell'attività aziendale e nel commercio, che diventano sempre più rilevanti a livello di Unione Europea ed internazionale. Non richiede conoscenze preliminari di Diritto comunitario o Diritto internazionale, ma solo vivace curiosità ed una certa sensibilità per la pressante esigenza di regole etiche (quali che queste siano – è in effetti discutibile...) nella vita quotidiana, e specialmente nel mondo delle aziende e dei rapporti commerciali.

##### *ENGLISH*

This course aims at exploring the emerging set of rules for ethical behaviour in business and trade, becoming more and more consistent at European Union and international level. It does not require prior knowledge of European or International Law, just active curiosity and some feeling for the urgent need for ethical rules (whatever these may be – it is indeed disputable...) in everyday life, and especially in the world of companies and trade transactions.

#### **RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO**

##### *ITALIANO*

Conoscenza delle principali questioni etiche nell'attività aziendale e nella cooperazione internazionale.

##### *ENGLISH*

Acquaintance with the main ethical issues in business activity and international cooperation

## **PROGRAMMA**

### *ITALIANO*

Metodi didattici

Lezioni frontali

Discussione di casi

Lavoro di gruppo

Presentazione finale di un progetto elaborato in gruppo

Programma

Valori ed etica: alla ricerca di una definizione

Etica aziendale nelle società e su scala mondiale

Modelli organizzativi, codici di condotta e procedure di "whistleblowing" per una gestione trasparente dell'attività aziendale

Commercio equo e solidale: vantaggi, svantaggi e approccio dell'Unione Europea

Cooperazione allo sviluppo

Diritti umani nel diritto internazionale e comunitario

Diritti umani nelle carceri e sfide ad una buona gestione delle carceri

Libera circolazione dei beni nel Mercato interno: allargamento dell'UE e principio di precauzione

Diritto comunitario dei consumi: protezione degli interessi economici del consumatore

Diritto comunitario dei consumi: protezione della salute e sicurezza del consumatore  
Unione Europea e sviluppo mondiale sostenibile

Profili etici del diritto comunitario della concorrenza

### *ENGLISH*

Didactic methodology

Lectures

Case studies

Group work

A final presentation of a project worked out within a group

Course content

Values and ethics: search for a definition

Business ethics in companies and worldwide

Organizational patterns, codes of conduct and whistleblowing procedures for transparent management of business activity

Fair trade: pluses, minuses and the EU viewpoint

Development cooperation

Human rights in international and EU law

Human rights in prisons and challenges to good prison governance

Free circulation of goods in the Single European Market: EU enlargement and the precautionary principle

EU consumer law: protection of the consumer's economic interests

EU consumer law: protection of the consumer's health and safety

The European Union and world sustainable development

Ethical issues in EU competition law

## **TESTI**

### *ITALIANO*

#### **MATERIALE DIDATTICO**

Il materiale didattico presentato a lezione è disponibile presso:

Ufficio internazionale

Il testo adottato è:

Testi forniti dal docente

Bibliografia consigliata

Lasok, K.P.E. (2001): Law & Institutions of the European Union, 7a ed., Butterworths



## **OBIETTIVI**

### *ITALIANO*

FINALITA': Il corso si propone di fornire agli studenti del 2° anno le basi grammaticali per arrivare ad affrontare il 3° livello che permetterà loro di acquisire, oltre alla grammatica, tutto il lessico aziendale che darà loro la possibilità di lavorare con una ditta francofona.

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

### *ENGLISH*

The course aims at providing 2nd year students with a basic knowledge of grammar in order to reach intermediate level, as well as gaining a sufficient knowledge of business vocabulary in order to be able to work with French companies.

Students will apply their grammar knowledge when speaking (in order to be able to converse) and start learning how to make presentations. Students will learn to write e mails and other short texts.

## **RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO**

### *ITALIANO*

Basi grammaticali. Lessico aziendale base.

### *ENGLISH*

Basic knowledge of grammar

Basic knowledge of business vocabulary

## **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

Correzione test. Presentazione e discussione con gli studenti

L'impresa ed 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 gruppo (2 o 3)

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 a gruppo (2 o 3)

Il pagamento

Le Banche e la Borsa

Il turismo e le assicurazioni

Il turismo (presentazione orale degli studenti)

Test di prova

Correzione del test

Nota: gli studenti lavoratori possono utilizzare la piattaforma Moodle per gli approfondimenti della lingua francese (lezioni, eserci, forum)

### *ENGLISH*

Didactical method

- 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

Correction of test

Presentation and conversation with the students

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**

#### *ITALIANO*

Il testo adottato è:

II ANNO

"La Nouvelle Entreprise" edizione 2008

Grammatica : "Grammaire express" CIDEB. Niveau débutant (per principianti)

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](http://www.lemonde.fr)

[www.lepetitjournal.com](http://www.lepetitjournal.com)

[www.lacroix.fr](http://www.lacroix.fr)

[www.courrierinternational.com](http://www.courrierinternational.com)

#### *ENGLISH*

Text used:

"La Nouvelle Entreprise" edizione 2008 2° anno  
Grammatica : "Grammaire express" CIDEB. Niveau débutant (per principianti)

Recommended bibliography:

Le Monde  
La Croix

Useful links and websites:

[www.lemonde.fr](http://www.lemonde.fr)

[www.lepetijournal.com](http://www.lepetijournal.com)

[www.lacroix.fr](http://www.lacroix.fr)

[www.courrierinternational.com](http://www.courrierinternational.com)

## NOTA

*ITALIANO*

Modalità di verifica/Esame

Esame finale il terzo anno.

*ENGLISH*

Evaluation process

Final examination at the end of the third year.

## ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Venerdì	13:30 - 16:30	
<b>Lezioni:</b> dal 19/09/2011 al 09/06/2012		

[http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?\\_id=0c2a](http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=0c2a)

## LINGUA FRANCESE (3° anno)

Anno accademico: 2011/2012

Codice: AA030

CdL: Laurea interfacoltà in Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)

Docente: **Dott. Emilie Marie Tellier (Responsabile didattico), Dott. Véronique Marie Michèle Malric (Titolare del corso)**

Recapito: [\[veroperotti@hotmail.com\]](mailto:veroperotti@hotmail.com)

Tipologia: Altro - Ulteriori conoscenze linguistiche

Anno: 3° anno

Crediti/Valenza: 6

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Francese

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Scritto ed orale

## OBIETTIVI

*ITALIANO*

FINALITÀ: 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.

OBIETTIVO: 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

### 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, ARTICOLAZIONE E CARICO DIDATTICO

Argomento (suddividere per unità di non più di 3 ore)	Materiale didattico	Carico didattico (ore/studente) N.CFUx 25 ore		
N. ore lezione frontale	n. ore esercitazioni	n. ore laboratorio		
Introduzione all'esame/revisioni		3		
L'impresa ed il suo ambiente		3		
La comunicazione commerciale (1)		3		
La comunicazione commerciale (2) presentazione orale da parte dei singoli studenti alla classe		3		
I soggetti dell'impresa (1)		3		
I soggetti dell'impresa (2) Presentazione orale degli studenti		3		
La vendita commerciale (1)		3		
La vendita commerciale (2) presentazione orale degli studenti a gruppo (2 o 3) presentazione orale degli studenti a gruppo (2 o 3)		3		
preparazione al test di prova		3		
Correzione del test		3		
l'ordine		3		
la consegna e i trasporti (logistica)		3		
Il commercio internazionale (1)		3		
Il commercio internazionale - presentazione orale		3		
Il pagamento		3		
Le banche e la Borsa		3		
Il turismo e le assicurazioni		3		
Il turismo (presentazione orale)		3		
preparazione al Test di prova		3		

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

#### 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](http://www.lemonde.fr)  
[www.lepetitjournal.com](http://www.lepetitjournal.com)  
[www.lacroix.fr](http://www.lacroix.fr)  
[www.courrierinternational.com](http://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	
<b>Lezioni:</b> dal 19/09/2011 al 09/06/2012		

[http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?\\_id=df9c](http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=df9c)

## LINGUA INGLESE (1° anno)

Anno accademico: 2011/2012

Codice: AA029

CdL: Laurea interfacoltà in Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)

Docente: **Dott. Laura Milva Basta (Responsabile didattico), Dott. Julie Deborah Bradshaw (Titolare del corso), Dott. Andrew Martin Garvey (Titolare del corso), Dott. Yvette Jacqueline Lowe (Titolare del corso), Dott. Diana Marie Fahey (Titolare del corso)**

Recapito: [julie.bradshaw@studio59.it]

Tipologia: Lingua/prova finale - Per la conoscenza di almeno una lingua straniera

Anno: 1° anno

Crediti/Valenza: 0

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Italiano

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Orale

## OBIETTIVI

### ITALIANO

Finalità. Il corso si propone di fornire agli studenti un ripasso della grammatica inglese oltre ad approfondimenti su argomenti linguistici.

Il corso si propone anche di fornire una conoscenza di base del lessico di Business English per poter affrontare l'anno successivo. Tale programma consentirà di rendere omogenee le conoscenze degli studenti che solitamente sono diversi all'inizio del primo anno.

Obiettivi: lo studente avrà gli strumenti necessari per affrontare argomenti specifici l'anno successivo e svolgere case studies.

### ENGLISH

The course aims at providing the students will a complete revision and consolidation of English grammar, focusing on verb tenses and other important points of the language.

The course also introduces students to Business vocabulary in order to prepare them for the following year, where students will be expected to deal with topics connected to the business world in English and do case studies.

This method is used as the students begin the course will varying levels and different problems, so it is necessary to bring them all up to the same level.

## RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO

### ITALIANO

Conoscenze degli aspetti linguistici della lingua inglese.  
Conoscenza base del lessico di Business English.  
Scrivere corrispondenza in inglese.

#### *ENGLISH*

Knowledge of English grammar and basic knowledge of business terminology.  
Capacity to write business correspondence.

### **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 ed interagire con gli studenti per migliorare le competenze orali e di ascolto.

Programma

- 1 - Test di lingua inglese
- 2 - Tempi verbali: simple present, present continuous
- 3 - Subject, object pronouns, possessive adjectives and pronouns
- 4 - Tempi verbali: simple past, past continuous
- 5 - Tempi verbali: present perfect, present perfect continuous
- 6 - Comparatives and Superlatives
- 7 - Used to, some and any
- 8 - Relative clauses
- 9 - Modal verbs
- 10 - Ripasso test parziale
- 11 - Ripasso per il test parziale
- 12 - Tempi verbali: past perfect, past perfect continuous
- 13 - Tempi verbali: the future
- 14 - If clauses
- 15 - Linking words
- 16 - The Passive
- 17 - Verbs + the infinitive and ing
- 18 - Reported speech
- 19 - Ripasso test finale
- 20 - Verbi frasali del Business English, Ripasso test finale

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

#### *ENGLISH*

Didactical methods

Contact hours where the teachers can explain the various grammar points and the contents of the syllabus, correct any errors and interact with the students to improve their oral and aural skills.

Course contents

- 1 Entrance test
- 2 Tenses: simple present, present continuous
- 3 Subject, object pronouns, possessive adjectives and pronouns
- 4 Tenses: simple past, past continuous
- 5 Tenses: present perfect, present perfect continuous
- 6 Comparatives and Superlatives

- 7 Used to, some and any
- 8 Relative clauses
- 9 Modal verbs
- 10 Revision for partial test
- 11 Revision for partial test
- 12 Tenses: past perfect, past perfect continuous
- 13 Tenses: the future
- 14 If clauses
- 15 Linking words
- 16 The Passive
- 17 Verbs + the infinitive and ing
- 18 Reported speech
- 19 Revision final test
- 20 Revision for final test

## TESTI

### ITALIANO

Testi consigliati e bibliografia

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

Il testo adottato è:

#### I ANNO

- Grammar Manual: dispensa di grammatica creata dal corpo docente di lingua inglese.
- Business Manual: dispensa di Business Englis creata dal corpo docente di lingua inglese.

### ENGLISH

Recommended texts and bibliography

The didactical material is available at the secreterial office.

Text used:

- Grammar Manual: created by the English teachers
- Business Manual: created by the English teachers

## 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.

L'esame finale si svolge al terzo anno.

### ENGLISH

Evaluation process

The students have to an optional test at the end of each semester. If they pass the test they gain a bonus mark of 0.5 to be added to their final mark at the end of the third year.

## ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Giovedì	13:15 - 16:15	
<b>Lezioni:</b> dal 19/06/2011 al 09/06/2012		

[http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?\\_id=b4bc](http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=b4bc)

## LINGUA INGLESE (2° anno)

Anno accademico: 2011/2012

Codice: AA029

CdL: Laurea interfacoltà in Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)

Docente: **Dott. Laura Milva Basta (Responsabile didattico), Dott. Julie Deborah Bradshaw (Titolare del**

**corso), Dott. Andrew Martin Garvey (Titolare del corso), Dott. Diana Marie Fahey (Titolare del corso), Dott. Magdalena Barbara Sawicka (Titolare del corso)**

Recapito: [julie.bradshaw@studio59.it]

Tipologia: Lingua/prova finale - Per la conoscenza di almeno una lingua straniera

Anno: 2° anno

Crediti/Valenza: 0

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Italiano

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Orale

## **OBIETTIVI**

### *ITALIANO*

Finalità: Il corso propone di approfondire le conoscenze degli studenti in vari argomenti inerenti al Business English (ad esempio Marketing), con un ulteriore ripasso degli aspetti linguistici.

Obiettivi: Oltre all'acquisizione del lessico specifico, gli studenti avranno le competenze inerenti a funzioni aziendali, quali fare presentazioni, rispondere al telefono, scrivere una relazione, ecc .

### *ENGLISH*

The course aims at introducing students to the business world, covering a wide range of topics such as Finance, Marketing, etc. The grammar skills acquired during the first year will also be revised and consolidated.

Students will work on business skills necessary on the workplace such as telephoning, making presentations, writing a report, etc .

## **RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO**

### *ITALIANO*

Capacità di esprimersi in lingua inglese ad un livello B1.

Capacità di svolgere funzioni tipiche dell'azienda.

### *ENGLISH*

The level students should reach at the end of the course is B1.

Capacity to carry out business functions.

## **PROGRAMMA**

Metodi didattici

Aula (lezione frontale). Le ore di lezione frontale consentono ai docenti di spiegare il contenuto dei programmi, correggere le esercitazioni in aula ed interagire con gli studenti per migliorare le competenze orali e di ascolto.

*Programma - GRUPPO A*

1 – Revision of previous year, conversation

2 - Unità 1: Companies

3 - Unità 1: Companies

4 - Unità 2: Leadership

5 - Unità 2: Leadership

6 - Unità 3: Strategy

7 – Unità 3: Strategy

8 – Review 1. Unità 4: Pay

9 – Unità 4: Pay

10 – Unità 5: Development

11 - Revision for test

12 - Unità 5: Development

- 13 - Unità 6: Marketing
- 14 - Unità 6 : Marketing
- 15 – Review 2: Unità 7: Outsourcing
- 16 - Unità 7: Outsourcing
- 17 - Unità 8: Finance
- 18 - Unità 8: Finance
- 19 – Revision for final test
- 20 – Revision for final test

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

*Programma - GRUPPO B1/B2*

- 1 – Revision of previous year, conversation
  
- 2 - Unità 1: Alliances
  
- 3 - Unità 1: Alliances
  
- 4 - Unità 2: Projects
  
- 5 - Unità 2: Projects
  
- 6 - Unità 3: Teamworking
  
- 7 – Unità 3: Teamworking
  
- 8 – Review 1. Unità 4: Information
  
- 9 – Unità 4: Information
  
- 10 – Unità 5: Technology
  
- 11 - Revision for test
  
- 12 - Unità 5: Technology
  
- 13 - Unità 6: Advertising
  
- 14 - Unità 6 : Advertising
  
- 15 – Review 2: Unità 7: Law

16 - Unità 7: Law

17 - Unità 8: Brands

18 - Unità 8: Brands

19 – Revision for final test

20 – Revision for final test

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

## **TESTI**

### *ITALIANO*

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

Il testo adottato è:

II ANNO - GRUPPO A

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

II ANNO - GRUPPO B1/B2

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

### *ENGLISH*

The didactic material is available at the secretarial office.

Text used:

II ANNO - GROUP A

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

II ANNO - GROUP B1/B2

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

## **NOTA**

### *ITALIANO*

Modalità di verifica/esame

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.

L'esame finale si svolge al terzo anno.

### *ENGLISH*

Evaluation process

The students have to an optional test at the end of each semester. If they pass the test they gain a bonus mark of 0.5 to be added to their final mark at the end of the third year.

The test will be written, and will consist of a writing activity, reading comprehensions, business correspondence, problem solving activities, etc.

## ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Martedì	13:30 - 16:30	
<b>Lezioni:</b> dal 19/06/2011 al 09/06/2012		

[http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?\\_id=c074](http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=c074)

## LINGUA INGLESE (3° anno)

Anno accademico: 2011/2012

Codice: AA029

CdL: Laurea interfacoltà in Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)

Docente: **Dott. Laura Milva Basta (Responsabile didattico), Dott. Yvette Jacqueline Lowe (Titolare del corso), Dott. Karen Lynn Maddick (Titolare del corso), Dott. Julie Deborah Bradshaw (Titolare del corso)**

Recapito: [yvettejacqueline.lowe@unito.it]

Tipologia: Altro - Ulteriori conoscenze linguistiche

Anno: 3° anno

Crediti/Valenza: 12

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Italiano

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Scritto ed orale

### OBIETTIVI

#### 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

#### 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

### 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
Venerdì	9:00 - 12:00	
<b>Lezioni:</b> dal 27/02/2012 al 09/06/2012		

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

#### LINGUA SPAGNOLA (2° anno)

Anno accademico: 2011/2012

Codice: AA031

CdL: Laurea interfacoltà in Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)

Docente: **Dott. Elena Malaffo (Titolare del corso), Dott. Maria del Rosario Rodriguez Huesca (Responsabile didattico), Dott. Elena Spadavecchia (Titolare del corso)**

Recapito: [emalaffo@interfree.it]

Tipologia: Altro - Ulteriori conoscenze linguistiche

Anno: 2° anno

Crediti/Valenza: -

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Italiano

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Orale

#### OBIETTIVI

##### 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**

### *ITALIANO*

Capacità di comprendere e utilizzare espressioni relative al quotidiano; capacità di produrre e scrivere frasi semplici; capacità di comprendere discorsi orali non troppo veloci e brevi testi scritti. Abilità di tradurre dallo spagnolo all'italiano e viceversa frasi di ambito economico e del mondo del lavoro.

### *ENGLISH*

Capacity to understand and use everyday language; write simple phrases; understand speech that is not too fast and short written texts. Capacity to translate business texts from Spanish to Italian and vice versa.

## **PROGRAMMA**

### *ITALIANO*

Metodi didattici

Il metodo si articola in una serie di lezioni in aula per l'apprendimento della lingua, adattate specificamente a studenti italofoni 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 lingue (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

Alfabeto: pronunciación y ortografía

Introducción al léxico de la economía

El presente de indicativo (reg.)

Artículos, números 0-100 y partitivos

Ser y estar, nacionalidad y profesión

Plural, descripción física y de carácter

Haber, tener y estar. Acentuación

Números 100-1000. Léxico: la ropa

El género; sustantivos y adjetivos

Los posesivos y los interrogativos

Verbos reflexivos. Léxico: la familia

Verbos de cambio vocálico. La hora

Las preposiciones. Pedir y preguntar

Verbos de diptongación. La casa

Por/para. Ordinales. Léxico: el clima

Expresión de la obligación. La frecuencia

Verbos irregulares. Estar + gerundio

Ir/venir. Llevar/traer. Llamar por teléfono

Los relativos. Perífrasis de infinitivo

Préterito Perfecto. Acuerdo/desacuerdo

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, 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 program

1. Alfabeto: pronunciación y ortografía
2. Introducción al léxico de la economía
3. El presente de indicativo (reg.)
4. Artículos, números 0-100 y partitivos
5. Ser y estar, nacionalidad y profesión.
6. Plural, descripción física y de carácter
7. Haber, tener y estar. Acentuación.
8. Números 100-1000
9. El género; sustantivos y adjetivos.
10. Los posesivos y los interrogativos.
11. Verbos reflexivos. Léxico: la familia.
12. Verbos de cambio vocálico. La hora.
13. Las preposiciones. Pedir y preguntar.
14. Verbos de diptongación. La casa.
15. Por/para. Ordinales. Léxico: el clima.
16. Expresión de la obligación. La frecuencia.
17. Verbos irregulares. Estar + gerundio.
18. Ir/venir. Llevar/traer. Llamar por teléfono.
19. Los relativos. Perífrasis de infinitivo.
15. Prétérito Perfecto. Acuerdo/desacuerdo.

## TESTI

### ITALIANO

Il materiale didattico presentato a lezione è disponibile presso:

Per la parte teorica presso la Segreteria studenti.

Il testo adottato è:

- RAMOS CATALINA-SANTOS MARIA J.-SANTOS M. MERCEDES (Per le Scuole), Que me cuenta? 2 libro del Alumno Y cuaderno de Ejercicios
- A.A. Vari – en Uso Ejercicios de gramática: forma y uso, NIVEL B1
- GILARRANZ LAPEÑA, Aprender español negociando, Arcipelago Edizioni, Milano 2007
- GONZÁLEZ HERMOSO, ROMERO DUEÑAS, En Uso. Ejercicios de gramática, A1, Edelsa, Madrid 2007

- Bibliografía consigliata

- JIMÉNEZ ALICIA, FERNÁNDEZ JUAN, 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](http://www.cervantes.es)
- [www.elpais.com](http://www.elpais.com)
- [www.elmundo.es](http://www.elmundo.es)

## ENGLISH

The didactical material is available to the secretarial office.

Text used:

GILARRANZ LAPEÑA, *Aprender español negociando*, Arcipelago Edizioni, Milano 2007  
GONZÁLEZ HERMOSO, ROMERO DUEÑAS, *En Uso. Ejercicios de gramática*, A1, Edelsa, Madrid 2007

Recommended bibliography:

JIMÉNEZ ALICIA, FERNÁNDEZ JUAN, *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](http://www.cervantes.es)

[www.elpais.com](http://www.elpais.com)

[www.elmundo.es](http://www.elmundo.es)

#### ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Venerdì	13:30 - 16:30	
<b>Lezioni:</b> dal 19/06/2011 al 09/06/2012		

[http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?\\_id=f64b](http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=f64b)

### LINGUA SPAGNOLA (3° anno)

Anno accademico: 2011/2012

Codice: AA031

CdL: Laurea interfacoltà in Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)

Docente: **Dott. Maria del Rosario Rodriguez Huesca (Responsabile didattico)**, **Dott. Elena Spadavecchia (Titolare del corso)**, **Dott. Elena Malaffo (Titolare del corso)**

Recapito: [elena.spadavecchia@unito.it]

Tipologia: Altro - Ulteriori conoscenze linguistiche

Anno: 3° anno

Crediti/Valenza: 6

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Spagnolo

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Scritto ed orale

#### OBIETTIVI

##### 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

##### 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.

## **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 lingue (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 - Marcadores 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. Marcadores 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

### ITALIANO

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

Il testo adottato è:

- Poletti Carla, Pérez Navarro José, Adelante 1, Zanichelli Lingue

Bibliografia consigliata:

- IMÉNEZ ALICIA, FERNÁNDEZ JUAN, 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](http://www.cervantes.es)  
[www.elpais.com](http://www.elpais.com)  
[www.elmundo.es](http://www.elmundo.es)

### ENGLISH

The didactical material is available at the secretarial office.

Text used:

POLETTINI CARLA, PÉREZ NAVARRO JOSÉ, Adelante 1, ZANICHELLI LINGUE

Recommended bibliography:

JIMÉNEZ ALICIA, FERNÁNDEZ JUAN, 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](http://www.cervantes.es)
- [www.elpais.com](http://www.elpais.com)
- [www.elmundo.es](http://www.elmundo.es)

## NOTA

### 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 e una breve produzione scritta su traccia. 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 grammatical knowledge of the student and a written piece of work where students are given the guidelines. 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.).

#### ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Mercoledì	9:00 - 12:00	
<b>Lezioni:</b> dal 19/09/2011 al 09/06/2012		

[http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?\\_id=ff24](http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=ff24)

---

## LINGUAGGI DELLA COMUNICAZIONE AZIENDALE

Anno accademico: 2010/2011

Codice: AA026

CdL: Laurea interfacoltà in Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)

Docente: **Prof. Guido Ferraro (Titolare del corso), Dott. Laura Rolle (Titolare del corso), Dott. Maria Grazia Turri (Titolare del corso), Dott. Antonio Santangelo (Tutor)**

Recapito: [[guidfer@gmail.com](mailto:guidfer@gmail.com)]

Tipologia: Attività formative affini o integrative

Anno: 2° anno

Crediti/Valenza: 8

SSD: M-FIL/05 - filosofia e teoria dei linguaggi

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Italiano

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Orale

#### OBIETTIVI

##### 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

##### 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

### ITALIANO

Il testo adottato è:

- Dispense e testi selezionati.

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.spotlandia.it](http://www.spotlandia.it)
- [www.youtube.it](http://www.youtube.it)

### ENGLISH

The didactic material is available at the secretarial office.

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](http://www.spotlandia.it)  
[www.youtube.com](http://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
Mercoledì	13:30 - 16:30	Aula 2 SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale

Giovedì 13:30 - 16:30 Aula 2 SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale

**Lezioni:** dal 19/09/2011 al 22/12/2011

[http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?\\_id=604a](http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=604a)

## **MARKETING E FINANZA (Corso Integrato di)**

Anno accademico: 2011/2012

Codice: SAA0008

CdL: Laurea interfacoltà in Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)

Docente: **Prof. Giuseppe Tardivo (Titolare del corso), Dott. Monica Cugno (Tutor), Prof. Elena Candelo (Titolare del corso), Dott. Cecilia Casalegno (Tutor)**

Recapito: [tardivo@econ.unito.it]

Tipologia: Caratterizzante - Aziendale

Anno: 2° anno

Crediti/Valenza: 8

SSD: SECS-P/08 - economia e gestione delle imprese, SECS-P/09 - finanza aziendale

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Italiano

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Scritto

Moduli didattici:

[Finanza Aziendale](#)

[Marketing](#)

### **OBIETTIVI**

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

### **RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO**

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**

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.

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

[http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?\\_id=9d30](http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=9d30)

## **Finanza Aziendale**

Anno accademico: 2010/2011

Codice: SAA0008A

Docente: **Prof. Giuseppe Tardivo (Titolare del corso), Dott. Monica Cugno (Tutor)**

Recapito: [tardivo@econ.unito.it]

Crediti/Valenza: 4

SSD: SECS-P/09 - finanza aziendale

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Italiano

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Scritto

Corso integrato:

[MARKETING E FINANZA \(Corso Integrato di\)](#)

### **OBIETTIVI**

## *ITALIANO*

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 economico-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.

## *ENGLISH*

Aims: the course aims to provide students with a basic knowledge of business finance from the analysis of the interpretation from the financial-economic point of view of the financial statement to facing the institutional problems regarding risk-performance.

Objectives: At the end of the course the student will be able to re-classify correctly and comment on the financial statement from the economic-financial point of view; assess the investment plans of the company, self-funding, circular capital and the main management economic-financial indexes.

## **RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO**

### *ITALIANO*

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.

### *ENGLISH*

Capacity to interpret a financial statement from an economic-financial point of view

## **PROGRAMMA**

### *ITALIANO*

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 SP e CE

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

Criteri di valutazione economico-finanziari degli investimenti. I Parte

Criteri di valutazione economico finanziaria degli investimenti. II Parte

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

## ENGLISH

### DIDACTIC METHODOLOGY

The course is composed of:

- Contact hours. These lessons will establish the fundamental aspects of Company Finance
- Exercises: solutions to case studies
- Team work: active participation of the students in problem-solving activities regarding complex case studies;
- External managers from the business world will be invited to speak about their experiences, referring to real financial cases.

### COURSE CONTENTS

Introductory lesson: the syllabus of Company Finance  
The economic-financial re-classification of a financial statement  
Indexes of structure and of the financial situation  
SP + CE exercises and re-classification  
Economic-financial assessment of investment projects (financial and profitable)  
Exercises on the economic-financial assessment of investment projects  
The needs and fund cover + exercises  
Self-funding (team work)  
The cost of capital  
Institutional problems: performance risk +Exercises  
Testimonial  
Barbara Donadio  
The leverage maneuver.  
Final lesson: the new frontiers of business finance

## TESTI

### ITALIANO

Il testo adottato è:

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

### ENGLISH

Text used:

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

## NOTA

### ITALIANO

Modalità di verifica/esame

L'esame è scritto. Le domande verteranno sul programma svolto a lezione, inclusa la testimonianza aziendale.

### ENGLISH

Evaluation process and modalities

The examination is composed of two parts:

Theory. The entire syllabus covered, including the testimonial. There will be some open-answer questions on the entire programme introduced by the teacher. Maximum mark: 20 points

Exercises. All the exercises and team work carried out during the lessons. Maximum mark: 10 points (any other supplementary work).

## ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Giovedì	13:30 - 16:30	Aula 2 SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
<b>Lezioni:</b> dal 27/02/2012 al 09/06/2012		

## **Marketing**

Anno accademico: 2010/2011

Codice: SAA0008B

Docente: **Prof. Elena Candelo (Titolare del corso), Dott. Cecilia Casalegno (Tutor)**

Recapito: [[candelo@econ.unito.it](mailto:candelo@econ.unito.it)]

Crediti/Valenza: 4

SSD: SECS-P/08 - economia e gestione delle imprese

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Italiano

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Scritto

Corso integrato:

[MARKETING E FINANZA \(Corso Integrato di\)](#)

### **OBIETTIVI**

#### *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**

#### *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. Il caso Quick
- 3 - Il comportamento del cliente nei mercati B to B
- 4 - Le ricerche di mercato: obiettivi e metodi. Il caso New Coke
- 5 - La segmentazione: significato e strategie
- 6 - I principali criteri di segmentazione del mercato dei consumatori e di quello industriale. Il caso Eridania
- 7 - Il marketing mix: elementi che lo compongono
- 8 - Il prodotto: significato, classificazione, package. Il caso Buondi Motta
- 9 - Le strategie di prezzo

10 - La distribuzione: i canali, gli operatori coinvolti

11 - La comunicazione: pubblicità, promozione delle vendite, PR, vendita mediante personale. Il caso Ferrero

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

### ITALIANO

Il testo adottato è:

- Pellicelli G., Il Marketing, Utet, 2009, limitatamente a parte prima (solo capp. 1 e 4), parte seconda (capp. I, II, IV, V), parte terza (cap. 1), parte quarta (cap. I e cap. II fino a pag. 338), 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, 2009, only: part one (only chapters 1 and 4), part two (chapters I, II, IV, V), part three (chapter 1), part four (chapter I, chapter II (up to pg 338), part five (chapter I), part six (all the chapters).

- 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	Aula 2 SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
<b>Lezioni:</b> dal 27/02/2012 al 09/06/2012		
<b>Nota:</b> CORSO INTEGRATO DI MARKETING E FINANZA		

---

## MATEMATICA PER LE APPLICAZIONI ECONOMICHE E FINANZIARIE

Anno accademico: 2011/2012

Codice: SAA0037

CdL: Laurea interfacoltà in Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)

Docente: **Prof. Ugo Merlone (Titolare del corso), Dott. Marco Bosco (Tutor)**

Recapito: [merlone@econ.unito.it]

Tipologia: Caratterizzante - Statistico-Matematico

Anno: 1° anno

Crediti/Valenza: 10

SSD: SECS-S/06 - metodi matematici dell'economia e delle scienze att. e finanz.

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Italiano

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Scritto ed orale

### OBIETTIVI

#### ITALIANO

Facendo riferimento alla teoria delle intelligenze multiple di Gardner (1983) il corso si prefigge di sviluppare due fattori particolarmente importanti per il management: l'intelligenza linguistica (collegata alla sensibilità per il significato, il suono, l'ordine delle parole e per le diverse funzioni del linguaggio) e quella logico-matematica (consistente nella capacità di operare su simboli e parole stabilendo rapporti e formulando regole).

Questi due aspetti sono ritenuti importanti in campo organizzativo; infatti nella selezione del personale si fa ampio uso dei test di intelligenza come misura predittiva della capacità lavorativa del soggetto esaminato, privilegiando sia nelle batterie attitudinali generiche che nei test rivolti alla selezione del personale direttivo le abilità numeriche, astratte e verbali.

Lo studente che parteciperà alle attività didattiche previste da questo corso, apprenderà l'utilizzo dei primi strumenti quantitativi necessari ad affrontare con efficacia le decisioni aziendali e finanziarie, e, attraverso lo studio individuale, ne raggiungerà la padronanza oltre a conseguire una maggiore consapevolezza delle strategie utilizzate nel problem-solving.

#### ENGLISH

With reference to Gardner's theory of multiple intelligence (1983) the course aims at developing two main aspects that are particularly important for management: linguistic intelligence (linked to the sensitivity of the meaning, sound, order of the words and the different functions of language) and that of logic-mathematics (consisting of the capacity to operate on symbols and words creating relationships and making rules). These two aspects are considered to be important in the organizational field; in fact when recruiting staff intelligence tests are widely used as a means to predict the working capacity of the person, and are used more often than aptitude tests or those testing the numerical, abstract and verbal aspects. Students will learn how to use the former quantitative tools necessary to deal effectively with company and financial decisions, and by means of personal study will achieve greater confidence with the tools used in problem-solving activities.

### RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO

#### ITALIANO

Capacità di problem-solving sviluppata nel contesto delle scelte finanziarie ed aziendali.

#### ENGLISH

Capacity to problem-solve developed within the context of financial and company choices.

### ATTIVITÀ DI SUPPORTO

#### ITALIANO

Modalità di verifica/esame

Prove in itinere (la votazione conseguita si aggiunge a chi supera l'esame con esito positivo al primo appello).

Esame scritto (occorre svolgere e rispondere correttamente a 12 quesiti su 20 proposti, lo svolgimento deve essere indicato correttamente).

Valutazione delle attività integrative (la votazione conseguita si aggiunge a chi supera l'esame con esito positivo al primo appello).

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*

Evaluation process and modalities

Mid-course tests (the mark will be added to the mark of those students who pass the exam at the first attempt)

Written exam (students must answer 12 questions out of 20 correctly; the procedure must also be indicated correctly)

Assessment of the integrated activities (the mark will be added to the mark of those students who pass the exam at the first attempt).

### **PROGRAMMA**

#### *ITALIANO*

Metodi didattici

Didattica frontale, con l'applicazione degli strumenti proposti alla risoluzione di problemi di tipo economico aziendale. E' previsto un monitoraggio continuo delle competenze acquisite attraverso prove in itinere settimanali.

Programma

1 – Presentazione del corso. Logica

2 – Logica, insiemi

3 – Insiemi, intervalli

4 – Relazioni, funzioni, assiomi, numeri reali

5 – Numeri iperreali

6 – Insiemi ordinati, numeri iperreali

7 - Numeri iperreali, Goniometria, Grafici di Funzioni elementari. Differenziabilità, Funzioni derivabili

8 – Grafici di composizioni di funzioni elementari

9 – Differenziabilità

10 – Derivata e grandezze marginali

11 – Approssimazione lineare di funzioni

12 – Limiti

13 – Calcolo di limiti

14 – Introduzione al calcolo integrale

15 – Integrale indefinito e definito

16 – Elementi di calcolo finanziario

17 – Rendite e costituzione di capitale

18 – Ammortamenti

19 – Scelte finanziarie

20 – INPV, TIR, Payback Period

21 – APV, GNAPV, GAPV

22 – Indici legali di onerosità TAN, TAEG

#### *ENGLISH*

## DIDACTIC METHODOLOGY

Contact hours with the application of the tools proposed to solve problems of an economic-business nature. There will be the continuous monitoring of the competences acquired by means of weekly tests.

## COURSE CONTENTS

- 1 – Presentation of course. Logic
- 2 – Logic, sets
- 3 – Sets, intervals
- 4 – Ratios, functions, axioms, real numbers
- 5 – Hyper-real numbers
- 6 – Ordinal sets, hyper-real numbers
- 7 – Hyper-real numbers, goniometry, elementary function graphs. Differentials', Derivative functions
- 8 – Graphs of elementary compositions of functions
- 9 – Differentials
- 10 – Derivatives and marginal dimensions
- 11 – Approximate linear functions
- 12 – Limits
- 13 – Calculations of limits
- 14 – Introduction to integrated calculus
- 15 – Undefined and defined integrals
- 16 – Elements of financial calculus
- 17 – Proceeds and constitution of capital
- 18 – Amortization
- 19 – Financial choices
- 20 – INPV, TIR, Payback Period
- 21 – APV, GNAPV, GAPV
- 22 – TAN, TAEG

## TESTI

### ITALIANO

Testi consigliati e bibliografia

Il materiale didattico presentato a lezione è disponibile presso la Libreria Celid.

Il testo adottato è:

- Merlone U., Appunti di Matematica per le applicazioni Economiche e Finanziarie, Ed. Accademia Europea, 2009
- Curti P., Merlone U., Collezione di Esercizi di Matematica per le applicaizoni Economiche e Finanziarie, Ed. Accademia Europea, 2009

Bibliografia consigliata:

- Merlone U., Radaelli G., Matematica generale, Etas Libri, Milano, 2008
- Keisler H.J., Elementi di Analisi Matematica, Piccin Editore, Padova

### ENGLISH

#### DIDACTIC MATERIALS

The didactic material used during lessons is available at: Celid bookshop

Text used:

- 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
- Recommended bibliography
- Merlone U Redaelli G. Matematica generale Etas Libri Milano 2008
- Keisler H.J. Elementi di Analisi Matematica Piccin Editore Padova

## NOTA

Note

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.

## ORARIO LEZIONI

---

Giorni	Ore	Aula
Giovedì	9:00 - 12:00	Aula Magna SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
Venerdì	9:00 - 12:00	Aula Magna SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
<b>Lezioni:</b> dal 26/09/2011 al 22/12/2011		

[http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?\\_id=5cf8](http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=5cf8)

## **RAGIONERIA E CONTROLLO DI GESTIONE (Corso di)**

Anno accademico: 2011/2012

Codice: SAA0015

CdL: Laurea interfacoltà in Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)

Docente: **Dott. Paola De Bernardi (Titolare del corso), Dott. Alain Devalle (Titolare del corso)**

Recapito: [[debernardi@econ.unito.it](mailto:debernardi@econ.unito.it)]

Tipologia: Caratterizzante - Aziendale

Anno: 1° anno

Crediti/Valenza: 8

SSD: SECS-P/07 - economia aziendale

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Italiano

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Scritto

### **OBIETTIVI**

#### *ITALIANO*

RAGIONERIA - Prof. Alain Devalle

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

Finalità: il modulo si propone di trasferire agli studenti le conoscenze di base sui principali meccanismi di funzionamento dei sistemi di controllo di gestione. In particolare, si analizzeranno i principali strumenti necessari per guidare le scelte dei manager operativi e per responsabilizzarli sui risultati conseguiti nella gestione aziendale, in una logica di gestione per obiettivi.

Obiettivi: lo studente acquisirà la conoscenza degli strumenti di valutazione delle scelte operative aziendali, tramite la redazione di business plan flessibili e l'analisi di prospetti di bilancio gestionali corredati dei relativi indicatori di performance idonei a monitorare la gestione in una pluralità di dimensioni. Acquisirà la capacità di analizzare i dati aziendali e di formulare ipotesi alternative di gestione futura, finalizzate a raggiungere gli obiettivi di gestione. Lo studio dei sistemi di pianificazione e controllo viene impostato 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.

#### *ENGLISH*

FINANCIAL ACCOUNTING - Prof Alain Devalle

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

Objectives:

The aim of this course is to provide an overview of techniques used in analyzing a company's financial position and performance, and the problems involved. 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. The budgeting process is also analyzed.

### **RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO**

#### *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*

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.

### **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*

Modulo: RAGIONERIA - Prof. Alain Devalle

I principali argomenti esaminati nel corso sono il bilancio d'esercizio e la sua formazione. In particolare, viene trattata la struttura, il contenuto e il processo di formazione dei valori del bilancio d'esercizio.

#### 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

L'attività didattica si svolge attraverso tre fasi:

- Aula (lezione frontale): le ore di lezione frontale serviranno a stabilire i fondamenti teorici sui sistemi di controllo di gestione.
- Esercitazioni in aula: mix tra attività didattica ed esercitazione guidata dal docente.
- Esercitazioni individuali: soluzioni di casi aziendali proposti dal docente e da svolgere in autonomia.

#### PROGRAMMA

1. Presentazione del corso. Introduzione al controllo di gestione: fasi, struttura e strumenti.
- 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 - Budgeting
- 7 - Budgeting
- 8 - Budgeting
- 9 - Il reporting aziendale e l'analisi degli scostamenti
- 10 – segue: Il reporting aziendale e l'analisi degli scostamenti
- 11 – Lezione di riepilogo
- 12 – La redazione del bilancio: dal II bilancio di verifica
- 13 – La struttura del bilancio secondo il codice civile
- 14 – I documenti di bilancio: il rendiconto finanziario di liquidità
- 15 – Il contenuto e la valutazione delle immobilizzazioni immateriali
- 16 - Il contenuto e la valutazione delle immobilizzazioni materiali
- 17 - Il contenuto e la valutazione delle immobilizzazioni finanziarie
- 18 – Il contenuto e la valutazione del magazzino
- 19 – Il contenuto e la valutazione dei crediti
- 20 – Il Pn, i debiti e i fondo rischi
- 21 – Esercitazioni
- 22 – Simulazione della prova

#### *ENGLISH*

FINANCIAL ACCOUNTING prof. Alain Devalle

- 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 Debernardi

- 1-Introduction to management control: phases, structure and tools.
- 2 – Analytic accounting and support of decision-making processes
- 3 - Break even analysis
- 4 - Break even analysis
- 5 – Economic analysis of company choices
- 6 - The budgeting process: logic, features, phases
- 7 – Budgeting
- 8 – Budgeting
- 9 – Budgeting
- 10 – Company reporting and deviation analysis
- 11 – Deviation of cost variables and fixed costs
- 12 – Revision

#### 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	9:00 - 12:00	Aula Magna SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
Venerdì	9:00 - 12:00	

**Lezioni:** dal 27/02/2012 al 09/06/2012

**Nota:** Modulo: Programmazione e Controllo - Lunedì  
Modulo: Ragioneria - Venerdì

[http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?\\_id=2066](http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=2066)

#### SALES AND MARKETING PRACTICES IN MULTINATIONAL ENVIRONMENT (BRANDING)

Anno accademico: 2010/2011

Codice: SAA0025

CdL: Laurea interfacoltà in Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04),  
Laurea interfacoltà in Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 509/99)

Docente: **Dott. Roberto Berardi (Titolare del corso)**

Recapito: []

Tipologia: A scelta dello studente

Anno: 2° anno 3° anno

Crediti/Valenza: 5

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Inglese

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Orale

#### OBIETTIVI

ITALIANO

1. Comprendere la marca e le sue implicazioni strategiche anche in termini di vendita e Gestione dei Clienti, comprendere il valore della Marca e perché sono cruciali nel moderno Marketing Integrato.
2. Sviluppare una cornice concettuale per le principali decisioni che si prendono sulle marche.
3. Comprendere la crescente importanza delle Marche Private e come esse stiano diventando un elemento essenziale nella gestione dei clienti
4. Sviluppare attraverso la discussione di casi le capacità di analisi dei problemi e di presa delle relative decisioni.

## ENGLISH

- 1 Understand branding and its strategic implications also in terms of Sales and Customers Management, understand the consumers and economic value of brand equity, understand how crucial are brands in modern integrated marketing
- 2 Develop a conceptual framework that covers most of the variables that we bear in mind when we make decisions related to planning, implementation, and control of branding strategies and actions.
- 3 Understand the increasing importance of Retailers Brands, as they are becoming a key element of the Sales relationship with Customers.
- 4 Develop decision making competences, analysis and problems solving skills through business cases.

## RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO

### ITALIANO

Capacità di affrontare correttamente i principali problemi di gestione delle Marche, anche nei rapporti con i clienti.

### ENGLISH

Capability to manage the main Brands issues, including Brands in Customers Management.

## PROGRAMMA

### ITALIANO

Metodi didattici

Il corso integra lezioni, preparazione e presentazione di casi, discussione in classe dei casi stessi. In aggiunta ai casi Harvard Business School, durante la lezione verranno toccati diversi casi derivanti dalla vita aziendale reale, dato che la lezione mira ad adottare un approccio interattivo e a trattare casi aziendali reali. Il corso sarà disponibile agli allievi prima delle lezioni.

Programma

- Che cos'è un Marchio (brand)? Una definizione basata sul consumatore – la prospettiva legale – I tre poli dei brand come sistemi attivi.
- Brand assets, forza e valore (brand equity).
- La convergenza di finanza e marketing (Goodwill).
- Come i marchi creano valore per il cliente e per l'azienda?
- Perché il marchio implica la trasformazione della categoria di prodotto?
- Il rapporto tra prodotto e marchio.
- Si può costruire un brand leader del mercato senza pubblicità?
- Le regole fondamentali della gestione del Marchio (brand management).
- Il mondo dei "Colas" non è solo immagine.
- Entrare nell'era della democrazia dell'informazione.
- La metafora di marketing "dal cacciatore al giardiniere" (evoluzione delle attività di marketing).
- I punti di contatto del marchio.
- Diagnosi di un marchio corrente.
- Le dimensioni di conoscenza di un marchio (brand knowledge): identità del marchio (brand identity) (all'origine dell'immagine del marchio)- brand image.
- La posizione del marchio (brand positioning): formulare la posizione e la proposta competitiva, vincente e unica.
- Marchi per rivenditori al dettaglio (retailers brands, RB): il punto di vista del distributore.
- Due modi di vedere la redditività dei Marchi per rivenditori al dettaglio.
- Dall'imitazione alla differenziazione.
- Forze motrici locali RB in Francia, Germania, Regno Unito; la forza dei Marchi per i rivenditori al dettaglio nelle diverse categorie di prodotto.
- La risposta dei produttori dei prodotti di marca.
- Il valutatore dei beni di marca – Differenziazione, Pertinenza, Stima, Conoscenza – perché il loro rapporto racconta la storia.
- Le dinamiche del marchio (brand dynamics) "Piramidi" (Pyramids) e "firma" (signature).
- Il potere dell'Analisi Congiunta (conjoint analysis) (anche per il B2B).
- Il valore economico del Marchio – tre approcci al calcolo del valore del Marchio.
- Decisioni relative alla gestione del Marchio del Prodotto.
- La crescita attraverso l'estensione del Marchio – I portfolio multi marchio.
- Gestione della ridenominazione / trasferimenti del Marchio / i portfolio multi marchio.
- Gestione dei marchi globali.
- Significato della Soddisfazione del cliente e sua misura
- Le caratteristiche peculiari del business dei servizi

### ENGLISH

Didactical method

The course integrates lectures, cases and discussions.

In addition to extensive HBS cases, during the lessons small cases derived from real work experience will be introduced and discussed, as the whole lesson is aimed to adopt an interactive style and build on actual management issues.

The course slides will be available to students prior to the class period.

#### Course content

- What is a Brand? Customer-based definition - the legal perspective – the three poles of brands as living systems
- Brand assets, strength and value (Brand equity)
- The convergence of finance & marketing (Goodwill)
- How brands create value for the Customers and for the company?
- Why branding consists in transforming the product category?
- Product and brand relationship
- Can a market leading brand be built without advertising?
- The fundamental rules of Brand Management
- The world of Colas is not just about image...
- Entering the age of information democracy
- From the hunter to the gardener marketing and sales metaphor (evolution of marketing activities)
- Brand contact points
- Diagnosing a current Brand by analyzing Customers feedbacks
- Brand knowledge dimensions: Brand identity (at the origin of brand image)
- Brand positioning: positioning formulation and the unique compelling competitive proposition
- Retailers Brands: the perspective of the distributor
- Two views of the Retailers Brands profitability
- From imitation to differentiation
- Local RB drivers in France, Germany, UK ; RB strength in different product categories
- The reply of the Branded Products producers
- Brand Assets Valuator – Differentiation, Relevance, Esteem, Knowledge
- Why their relation tells the story
- Brand Dynamics "Pyramids" and "signature"
- The power of the Conjoint Analysis (also for B2B)
- The economic value of the Brand – three approaches to brand value calculation
- Handling name changes / brand transfers / Multi Brands portfolios
- Managing Global Brands
- Customer satisfaction meaning and measure
- Peculiarities of Services Businesses

#### **TESTI**

##### *ITALIANO*

Materiale didattico

- Il materiale didattico presentato a lezione è disponibile presso:

Segreteria Studenti

Il testo adottato è:

Jean-Noel Kapferer – The new strategic Brand Management – Kogan Page – London & Starling, VA

- Bibliografia consigliata:

Dawn Iacobucci – Bobby Calder – Kellog on Integrated Marketing – Kellog School of Management

##### *ENGLISH*

Didactic material

The didactic material used during lessons is available at:

Segreteria Studenti

Text used:

Jean-Noel Kapferer – The new strategic Brand Management – Kogan Page – London & Starling, VA

Recommended bibliography:

Dawn Iacobucci – Bobby Calder – Kellog on Integrated Marketing – Kellog School of Management

#### **NOTA**

##### *ITALIANO*

Modalità di esame

Discussione dei casi: 40% del voto finale

Esame finale – apprendimento personale: 60% del voto finale

##### *ENGLISH*

Cases discussion: 40% of final grade

The main cases chosen for the course will require making decisions, that is, placing ourselves in somebody else's shoes and making a commitment to a specific plan of action. Small groups home work will be followed by a deeper class discussion, simulating real life business decisions situations.

Personal learning: 60% of final grade

The final exam will be an individual face to face discussion, based on the content of the course

[http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?\\_id=50d1](http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=50d1)

---

## **SISTEMI INFORMATIVI E LABORATORIO**

Anno accademico: 2011/2012

Codice: AA018

CdL: Laurea interfacoltà in Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)

Docente: **Dott. Marco Remondino (Titolare del corso)**

Recapito: [*marco.remondino@unito.it*]

Tipologia: Attività formative affini o integrative

Anno: 2° anno

Crediti/Valenza: 8

SSD: INF/01 - informatica

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Italiano

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Scritto

### **OBIETTIVI**

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**

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

Materiale didattico: eventuali Dispense fornite dal docente

Il testo adottato è:

- Remondino M. "Gestione della conoscenza e creazione di valore per l'impresa: Sistemi informativi aziendali al servizio della Governance", Aracne Editrice

## NOTA

Modalità di verifica/esame

Tipo valutazione

X Voto 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	9:15 - 12:15	Aula 2 SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
Mercoledì	9:15 - 12:15	Aula 2 SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
<b>Lezioni:</b> dal 27/02/2012 al 09/06/2012		

[http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?\\_id=2952](http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=2952)

## SOCIOLOGIA DELL'INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE AZIENDALE

Anno accademico: 2011/2012

Codice: AA019

CdL: Laurea interfacoltà in Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)

Docente: **Dott. Giuseppe Tipaldo (Titolare del corso)**

Recapito: [[giuseppe.tipaldo@unito.it](mailto:giuseppe.tipaldo@unito.it)]

Tipologia: Attività formative affini o integrative

Anno: 3° anno

Crediti/Valenza: 8

SSD: SPS/08 - sociologia dei processi culturali e comunicativi

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Italiano

Modalità di frequenza: Obbligatoria  
Modalità di valutazione: Orale

## **OBIETTIVI**

### *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 comunicazione all'interno dell'azienda, soprattutto quella relativa alle relazioni pubbliche. 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 un piano di comunicazione e le competenze base del professionista delle relazioni pubbliche. 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 the fundamental notions of communication, as an inter-personal and media phenomenon, exploring the themes of the new media and communication within the company, especially regarding public relations. All the topics are dealt with from a sociological perspective, illustrating the main principles of the theory and methods of research.

Therefore at the end of the course the student will have a knowledge of the most significant sociological theories on communication, in particular the theories linked to mass and new media. The student will also gain the capacity to create a plan of communication and the basic skills necessary to become a professional operator in public relations. The student will be able to use analytical and methodological filters in order to view the operative reality in a more omnipresent way.

## **RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO**

### *ITALIANO*

Una conoscenza generale su linguaggi e meccanismi di comunicazione dei mass media e nuovi media. Un miglioramento delle capacità critiche e delle metodologie di analisi delle diverse forme di comunicazione. Un kit minimo per un PR.

### *ENGLISH*

A general knowledge of the language and mechanisms of mass media and new media communication. An improvement in the critical capacities and methods of analysis of the different forms of communication. A basic kit for a PR.

## **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 costante. L'apprendimento sarà monitorato attraverso il ricorso a due prove intermedie. Inoltre gli studenti stesse presenteranno, in una sorta di attività seminariale, il testo monografico, del quale faranno emergere i risultati più importanti, le metodologie analizzate e offriranno, in totale autonomia, le proprie riflessioni. Inoltre è prevista l'elaborazione di un piano di comunicazione, dove evidentemente la progettazione e l'analisi saranno esclusivamente a pannaggio dello studente, e l'elaborazione di un comunicato stampa e di una rassegna stampa.

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 - Comunicazione scritta e gli strumenti della trasparenza aziendale
- 6 - Il concetto di cultura
- 7 - Storia di comunicazioni di massa e storia dell'audience
- 8 - Il legislativo italiano in materia radio-televisiva
- 9 - Teorie delle comunicazioni di massa
- 10 - Teorie delle comunicazioni di massa
- 11 - Le diverse immagini dell'audience
- 12 - Le relazioni pubbliche e gli strumenti base
- 13 - Il news-making
- 14 - Ricerche audiometriche e il mercato pubblicitario
- 15 - Pubblicità e pubblicità sociale
- 16 - La qualità televisiva
- 17 - I nuovi media
- 18 - Social network, Comunità professionali e nuove forme di business in rete

19 - Piano di marketing e piano di comunicazione  
20 - Cenni di metodologia della ricerca sociale

### *ENGLISH*

Didactical methods

Contact hours are at the basis of the course which is however characterized by activities geared to stimulate a constant interaction between students and the teacher. The learning process will be monitored by means of two mid-term tests. Students will also have to present an activity similar to a seminar: the monographic text, presenting the most important results and the methodologies analyzed, freely expressing their opinions. A communication plan will also be created, with the students responsible for the planning process and the analysis. They will also write a press release.

Course content

Key words of communication (action, information, communication, etc.)

Signs, symbols and signals

Communication models

Verbal and non verbal communication

Written communication and the tools for company transparency

The concept of culture

History of mass communication and the history of the audience

Italian legislation regarding Italian television and radio

Theories of mass communication

Theories of mass communication

The different images of the audience

Public relations and basic tools

News-making

Audio-metrical research and the advertising market

Advertising and social advertising

The quality of television

The new media

Social networks, professions communities and new forms of business on the net

Marketing and communication plan

References to social research methodologies

### **TESTI**

#### *ITALIANO*

Il materiale didattico utilizzato a lezione è disponibile presso la segreteria didattica.

Testo adottato

Paccagnella L., (2004), *Sociologia della comunicazione*, Il Mulino

Bibliografia consigliata

Bentivegna S. (2003), *Teorie della comunicazione di massa*, Laterza

Bettetini G.-Garassini S.-Gasparini B.-Vittadini N. (2001), *I nuovi strumenti del comunicare*, Bompiani

Bonaiuto M., Maricchiolo F. (2007), *La comunicazione non verbale*, Carocci

Capecchi S. (2006), *Identità di genere e Media*, Carocci

Casula C. C., Cocco R., Invernizzi E., Lucchini, A. Mazzei A., Romenti S., (2005), *Manuale di relazioni pubbliche I.*

*Le tecniche e i servizi di base*, McGraw-Hill

Cucco E.-Pagani R.-Pasquali M. (2005), *Primo Rapporto sulla Comunicazione Sociale in Italia*, Rai Eri

Gerosa M, (2007), *Second life*, Meltemi

Mancini P. (2004), *Il sistema fragile*, Carocci

McQuail D., *L'analisi dell'audience* (2001), Il Mulino

Scifo B. (2005), *Culture mobili. Ricerche sull'adozione giovanile della telefonia cellulare*, Vita e Pensiero

#### *ENGLISH*

The didactical material is available at the secretarial office.

Text used

Paccagnella L., (2004), *Sociologia della comunicazione*, Il Mulino

Recommended bibliography

Bentivegna S. (2003), *Teorie della comunicazione di massa*, Laterza

Bettetini G.-Garassini S.-Gasparini B.-Vittadini N. (2001), *I nuovi strumenti del comunicare*, Bompiani

Bonaiuto M., Maricchiolo F. (2007), *La comunicazione non verbale*, Carocci

Capecchi S. (2006), *Identità di genere e Media*, Carocci

Casula C. C., Cocco R., Invernizzi E., Lucchini, A. Mazzei A., Romenti S., (2005), *Manuale di relazioni pubbliche I.*

*Le tecniche e i servizi di base*, McGraw-Hill

Cucco E.-Pagani R.-Pasquali M. (2005), Primo Rapporto sulla Comunicazione Sociale in Italia, Rai Eri  
Gerosa M, (2007), Second life, Meltemi  
Mancini P. (2004), Il sistema fragile, Carocci  
McQuail D., L'analisi dell'audience (2001), Il Mulino  
Scifo B. (2005), Culture mobili. Ricerche sull'adozione giovanile della telefonia cellulare, Vita e Pensiero

## NOTA

### ITALIANO

Modalità di esame

La valutazione complessiva si basa su diversi aspetti e non si limita esclusivamente alla performance finale, basata su una prova orale che consta di almeno sei domande, alcune delle quali atte a misurare la capacità dello studente di mettere in interazione i diversi argomenti.

All'interno del corso sono previsti due verifiche in itinere e dei lavori individuali e di gruppo che influenzeranno il voto finale. Inoltre saranno attivate delle attività seminariali all'interno del corso in cui gli studenti diventeranno protagonisti e si confronteranno con i propri colleghi. Si terrà anche conto dell'interazione in aula.

### ENGLISH

Evaluation process

The total assessment is based on several aspects and is not limited solely to the final examination, which consists of an oral test of at least 6 questions, some of which are aimed at measuring the students' capacity to interact on diverse topics.

There will also be two mid-term tests and individual or team work that will count towards the final mark. Moreover there will be seminar activities during the course where the students become the protagonists and will have the chance to discuss issues with the rest of the class. Class participation will also be taken into account.

## ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Lunedì	9:00 - 12:00	Aula 4 SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
Giovedì	9:00 - 12:00	Aula 4 SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale

**Lezioni:** dal 19/09/2011 al 22/12/2011

[http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?\\_id=8433](http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=8433)

## SOCIOLOGIA DELL'ORGANIZZAZIONE

Anno accademico: 2011/2012

Codice: AA007

CdL: Laurea interfacoltà in Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)

Docente: **Dott. Anna Maria Castellano (Titolare del corso), Dott. Remo Bonichi (Titolare del corso), Dott. Oddone De Siebert (Tutor)**

Recapito: [annamaria.castellano@unito.it]

Tipologia: Attività formative affini o integrative

Anno: 2° anno

Crediti/Valenza: 6

SSD: SPS/09 - sociologia dei processi economici e del lavoro

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Italiano

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Scritto

## OBIETTIVI

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.

Conoscenze e abilità attese. Acquisire una visione complessiva dello sviluppo delle teorie e dei modelli di lettura delle organizzazioni, acquisire gli elementi fondamentali per leggere il fenomeno organizzativo, collocare il fenomeno organizzativo nella cultura e nella prospettiva delle discipline sociologiche e psicologiche.

## 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

Modulo A: lezioni e rielaborazioni in gruppo

Modulo B: studio di casi e testimonianze

Programma

Il corso si compone di due moduli di 24 ore ciascuno. Il primo è più teorico/pratico, il secondo è più applicativo. Il primo è propedeutico al secondo.

Modulo A: presenta i contenuti di sapere, li sottopone ad una elaborazione attraverso lavori di gruppo e prepara le attività del modulo B.

Modulo B: presenta casi e testimonianze da sottoporre all'analisi che è stata elaborata e definita nel primo modulo.

*MODULO A - prof.ssa Castellano Anna Maria*

Modulo A: Le organizzazioni sono fenomeni complessi: leggere e interpretare

1 - Introduzione: sociologia e psicologia nello studio del lavoro e delle organizzazioni. La metafora come concezione, concezioni di Organizzazione.

2 - L'organizzazione: la metafora della macchina.

3 - L'organizzazione: la metafora dell'organismo.

4 - L'organizzazione: la metafora della cultura.

5 - L'organizzazione: la metafora del cervello.

6 - L'organizzazione: la metafora del sistema politico e del potere.

7 - L'organizzazione: la metafora del flusso e del divenire

8 - Rielaborazione del percorso e conclusioni.

*MODULO B - Dott. Bonichi Remo*

Modulo B: Le organizzazioni sono fenomeni complessi: analizzare e applicare

1 - Il comportamento organizzativo: le persone e l'organizzazione .

2 - L'organizzazione scientifica :tempi,metodi e gerarchia

3 - L'organizzazione sistemica e le relazioni industriali

4 - L'organizzazione e le risorse umane.

5 - L'organizzazione e le competenze.

6 - L'organizzazione e la leadership.

7 - L'organizzazione e i nuovi confini

8 - Rielaborazione del percorso e conclusioni.

## **TESTI**

Il testo adottato è

- G. Morgan, Images, Franco Angeli, Milano, 2009

- Dispense del docente

## **NOTA**

Modalità di verifica/esame

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
Venerdì	9:15 - 12:15	Aula 2 SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
<b>Lezioni:</b> dal 26/09/2011 al 09/06/2012		

[http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?\\_id=f007](http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=f007)

## STATISTICA

Anno accademico: 2011/2012

Codice: SAA0038

CdL: Laurea interfacoltà in Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)

Docente: **Dott. Rita Allais (Titolare del corso), Dott. Elena Siletti (Tutor)**

Recapito: [[rita.allais@unito.it](mailto:rita.allais@unito.it)]

Tipologia: Di base - Statistico-Matematico

Anno: 1° anno

Crediti/Valenza: 8

SSD: SECS-S/01 - statistica

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Italiano

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Scritto ed orale

### OBIETTIVI

#### 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

#### 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

### 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

L'attività didattica si svolgerà principalmente attraverso tre fasi:

- Lezioni frontali in aula: durante le ore di lezione in aula verranno affrontati tutti gli argomenti teorici previsti dal programma di Statistica.

- Esercitazioni in aula: verranno applicati gli argomenti teorici affrontati in aula a problemi reali.
- Esercitazioni individuali: soluzioni di esercizi proposti dal docente da svolgere in autonomia ai fini di stimolare la capacità di analisi dei dati e l'autonomia di giudizio di ciascuno studente.
- Partecipazione attiva alle attività proposte sulla piattaforma multimediale Moodle (risoluzione di quiz proposti, forum,...).
- Elaborazione facoltativa di dati attraverso l'utilizzo di Excel.

#### Programma

- Oggetto e fonti della Statistica. Collettivo e caratteri statistici. Scale di misura. Rilevazione dei dati e costruzione della matrice dei dati. Mutabili e variabili statistiche. Richiami sull'utilizzo delle sommatorie
- Distribuzioni di frequenza. Principali rappresentazioni grafiche. Raggruppamento in classi
- Funzione di ripartizione e quantili. Mediana, quartili e percentili. Il box plot.
- Misure di posizione. Medie e loro applicazioni. Principali proprietà della media aritmetica
- Misure di variabilità. Indici di eterogeneità e di entropia. Varianza e scarto quadratico medio.
- Disuguaglianza di Tchebychev. Indici di forma
- Confronti fra grandezze: rapporti statistici e numeri indice.
- Analisi delle distribuzioni doppie: distribuzioni di frequenze congiunte, marginali e condizionate. Variabili statistiche bivariate. Media e varianza condizionate.
- Dipendenza statistica e connessione. Tavole di contingenza e indici di connessione.
- Dipendenza in media. Scissione della varianza. Misure della dipendenza in media.
- Covarianza e coefficiente di correlazione lineare.
- Metodo dei minimi quadrati. Retta di regressione. Verifiche del modello e indici di bontà di adattamento
- Introduzione al calcolo delle probabilità. Esperimenti casuali, spazio campionario ed eventi. Differenti definizioni di calcolo delle probabilità. L'approccio assiomatico.
- Calcolo delle probabilità. Probabilità condizionata. Indipendenza stocastica. Formula di Bayes
- Variabili casuali univariate. Funzione di probabilità e funzione di densità di probabilità. Funzione di ripartizione. Momenti.
- Particolari modelli probabilistici discreti. Distribuzione di Bernoulli e Binomiale.
- Particolari modelli probabilistici continui. V.c. uniforme, normale, t di Student, c2
- Calcolo delle aree della distribuzione normale e utilizzo delle tavole.
- Campione casuale, stimatore e statistiche campionarie. Variabili casuali media e varianza campionaria. Teorema del limite centrale.
- Stima puntuale e stima per intervallo.
- Applicazioni a casi reali delle metodologie affrontate nel corso

#### *ENGLISH*

##### Didactic methodology

There are three types of methodologies used:

- Contact hours: all the theoretical topics on the syllabus will be dealt with during these hours
- Practical exercises in the classroom and laboratory: the theoretical topics will be applied to real problems also using Excel for the elaboration of the data
- Individual practice: students will be asked to work out exercises proposed by the teacher so as to enhance their skills in analyzing data as well as their capacity for judgment

##### COURSE CONTENTS

- Aim and source of Statistics. Statistic collective and features. Measurement scales. Ways to obtain data and creation of data matrices
- Distribution of frequency. Main representational graphs. Groupings in categories
- Comparison of sizes: statistic reports and index numbers
- Distribution and quantile functions. Median, quartiles and percentiles

- Position measurements. Averages and their applications.
- Variability measurements. The box plot.
- Tchebychev inequality. Form indices.
- Analysis of double distributions: distributions of joint marginal and conditioned frequencies. Bi-variate statistic variables. Average and conditioned variance.
- Statistic dependence and connection. Contingency charts and connective indexes.
- Average independence. Division in variance. Measurement of average dependence.
- Co-variance and linear correlation coefficients.
- Method of least mean squares. Regression lines. Assessment of models and suitability indexes
- Introduction to calculation of probabilities. Random experiments, sample space and events. Different calculation definitions of probability. The axiom approach.
- Calculation of probabilities. Conditioned probabilities, stochastic independence. Bayes formula.
- Uni-variate random samples. Functions of probability and density probability. Allocation functions. Moments.
- Particular probable discreet models.
- Particular continuous probable models. Calculus of the areas of normal distribution and use of charts.
- Random sample, estimator and sample statistics. Random average variables and variance in samples. - Theory of central limits.
- Regular estimates and estimates at intervals. Confidence intervals for the average value and the proportion.
- Introduction to the problem of the verification of the hypotheses .
- Application to real cases of the methodologies dealt with during the course

## **TESTI**

### *ITALIANO*

Il Materiale didattico 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:

- 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.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

- 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.statisticalengineering.com/central_limit_theorem.htm)
- <http://www.statsci.org/teaching.html>
- <http://www.causeweb.org/repository/StarLibrary/activities/>

## **NOTA**

### *ITALIANO*

Modalità di verifica/esame

L'esame consta di una parte scritta e di una parte orale, quest'ultima facoltativa, riguardanti l'intero programma svolto in aula. Il voto massimo raggiungibile con il solo esame scritto sarà pari a 26/30. La partecipazione sulla piattaforma Moodle e/o la presentazione facoltativa di una tesina in Excel, saranno valutate con un punteggio massimo pari a 4/30 (da 0 a 2 punti per la partecipazione a quiz e forum su Moodle e da 0 a 2 punti per la tesina) che si aggiungerà alla votazione finale, solo se sufficiente (ovvero maggiore o uguale a 18), dell'esame scritto (e orale). La tesina in Excel dovrà essere necessariamente presentata durante la prova orale.

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

##### Evaluation process and modalities

The exam is made up of a written part which must be passed (either Pass or Fail) in order to do the oral examination. The oral examination will cover the entire syllabus and will be assessed out of 30. It will be made up of three questions (each one worth 9/30). The maximum mark that can be obtained is 27/30. Class participation in the classroom or Moodle, by means of exercises carried out by the students or written assignments, will be evaluated with a maximum score of 3/30 that will be added to the mark obtained during the oral examination.

#### ORARIO LEZIONI

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

**Lezioni:** dal 27/02/2012 al 09/06/2012

[http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?\\_id=231f](http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=231f)

---

#### STRATEGIC MANAGEMENT

Anno accademico: 2011/2012

Codice: SAA0026

CdL: Laurea interfacoltà in Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04),  
Laurea interfacoltà in Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 509/99)

Docente: **Dott. James McLoughlin (Titolare del corso)**

Recapito: [jgm4@bton.ac.uk](mailto:jgm4@bton.ac.uk)

Tipologia: A scelta dello studente

Anno: 2° anno 3° anno

Crediti/Valenza: 5

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Inglese

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Scritto

#### OBIETTIVI

##### ITALIANO

Per la fine del corso, gli studenti avranno:

1. sviluppato una comprensione critica della natura e ruolo di strategia e le sue teorie e concetti & nbsp;
2. una conoscenza delle forze complesse nazionali ed internazionali come forza motrice del cambiamento ed una consapevolezza critica delle implicazioni del processo decisionali.
3. Inoltre avranno sperimentato i concetti strategici, le teorie e strumenti per l'analisi applicati a problemi gestionali in un contesto internazionale
4. Avranno sviluppato capacità di problem-solving strategie e la formulazione di problemi, analisi, generazione di opzioni e scelte di potenziali problemi.
5. Avranno acquisito un approccio alla strategia, sia critica, pragmatica e creativa.
6. Sviluppo delle capacità di comunicazione

##### ENGLISH

By the end of the course the participants should have:

1. Developed a critical understanding of the nature and role of strategy and its theories and concepts & nbsp;
2. An understanding of the complex national and international forces driving change and a critical awareness of the strategic decision making implications.
3. Practised using strategic concepts, theories and tools of analysis applied to

business problems in an international context.

4. Developed strategic problem solving skills including diagnosis & problem formulation, analysis, generation of options and selection of possible solutions.

5. Developed strategic thinking skills ( critical, pragmatic, creative)

6. Developed communication skills

## **PROGRAMMA**

### *ITALIANO*

Metodi didattici

Le lezioni consisteranno in vari metodologie di apprendimento, classi frontali, video, dibattiti e discussioni.

Programma

Introduzione. Che cos'è la strategia?

Prospettive teoriche. Modelli ed approcci alla formulazione strategica

Visione, missione, obiettivi. Teoria del azionista, responsabilità sociale, ed etica commerciale

Analisi esterni strategici 1

- Analisi macro internazionale dell'ambiente
- Analisi dell'industria

Mercati, concorrenza e clienti

Analisi esterni strategici 2

- Analisi dell'industria

Mercati, concorrenza e clienti

Analisi esterni strategici 1

- Analisi di risorse
- Competenze e capacità
- Catena del valore, sistemi e reti
- Fonti di vantaggio concorrenziale

Analisi interni strategici 2

- Catena del valore, sistemi e reti
- Fonti di vantaggio concorrenziale

Scelte strategiche 1 – contesto internazionale

- Ottenere e sostenere vantaggio concorrenziale
- Orologio strategico e strategie generiche

Scelte strategiche 2

- Strategie basate sulle risorse

SWOT, Strategie di rete .

Scelte strategiche 3 –

- Matrice scelte del mercato (Ansoff)
- Metodi di espansione
- Espansione internazionale e globalizzazione
- Imprenditoriale strategico

Valutazione strategica e selezione

### *ENGLISH*

Didactical method

The classes will involve a variety of learning approaches, normally involving lectures, cases, videos, debates and discussion.

Course content

Introduction. What is strategy?

Theoretical perspectives. Models and approaches to strategy formulation

Vision, mission, objectives. Stakeholder theory, social responsibility and "business ethics"

Strategic external analysis 1

- International macro environmental analysis
- industry analysis

markets, competitors and customers

Strategic external analysis 2

- industry analysis

markets, competitors and customers

Strategic internal analysis 1

- resource analysis
- competencies and capabilities

- value chain, system and networks
- sources of competitive advantage
- Strategic internal analysis 2
- value chain, system and networks
- sources of competitive advantage
- Strategic choice 1 – international context
- attaining and sustaining competitive advantage
- Strategy clock & generic strategies
- Strategic choice 2
- Resource based strategies
- SWOT, Network strategy .
- Strategic choice 3 –
- market options matrix (Ansoff)
- expansion methods
- International expansion and globalisation
- Strategic entrepreneurship
- Strategic evaluation and selection

## **TESTI**

### *ITALIANO*

Il materiale didattico fornito dal docente è a disposizione presso la segreteria didattica.

Il testo adottato è:

Lynch, R., Corporate Strategy, FT Prentice Hall (latest edition)

Consultare inoltre il sito : [www.pearson.co.uk/lynch](http://www.pearson.co.uk/lynch) dove ci sono:

- Altro materiale didattico
- Domande a risposta multipla con chiave
- Link ad articoli sul sito e registro aziende

Bibliografia consigliata

Lecture supplementari opzionali (ultima edizione)

De Wit & Meyer,R, Strategy Synthesis, Thomson Learning

Johnson, J & Scholes, K. Exploring Corporate Strategy, Prentice Hall.

Grant,R. Contemporary Strategic Analysis, Blackwell

Kay, J Foundations of Corporate Success

Grundy,T and Brown,L Be your own Strategy Consultant, Thomson Learning

De Wit, B & Meyer,R Strategy – Process, Content, Context ( various readings )

### *ENGLISH*

The didactical material is available at the secretarial office.

Text used:

Lynch, R., Corporate Strategy, FT Prentice Hall (latest edition)

See also Companion web site to the above book: [www.pearson.co.uk/lynch](http://www.pearson.co.uk/lynch) which has:

- Supplementary study materials
- Self test multiple choice questions
- Links to relevant articles on the web and a company directory
- Recommended bibliography

Additional useful sources (latest editions of)

De Wit & Meyer,R, Strategy Synthesis, Thomson Learning

Johnson, J & Scholes, K. Exploring Corporate Strategy, Prentice Hall.

Grant,R. Contemporary Strategic Analysis, Blackwell

Kay, J Foundations of Corporate Success

Grundy,T and Brown,L Be your own Strategy Consultant, Thomson Learning

De Wit, B & Meyer,R Strategy – Process, Content, Context ( various readings )

## **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>).

[http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?\\_id=8bef](http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=8bef)

---

## **STRATEGIE D'IMPRESA**

Anno accademico: 2011/2012

Codice: AA037

CdL: Laurea interfacoltà in Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)

Docente: **Prof. Fabrizio Mosca (Titolare del corso)**  
Recapito: [mosca@econ.unito.it]  
Tipologia: A scelta dello studente  
Anno: 2° anno 3° anno  
Crediti/Valenza: 3  
SSD: SECS-P/08 - economia e gestione delle imprese  
Modalità di erogazione: Tradizionale  
Lingua di insegnamento: Italiano  
Modalità di frequenza: Obbligatoria  
Modalità di valutazione: Scritto

## **OBIETTIVI**

### *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 View 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

- 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.

**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>).

[http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?\\_id=1a32](http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=1a32)

---

Aggiornato il 20/05/2012 05:40 - by *CampusNet*