

Guida dello studente anno accademico 2012-2013

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
A NEW WORLD ECONOMY	3
ANALISIS DE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACION APLICADAS A LA NEGOCIACION (COMMUNICATION STRATEGIES ANALYSIS FOR NEGOTIATION)	5
ATTIVITA' INTEGRATIVA DI ORIENTAMENTO (COACHING) - (Coaching)	6
AUDITING E REPORTING PER COMUNICAZIONE DELLA PERFORMANCE AZIENDALE (Corso di) - (AUDITING AND REPORTING FOR COMPANY PERFORMANCE COMMUNICATION)	10
BUSINESS PROCESS DESIGN, ANALYSIS AND REENGINEERING	10
CORSO DI RETI E SICUREZZA E TECNOLOGIA PER LA COMUNICAZIONE SUL WEB - (THE NET AND SECURITY - WEB COMMUNICATION TECHNOLOGIES)	12
CROSS CULTURAL COMMUNICATION AND NEGOTIATION TECHNIQUES	16
DIRITTO AVANZATO (Corso Integrato di) - (Integrated Advanced Course of Law)	18
Diritto Commerciale (Business Law)	19
Diritto dell'Unione Europea (European Union Law)	21
DIRITTO BASE (Corso integrato di) - (Integrated Basic Course of Law)	24
Istituzioni di Diritto privato (Private law institutions)	26
Istituzioni di Diritto pubblico (Public law institutions)	28
DIRITTO DELL'INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE AZIENDALE - (CORPORATE INFORMATION AND COMMUNICATION LAW)	29
DIRITTO REGIONALE - (ITALIAN REGIONAL LAW)	31
ECONOMIA (Corso Integrato di) - (Integrated Course of Economics)	34
Economia dell'innovazione	35
Economia Manageriale	37
ECONOMIA AZIENDALE - (Business Administration)	38
ETICA AZIENDALE - (Business Ethics)	41
EUROPEAN INDUSTRIAL DEVELOPMENT: A REGIONAL HISTORICAL CASE	44
EUROPEAN UNION LAW ON TOURISM AND SPORTS	45
FONDAMENTI DI COMUNICAZIONE (Pre-corso)	47
GESTIONE DEI PROCESSI ORGANIZZATIVI (Corso Integrato di) - (Integrated Course of Business Process Management)	48
Gestione dei processi e dei progetti aziendali	49
Organizzazione Aziendale	51
INFORMATICA GENERALE - (GENERAL IT)	53
INTERNATIONAL RETAIL AND DISTRIBUTION	57
INTRODUCTION TO PSYCHOLOGY IN THE WORKPLACE	59
ISTITUZIONI DI ECONOMIA - (FUNDAMENTALS OF ECONOMICS)	61
LABORATORIO DI LEADERSHIP 1 - (LEADERSHIP WORKSHOP 1)	64
LEADERSHIP IN A CHANGE MANAGEMENT PROCESS	64
LEGAL REQUIREMENTS IN BUSINESS ETHICS AND FAIR TRADE	65
LES ENTREPRISES ET LEUR CAPITAL INTELLECTUEL - (HOW COMPANIES PROTECT THEIR INTELLECTUAL CAPITAL)	67
LINGUA FRANCESE (2° anno) - (French)	68
LINGUA FRANCESE (3° anno) - (French)	71
LINGUA INGLESE (1° anno) - (English)	74
LINGUA INGLESE (2° anno) - (English)	76

LINGUA INGLESE (3° anno)	79
LINGUA SPAGNOLA (2° anno)	82
LINGUA SPAGNOLA (3° anno)	85
LINGUAGGI DELLA COMUNICAZIONE AZIENDALE - (LANGUAGE OF BUSINESS COMMUNICATION)	88
MARKETING AND COMMUNICATION	91
MARKETING E FINANZA (Corso Integrato di) - (INTEGRATED COURSE OF MARKETING AND FINANCE)	91
Finanza Aziendale	92
Marketing	94
MATEMATICA PER LE APPLICAZIONI ECONOMICHE E FINANZIARIE - (MATHEMATICS FOR BUSINESS ECONOMICS AND FINANCE)	96
PROFESSIONAL COMMUNICATION SKILLS FOR BUSINESS	99
PSICOLOGIA DELL'ORGANIZZAZIONE - (THE PSYCHOLOGY OF ORGANIZATIONS)	100
RAGIONERIA E CONTROLLO DI GESTIONE (Corso di) - (FINANCIAL ACCOUNTING AND MANAGEMENT AND CONTROL)	102
SISTEMI INFORMATIVI E LABORATORIO - (INFORMATION SYSTEMS AND LABORATORY)	105
SOCIOLOGIA DELL'INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE AZIENDALE - (INFORMATION AND COMMUNICATION SOCIOLOGY)	106
STATISTICA - (STATISTICS)	109
STRATEGIC MANAGEMENT	112
STRATEGIE D'IMPRESA - (CORPORATE STRATEGY)	115

Università degli Studi di Torino

SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale

A NEW WORLD ECONOMY

Anno accademico: 2012/2013

Codice: SAA0059

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

Docente: **Dott. Davide Meinero (Titolare del corso)**

Recapito: [davide.meinero@unito.it]

Tipologia: A scelta dello studente

Anno: 2° anno 3° anno

Crediti/Valenza: 5

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

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Inglese

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Scritto ed orale

OBIETTIVI

ITALIANO

OBIETTIVI

Questo corso è pensato per offrire agli studenti gli strumenti per interpretare i cambiamenti economici, politici e sociali che stanno modificando l'ordine mondiale comparando eventi presenti e passati e studiando i rapporti tra i vari fattori sulla scena globale.

ENGLISH

OBJECTIVES

The course is designed to offer the students the tools to interpret the economic, political, cultural and social changes that are reshaping the international world order by comparing present and past events and by investigating the current relationships between the various factors on the global scene.

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO E MODALITÀ DI VERIFICA

ITALIANO

Il corso aiuterà gli studenti a sviluppare le competenze necessarie a decifrare meglio la cornice politica ed economica globale con cui dovranno confrontarsi in futuro.

ENGLISH

COMPETENCES ACQUIRED

Students should have an excellent knowledge of the English language

The class should help the students develop the competencies to better decipher the political and economic global framework they're going to deal within the future.

PROGRAMMA

ITALIANO

METODI DIDATTICI

discussioni e case-studies

PROGRAMMA

Molti eventi significativi e rivoluzionari hanno influenzato l'ordine mondiale tra il ventesimo e il ventunesimo secolo: la caduta del muro di Berlino, l'ascesa della Cina e la conseguente accelerazione dei processi di globalizzazione attraverso l'integrazione del mercato, l'attacco dell' 11 settembre e le campagne militari in Afghanistan e in Iraq, e infine la crisi finanziaria che ha colpito duramente le economie occidentali e ha dato

nuova forma alla geopolitica globale. L'insorgenza di nuovi importanti agenti nell'ambiente politico ed economico internazionale ha rivoluzionato gli equilibri globali e i rapporti tra gli stati.

L'ordine mondiale sta rapidamente cambiando: i cambiamenti sociali, politici e demografici avranno un enorme impatto sul mondo che conosciamo e determineranno profondi cambiamenti nelle società occidentali.

Il corso è diviso in tre parti:

1- La prima parte si concentra sullo sviluppo dell' occidente. Viene posta un'enfasi particolare sulle istituzioni economiche che hanno favorito l'avvio e l'ascesa dei poteri occidentali nel corso dei secoli

2- La seconda parte si concentra sulla fine della prima era della globalizzazione e sui cambiamenti storici, sociali ed economici che hanno dato nuova forma alla struttura del mondo nel ventesimo secolo. In questa sezione verrà accordata una particolare attenzione allo sviluppo delle organizzazioni internazionali e al loro ruolo nell'ambiente politico e finanziario internazionale

3- La terza parte si concentra sull'odierno ordine mondiale, in particolar modo sulla crescita dei poteri emergenti in tutto il mondo (dall'Asia, all'Africa, alle Americhe). In questa sezione si analizzerà il loro nuovo ruolo nell'ordine politico ed economico mondiale, e verrà posta un'enfasi particolare sulle dinamiche economiche e istituzionali dei paesi in via di sviluppo e sui cambiamenti avvenuti negli ultimi 20 anni.

ENGLISH

TEACHING METHODS

Discussions and case studies

SYLLABUS

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

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

The course is divided in three segments:

- the first part is focused on the development of the West: particular emphasis is placed on the economic institutions that favored the take-off and rise of the western power across the centuries;
- the second part is focused on the end of the first globalization era and on the historical, social and economic changes that reshaped the world structure in XX century. In this session special attention will be devoted to the rise of the international organizations and on their role in the political and financial international environment;
- the third part is focused on the current world order, especially on the rise of the emerging powers all over the globe (from Asia to Africa to Americas). During this session, their new role in the political and economic world order will be investigated. Particular emphasis will be placed on the economic and institutional dynamics of the developing countries and the changes occurred in the last 20 years.

TESTI

Il materiale didattico sarà distribuito in aula.

COURSE MATERIAL. Handouts will be provided

NOTA

PRE-REQUISITI: ottima conoscenza della lingua inglese

FINAL ASSESSMENT

Oral/written exam

ANALISIS DE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACION APLICADAS A LA NEGOCIACION (COMMUNICATION STRATEGIES ANALYSIS FOR NEGOTIATION)

Anno accademico: 2012/2013

Codice: SAA0061

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

Docente: **Dott. Elena Malaffo (Titolare del corso)**

Recapito: 0116706107 [elena.malaffo@unito.it]

Tipologia: A scelta dello studente

Anno: 2° anno 3° anno

Crediti/Valenza: 5

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

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Spagnolo

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Scritto

OBIETTIVI

ITALIANO

OBIETTIVI

Acquisire una concezione pratico-teorica dell'ambito della comunicazione e negoziazione internazionali e delle loro diverse espressioni ed applicazioni.

- Conoscere le origini della negoziazione internazionale e di alcuni concetti correlati alla risoluzione dei conflitti.
- Sviluppare competenze per poter opportunamente analizzare i processi di negoziazione internazionale, applicando strategie specifiche e riconoscendo le caratteristiche della controparte nella negoziazione.

ENGLISH

OBJECTIVES

- To acquire a theoretical and practical knowledge in the fields of international communication and negotiation and their various applications and expressions.
- To get to know the origins of international negotiations and some concept related to conflict solving.
- To develop specific skills to analyze international negotiation processes by applying specific strategies and recognizing the counterpart's characteristics during a negotiation process.

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO E MODALITÀ DI VERIFICA

COMPETENCES ACQUIRED

Students should have an excellent knowledge of the Spanish language

An in-depth understanding of communication strategies applied to negotiation

PROGRAMMA

ITALIANO

METODO

Il corso si svolgerà come un seminario. Il professore avrà un ruolo di supporto, incoraggiando le discussioni tra tutti i partecipanti rispetto ai concetti e agli esempi presentati nelle varie sessioni. Pertanto l'esito positivo del corso si baserà anche sul lavoro e la partecipazione attiva di ogni studente. In questo senso, l'elemento centrale sarà l'analisi del materiale proposto dal docente per approfondire i contenuti e le diverse tecniche applicate a casi reali.

PROGRAMMA

Comunicare è un'arte, i cui elementi verbali e non verbali utilizziamo quotidianamente, sia in modo cosciente sia in modo incosciente, per svolgere con successo ogni forma di negoziazione. Tuttavia, senza alcun dubbio le frontiere che noi, esseri umani, eravamo abituati a definire come nostro territorio sociale

stanno diventando sempre più elastiche e permeabili. Il mondo in cui viviamo, studiamo e lavoriamo spesso esula dal nostro ambiente culturale originario per proiettarsi verso una dimensione onnicomprensiva che è parte, ma anche risultato, della tendenza alla globalizzazione della nostra società. Per questo motivo si rende necessario stabilire innanzitutto le coordinate che determinano la nostra posizione sulla scacchiera del complesso gioco delle rappresentazioni mentali, per poi sviluppare capacità controllate per comprendere le diversità sociolinguistiche e socioculturali con sensibilità ed empatia.

Il corso si compone principalmente di tre parti:

- Analisi degli elementi impliciti ed espliciti del comportamento culturale, definizione degli aspetti positivi e negativi degli stereotipi e degli elementi che possono provocare lo shock culturale, studio dell'uso e del significato del tempo e di altre dimensioni per classificare le diverse culture;
- Definizione di competenza comunicativa e studio dei fattori che la compongono, degli elementi di comunicazione verbale e non verbale di tipo cinesico, prossemico e cronemico e della teoria dell'attribuzione nell'atto comunicativo;
- Studio degli aspetti principali delle culture di negoziazione in Europa, nel confronto con alcune realtà extraeuropee, costruzione di una pragmatica della negoziazione interculturale.

ENGLISH

TEACHING METHODS

The course will be held as a seminar, where the professor will be of support to the students by encouraging discussions among participants on the topics and examples analyzed during the lessons.

SYLLABUS

Communicating is an art whose verbal and non-verbal elements are used every day – consciously as well as unconsciously – in order to carry out all forms of negotiation successfully. However, there is no doubt that the borders that human beings normally define as their social territory are becoming more and more flexible and permeable. The world in which we live, study and work often goes beyond our original cultural environment and reaches an all-embracing dimension which is both part and result of our society's tendency towards globalization. For this reason, it is necessary to set up the coordinates which determine our position within the complex game of mental representations. Afterwards, we need to develop controlled skills to understand sociolinguistic and socio-cultural diversities with the necessary sensibility and empathy.

The course is divided into three main parts:

- An analysis of the implicit and explicit features of cultural behaviour; definition of positive and negative aspects of those stereotypes and elements which can cause a "cultural shock"; study of the use and meaning of time and other dimensions to classify different cultures.
- A definition of the communicative competence and a study of its central features, the elements of verbal and non-verbal communication, such as kinetics, proxemics, chronemics and the attribution theory related to the communicative act.
- A study of the main features of European negotiation cultures, compared to some non-EU realities; construction of an intercultural communication pragmatics.

TESTI

COURSE MATERIAL

Handouts will be distributed.

NOTA

FINAL ASSESSMENT

The assessment will take into account the work and active participation of every student. In this sense, a central element will be the analysis of the material provided by the professor in order to analyze the contents and techniques applied to real cases in further details.

<http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?id=0351>

ATTIVITA' INTEGRATIVA DI ORIENTAMENTO (COACHING) - (Coaching)

Anno accademico: 2012/2013

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. Lorenzo Tesio (Tutor) Dott. Paola Genotti (Tutor) Dott. Marisa Della Torre (Tutor) dott. Eleonora Crestani (Tutor) Dott. Claudia Pescitelli (Tutor) Dott. Damiano Cortese (Tutor)**

Recapito: [marcella.baiunco@fastwebnet.it]
Tipologia: Altro - Tirocini formativi e di orientamento
Anno: 3° anno
Crediti/Valenza: 1
SSD: M-PSI/06 - psicologia del lavoro e delle organizzazioni
Modalità di erogazione: Tradizionale
Lingua di insegnamento: Italiano
Modalità di frequenza: Obbligatoria
Modalità di valutazione: Giudizio finale - Laboratorio

OBIETTIVI

ITALIANO

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

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

ENGLISH

OBJECTIVES

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

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

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

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO E MODALITÀ DI VERIFICA

ITALIANO

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

ENGLISH

COMPETENCIES ACQUIRED

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

PROGRAMMA

ITALIANO

Metodi didattici

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

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

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

Programma

1° INCONTRO di GRUPPO (attività obbligatoria per conseguimento credito)
Avvio del percorso di Coaching

1° COLLOQUIO INDIVIDUALE

- Autovalutazione delle proprie competenze comportamentali
- Individuazione obiettivi di sviluppo

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

2° COLLOQUIO INDIVIDUALE

- Approfondimento lavoro di gruppo
- Andamento obiettivi di sviluppo

3° COLLOQUIO INDIVIDUALE

Andamento obiettivi di sviluppo

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

4° INCONTRO INDIVIDUALE

- Approfondimento Leadership
- Andamento obiettivi di sviluppo

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

5° INCONTRO INDIVIDUALE

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

ENGLISH

TEACHING METHODS

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

-Group coaching sessions aimed at experimenting – through practical exercises, simulations, role play, the viewing and critical comment of cinematographic sequences – the relational and problem-solving dynamics

central to the topics mentioned above, which are of fundamental importance during the students' university career and their internship period. The group coaching sessions are 1-hour activities within the classroom training sessions. Attendance is compulsory in order to be awarded the credit.

-Optional individual coaching sessions, modelled on the students' profiles and decided with them. Depending on their specific needs, different models of competence development are designed, and the students will be monitored in the pursuit of their goals throughout their university career and their compulsory internship period. Attendance is not compulsory, but strongly recommended to give value, consistency and continuity to the students' ongoing process of personal growth and development.

SYLLABUS

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

1st INDIVIDUAL INTERVIEW

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

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

2nd INDIVIDUAL INTERVIEW

- Discussion of group work
- Discussion of objectives pursued

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

Leadership

4th INDIVIDUAL MEETING

- Leadership – further study
- Discussion of objectives pursued

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

- Entering the world of business

5th INDIVIDUAL MEETING:

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

TESTI

- 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>).

AUDITING E REPORTING PER COMUNICAZIONE DELLA PERFORMANCE AZIENDALE (Corso di) - (AUDITING AND REPORTING FOR COMPANY PERFORMANCE COMMUNICATION)

Anno accademico: 2012/2013

Codice: SAA0004

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

Docente: **Prof. Valter Cantino (Titolare del corso)**

Recapito: [valter.cantino@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	
Martedì	13:15 - 16:15	
Lezioni: dal 24/09/2012 al 07/06/2013		

BUSINESS PROCESS DESIGN, ANALYSIS AND REENGINEERING

Anno accademico: 2012/2013

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]

Tipologia: A scelta dello studente

Anno: 2° anno 3° anno

Crediti/Valenza: 5

SSD: SECS-P/07 - economia aziendale

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Inglese

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Scritto

OBIETTIVI

ITALIANO

OBIETTIVI

Questo corso si propone di promuovere una comprensione critica di strumenti, teorie e concetti chiave del disegno, dell'analisi e della gestione dei processi aziendali e di fornire l'opportunità di applicare queste conoscenze a problemi specifici del Business Process Management and Reengineering. Verrà dedicata una particolare attenzione agli aspetti manageriali e organizzativi relativi alle variabili di innovazione e cambiamento che appartengono alla fase di transizione dalla funzione di base di un'azienda al processo di base della stessa.

Analizzeremo inoltre gli strumenti e le tecniche manageriali per il miglioramento della performance e per l'efficacia nel rientro dei costi.

ENGLISH

OBJECTIVES

This module aims at promoting a critical understanding of the key concepts, theories and tools of business process design, analysis and management and to provide the opportunity to apply such knowledge to specific problems of Business Process Management and Re-engineering. Particular emphasis will be given to the managerial and organizational aspects related to the change and innovation variables involved in the transition phase from a function based company to a process based one.

Managerial tools and techniques for performance improvement and cost effectiveness will also be discussed and analysed.

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO E MODALITÀ DI VERIFICA

ITALIANO

Prerequisiti: ottima conoscenza della lingua inglese.

Al termine del corso, i partecipanti saranno in grado di:

- Utilizzare la terminologia specifica del Process Management e del BPR (Business Process Reengineering).
- Definire gli obiettivi, i KPI (indicatori critici di successo) e i risultati della gestione dei processi e i miglioramenti.
- Analizzare i modelli di riferimento e le fasi principali di un progetto di BPR.
- Identificare i fattori critici di successo di un progetto BPR.
- Interpretare e analizzare le principali competenze e responsabilità dei ruoli manageriali chiave di un'organizzazione fondata sui processi.
- Stabilire, per un determinato progetto di management process, le fasi, le attività connesse, le risorse coinvolte e i risultati previsti.

ENGLISH

COMPETENCES ACQUIRED

Students should have an excellent knowledge of the English language

By the end of the course the participants should be able to:

1. apply the appropriate terminology of Process Management and BPR – Business Process Reengineering;
2. define the goals, the KPIs and the expected results of Process Management and improvement of BPR projects;
3. analyse models of reference and the main phases of a BPR project;
4. identify the critical success factors of a BPR project;
5. interpret and analyse the core competencies and responsibilities of the key managerial roles of a process driven organization
6. interpret and analyse the core competencies and responsibilities of the key managerial roles of a process driven organization

PROGRAMMA

ITALIANO

METODI DIDATTICI

Le lezioni comprenderanno diversi approcci formativi, da lezioni frontali a esercizi individuali e di gruppo, casi, dibattiti e discussioni.

CONTENUTI

"Ciò che si può misurare, si può gestire": questo concetto al tempo stesso semplice e fondamentale costituisce il comune denominatore di tutto il corso. Il "management by fact" di persone, risorse finanziarie, strutture organizzative e tecnologie costituisce un vantaggio competitivo primario per tutti gli studenti che aspirano a diventare manager di successo nel loro futuro professionale.

INGLESE

TEACHING METHODS

The classes will involve a variety of learning approaches, normally involving lectures, individual and group exercise, cases, debates and discussion

SYLLABUS

What gets measured, gets managed": this simple yet fundamental concept constitutes the common denominator for the whole course.

"Managing by fact" people, financial resources, organizational structures and technologies constitutes a primary competitive advantage for all students that inspire to become successful managers in their professional future.

TESTI

TESTI

Il materiale didattico sarà distribuito in aula

COURSE MATERIAL

Handouts will be provided by the teacher.

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>).

FINAL ASSESSMENT

Final examination based on multiple choice questions and case analysis.

<http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?id=0c04>

CORSO DI RETI E SICUREZZA E TECNOLOGIA PER LA COMUNICAZIONE SUL WEB - (THE NET AND SECURITY - WEB COMMUNICATION TECHNOLOGIES)

Anno accademico: 2012/2013

Codice: SAA0009

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

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

Recapito: [magro@di.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. Valter 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

The course aims at providing students with the basic notions of the problems connected to the security of IT systems and all the relative aspects regarding technology, processes, norms and general governance.

The following will be presented: the fundamental principles of the management, the structure of the organizations involved, the standard principles used (Iso 27000 and Cobit), the main risks and norms (including Basel and Solvency, the most influential European guidelines), a general view of the problems concerning the security of processes regarding the main product sectors on the market.

WEB TECHNOLOGIES

The course aims at providing a general introduction to the tools and technologies that can be used to build interactive systems on the Web. Students will be provided with analytical and methodological tools, together with real examples of applications on the technologies analysed. Students should therefore be able to understand and assess the different approaches in order to make informed and effective choices in the context of wide-ranging company projects.

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO E MODALITÀ DI VERIFICA

ITALIANO

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).

ENGLISH

COMPETENCES ACQUIRED

NETWORKS AND SECURITY

At the end of the course students should be able to understand the mechanisms at the heart of security regarding governance, processes, norms and technology.

WEB TECHNOLOGIES

Students should have a knowledge of the different technologies available to build Web systems, as well as an awareness of the different aims, limits and possibilities. They should be able to take informed and effective decisions regarding the choice of the web technologies in a business (and non business) context.

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. Valter 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

- 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

- 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)

ENGLISH

TEACHING METHODS

Tutorial activities will be carried out during the course so that students can ask questions on concepts they have not understood during the course. Contact hours using slides, backed up by the analysis of case studies deriving from real life scenarios. During the Web Technologies course guest speakers will be invited to give their expert opinion and analysis of case studies.

SYLLABUS

- NETWORKS AND SECURITY

- 1-Introduction to security. Organizational and managements aspects on security, concept of SOD and illustration of the main risk categories involved, concept of web security (6 hours)
- 2- Security of processes – general overview, concept of SOD, illustration of the problems linked to security of the key processes of the main product sectors on the market (focus on industries, banks, insurance companies, etc) (12 hours)
- 3- Security governance in IT. The use of ISO 270000 for the IT area. Business continuity planning. (9 hours)
- 4- Norms regarding security. General overview, categories of norms, authorities, standards and main approaches to management. (6 hours)
- 5- Case studies dealing with the topics studied during the course. (7 hours)

- WEB TECHNOLOGIES

- 1 – Introduction to Internet Architecture, physical and logistic aspects and protocols (5 hours)
- 2 – Internet applicative level, client-server model and peer-to-peer, DNS and Web, architecture for Web systems (5 hours).
- 3 – Web page statistics (HTML and CSS pages (3 hours)
- 4 – Dynamics of web pages, based on client-side technologies (javascript, Java Applet, Flash) and server-side (Active Server Page, PHP, Java Server Pages, Servlet (3 hours)
- 5 – Introduction to XML (DTD, DML, XSLT) (3 hours)
- 6 – References to Web 2.0: AJAX, Open API and web-based applications. Examples of applications based on dynamic Web technologies: Content Management Systems and blog (3 hours)
- 7 – Semantic Web (3 hours)
- 8 – Principles and operation of search engines (3 hours)
- 9 – Principles for the optimization of search engines (SEO Search Engine Organization) (3 hours)
- 10 – Principles of Human-Computer Interaction: usability and accessibility (3 hours)
- 11 – Web Services and Service Oriented Architecture (3 hours)
- 12 – SaaS (Software as a Service) and Cloud Computing (3 hours)

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)

ENGLISH

COURSE MATERIAL

Tools such as PC, projector, the Internet and browser will be used in the class room.

For Networks and Security students will be provided with slides by the teacher.

For Web Technologies the following will be used:

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 (available online)

Articles on Web 2.0, AJAX, CMS and web applications; accessibility (available online and at the secretarial offices).

NOTA

ITALIANO

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>).

ENGLISH

FINAL ASSESSMENT

Networks and Security

Written examination, with multiple choice questions on the topics dealt with in the course with the aim of assessing how well the students know the topics and how well students cope with security management.

Web Technologies

Written exam composed of multiple choice questions and open answers. When assessing the open answers, the students will be scored for the depth of their knowledge of the topics, but also for how well the students use this knowledge to create an answer which is convincing and written in good Italian.

Students can only take the examination if they enroll via the SIA procedure online (<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 25/02/2013 al 07/06/2013

<http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?id=0252>

CROSS CULTURAL COMMUNICATION AND NEGOTIATION TECHNIQUES

Anno accademico: 2012/2013

Codice: SAA0034

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

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

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

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Inglese

Modalità di frequenza: Obbligatoria
Modalità di valutazione: Orale

OBIETTIVI

OBIETTIVI

Approfondire e migliorare il lavoro di gruppo.

OBJECTIVES

Consolidation of team-working skills.

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO E MODALITÀ DI VERIFICA

ITALIANO

L'argomento è appositamente pensato per ottimizzare la comunicazione e la negoziazione in contesto multiculturale. Conoscere le differenze culturali esistenti per trovare la sinergia più adatta. Negoziare con successo per aumentare gli affari.

ENGLISH

COMPETENCES ACQUIRED

The topic is tailor-made to optimize communication and business negotiation in multicultural context. Knowing existing cultural differences to find suitable synergy. Negotiating successfully to increase business.

PROGRAMMA

ITALIANO

METODI DIDATTICI

- Interattivo
- Case studies e simulazioni fatte su misura

CONTENUTI

Il business internazionale, specialmente laddove sono coinvolte le joint venture o le negoziazioni prolungate, è pieno di difficoltà. Problemi pratici e tecnici a parte, la psicologia nazionale e le caratteristiche culturali spesso interferiscono durante l'approccio comunicativo tra le persone nel business. Nell'economia globale di oggi, il successo nel business non dipende più esclusivamente dal buon nome di un prodotto e le strategie aggressive di marketing. Sono ugualmente importanti l'etichette degli affari e la consapevolezza culturale. La conoscenza delle principali differenze culturali tra gli interlocutori che hanno un'influenza significativa sulle tecniche di comunicazione e negoziazione rappresenta uno dei fattori più importanti delle relazioni d'affari efficaci.

Contenuti principali

1. Regole di base e aspetti della negoziazione: introduzione ai principali obiettivi e tecniche di negoziazione. Comunicare/negoziare con successo secondo l'Harvard Concept.

2. Negoziazioni cross-culturali: capire la mentalità, l'atteggiamento e il comportamento del proprio partner d'affari internazionali, ad esempio:

- Scoprire gli obiettivi principali dei negoziatori: costruire prima un rapporto di fiducia o concentrarsi innanzitutto su fatti e contratti
- Cercare un approccio comunicativo appropriato: diretto/esplicito vs. indiretto/riservato. Capire le parole e leggere il messaggio non verbale tra le righe. Distinguere ciò che viene detto dalle vere intenzioni della controparte.
- Conoscere l'etichette e l'emozionalità locali.
- Scoprire la diversa interpretazione del tempo, ad esempio: il tempo è denaro, status o potere. Atteggiamento monocronico o policronico. Importanza della puntualità e del sapere agire all'ultimo minuto e relative conseguenze
- Conoscere la propensione della controparte a correre rischi: alta o bassa
- Altri fattori minori

ENGLISH

TEACHING METHODS

- Interactive
- Tailor made case studies and simulations

SYLLABUS

International business, especially where joint ventures or prolonged negotiations are involved, is fraught with difficulties. Apart from practical and technical problems, national psychology and cultural characteristics frequently interfere during the communicative approach between business people. Today's global economy, success in business no longer exclusively depends on the good name of a product and aggressive marketing strategies. Equally important are business etiquette and cultural awareness. Knowing the major cultural differences between interlocutors which have a significant influence on communication and negotiation techniques, represents one of the most important factors of successful business relationship.

Major contents

1. Basic rules and aspects of a negotiation: Introduction of the main goals and negotiation techniques. Communicating/negotiating successfully according to the Harvard Concept.
2. Cross Cultural Negotiations: Understanding mentality, attitude and behaviour of your international business partner, such as:
 - Discovering the main goals of negotiators: building first a relationship/trust or focusing primarily on facts and contracts
 - Seeking for the appropriate communicative approach: direct/explicit vs. indirect/reserved. Understanding the words and reading the non-verbal message between lines. Distinguishing the spoken word from the real intentions of your counterpart
 - Knowing local etiquette and emotionalism
 - Discovering the different interpretation of time, such as: time is money, status or power. Monochronic or polychronic attitude. The importance of promptness and the last-minute-attitude and their consequences
 - Knowing Propensity to take risks of the counterpart: high or low
 - Other minor factors.

TESTI

TESTI

Il materiale didattico sarà distribuito in aula

COURSE MATERIAL

Handouts will be provided.

NOTA

PRE-REQUISITI: ottima conoscenza della lingua inglese. Si consiglia la frequenza a studenti del 3° anno.

PRE-REQUISITES: excellent knowledge of the English language; attendance is recommended to 3rd year students.

VALUTAZIONE DELL'ESAME: esame orale finale (un'ora per la preparazione e un'ora di negoziazione di gruppo con il professore)

FINAL ASSESSMENT: Final oral examination (one hour preparation, one hour group negotiation with the professor)

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>

DIRITTO AVANZATO (Corso Integrato di) - (Integrated Advanced Course of Law)

Anno accademico: 2012/2013

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. Stefano Montaldo (Tutor) Dott. Ebe Hassan Aden Iftin (Tutor) Avv. Simona Rostagno (Titolare del corso)**

Recapito: 011 6703215 [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 (Business Law)
- Diritto dell'Unione Europea (European Union 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

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.

FINAL ASSESSMENT

There is an oral examination made up of 6 questions: three are on Commercial law and three are on EU Law. Class participation during the contact hours will be taken into consideration when assigning the mark, as well as the quality of the assignments carried out during the course.

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

Diritto Commerciale (Business Law)

Anno accademico: 2012/2013

Codice: SAA0005B

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

Recapito: [srostagno@studiolegaleddr.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) - (Integrated Advanced Course of Law)

OBIETTIVI

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.

OBJECTIVES

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

Students should be equipped with the necessary tools to develop an autonomous critical method to recognise what laws and norms are applied to companies and the business world.

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO E MODALITÀ DI VERIFICA

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

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

PROGRAMMA

ITALIANO

METODI DIDATTICI

Lezioni frontali tenute dal docente del modulo cos'è suddivise:

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

PROGRAMMA

Modulo: DIRITTO COMMERCIALE

- 1 - Le fonti del diritto commerciale italiano: norme nazionali, transnazionali e sovranazionali. Dialettica fra mondo civile e mondo dell'impresa. Elementi di teoria dell'interpretazione e dell'applicazione della norma.
- 2 - Impresa e imprenditore: l'imprenditore.
- 3 - Impresa e imprenditore: continua. L'azienda e la sua circolazione.
- 4 - L'imprenditore commerciale
- 5 - L'imprenditore collettivo privato e pubblico. Le società.
- 6 - Le società di persone
- 7 - Le società di capitali: introduzione. Frammentazione del sistema. Costituzione e modalità di partecipazione e gestione
- 8 - Le società di capitali: assemblea
- 9 - Le società di capitali: organi gestori e organi di controllo
- 10 - Le società di capitali: le modificazioni dell'atto costitutivo e le operazioni straordinarie.
- 11 - Le società di capitali: le operazioni straordinarie. Lo scioglimento. Revisione dei principali nodi problematici nella gestione della società di capitali.
- 12 - Le altre società. Imprese, enti e società a statuto speciale.
- 13 - Forme di integrazione fra imprese e i gruppi.
- 14 - Impresa e mercato: il sistema economico, la concorrenza ed i controlli del mercato nell'ordinamento italiano.
- 15 - I contratti dell'informazione: nozioni generali e analisi delle forme contrattuali.
- 16 - I contratti dell'informazione: analisi delle forme contrattuali. Esame di casi pratici.

ENGLISH

TEACHING METHODS

Contact hours with the teacher divided in the following modules:

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

SYLLABUS

Commercial Law

- 1 - The origins of Italian commercial law: national, transnational and supranational . Communication between civilians and companies. Theoretical elements of the application and interpretation of the norms.
- 2 - Company and the entrepreneur: the entrepreneur
- 3 - Company and the entrepreneur: the company and its circulation
- 4 - The commercial entrepreneur
- 5 - The private and public entrepreneur. Societies.
- 6 - Private partnerships
- 7 - Joint-stock companies: introduction, fragmentation of the system. Creation, ways of participation and

management.

8 – Joint-stock companies: meetings

9 – Joint-stock companies: management and controlling bodies

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

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

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

13 – Ways groups and firms can integrate.

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

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

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

TESTI

ITALIANO

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, 2005

Cian-Trabucchi, Commentario breve al Codice Civile, Cedam, 2009

ENGLISH

COURSE MATERIAL

Materials are available from the secretarial office.

Diritto Commerciale F. Galgano, Zanichelli, latest edition

Recommended Reading

Il nuovo diritto della società, A.Maffei Alberti, Cedam, 2005

Commentario breve al Codice Civile, Cian-Trabucchi, 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>).

FINAL ASSESSMENT. Students can only take the examination if they enroll via the SIA procedure online (<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 25/02/2013 al 07/06/2013

Nota: CORSO INTEGRATO DI DIRITTO AVANZATO

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

Diritto dell'Unione Europea (European Union Law)

Anno accademico: 2012/2013

Codice: SAA0005A

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

Recapito: 011 6703215 [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) - (Integrated Advanced Course of Law)

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

OBJECTIVES

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

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

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO E MODALITÀ DI VERIFICA

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

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

TEACHING METHODS

Contact hours. Special seminars where various topics will be discussed more thoroughly regarding the European integration process, aimed at stimulating an active participation of the students. Some of the topics will be selected together with the students on the basis of their interests.

Students will have the chance to ask any questions regarding the content of the course during supplementary hours with the tutor.

SYLLABUS

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

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

2 - The institutional framework of the European Union: the European Council and Parliament

3 - The institutional framework of the European Union: the Council

4 - The institutional framework of the European Union: the European Commission, European Court of Auditors and committees

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

5 - The origins of European Union law: primary law, the general principles

6 - The origins of European Union law: the acts of the institutions

7 - European Union competences. The principles of subsidiarity, and proportionality

8 - Adaptation of national laws to European laws

9 - Supremacy of EU Law

10 - Jurisdictional bodies within the EU

11 - The jurisdictional safeguarding system: appeal for invalidity

12 - The jurisdictional safeguarding system: the procedure for infringement and preliminary adjournment

13 - The safeguarding of fundamental rights

14 - European citizenship

15 - Right to move and reside freely in the EU

16 - National market

17 - Regulations regarding competition

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

ENGLISH

COURSE MATERIAL

Material used during the lessons will be available from the secretarial office.

The course book used is:

Lineamenti di Diritto dell'Unione Europea, R. Adam. A Tizzano, Giappichelli, Torino, 2010

Unione Europea, trattati. L'europa in movimento, B. Nas cimbene, Giappichelli, Torino, latest edition

Recommended reading

Elementi di diritto dell'Unione Europeo. Parte speciale. Il diritto sostanziale, U. Draetta, N. Parisi, Giuffrè, Milano 2010

Principi dell'ordinamento comunitario, O. Porchia, Zanichelli, Bologna, 2008

Links to other information or websites of interest.

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

Lezioni: dal 24/09/2012 al 21/12/2012

Nota: CORSO INTEGRATO DI DIRITTO AVANZATO

http://saa.campusnet.unito.it/do/moduli.pl/Show?_id=d303

DIRITTO BASE (Corso integrato di) - (Integrated Basic Course of Law)

Anno accademico: 2012/2013

Codice: SAA0001

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

Docente: **Dott. Ilaria Riva (Titolare del corso) Prof. Cristina Bertolino (Titolare del corso) Dott. Matteo Losana (Titolare del corso) Dott. Rossana Pennazio (Tutor) Dott. Ombretta Zanasi (Tutor)**

Recapito: 0116702586 [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 (Private law institutions)
- Istituzioni di Diritto pubblico (Public law institutions)

OBIETTIVI

ITALIANO

OBIETTIVI

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

OBJECTIVES

The course is mainly focused on the academic and professional needs of the future manager, in order to develop the capacity to understand the most important aspects of the legal system, thus enabling a competent and confident application of the law. The course also aims at providing students with the most important legal terminology and enabling them to understand the main legal concepts.

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO E MODALITÀ DI VERIFICA

ITALIANO

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

ENGLISH

COMPETENCES ACQUIRED

A knowledge of the basic concepts regarding the fundamental institutions of public and private law, as well as the acquisition of an appropriate legal terminology 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>).

FINAL ASSESSMENT

The examination is composed of two parts:

Public Law: three open questions, two on topics dealt with during the lessons and one on the topics dealt with during the tutorial hours.

Private Law: three oral questions, one of which is on the topics dealt with during the tutorial hours.

Students can only take the examination if they enroll via the SIA procedure online (<http://www.sia.unito.it>)

<http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?id=25bb>

Istituzioni di Diritto privato (Private law institutions)

Anno accademico: 2012/2013

Codice: SAA0001A

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

Recapito: 0116702586 [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) - (Integrated Basic Course of 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'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

TEACHING METHODS

The course consists of contact hours and complementary activities during the tutorial hours. The contact hours will be conducted traditionally, based on an explanation of the topics that are part of the syllabus. However, class participation will be encouraged so that the topics examined can be discussed more thoroughly and from several viewpoints.

During the course students will carry out supplementary hours with the tutor in order to have the chance to ask questions on the content that they have not understood or are having problems with. The tutorial course will last 24 hours and will consolidate the topics presented during the contact hours. The topics selected will be agreed upon during the course.

SYLLABUS

- Introduction to Private and Public law, summary of the origins
- Persons (actual persons, bodies and unidentified collective bodies)
- Goods and real rights
- Property and ownership
- Contracts: the fundamental elements
- Obligations and contractual responsibilities
- Torts
- Contracts: the fundamental elements
- Contracts: null contracts, ineffectiveness, contractual remedies
- Dissolution of a contract and civil responsibility
- Representation

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'indebitto 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 VI, parr. 9 e 10 (La promessa dell'obbligazione o del fatto del terzo); 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).

COURSE MATERIAL

Istituzioni di Diritto, Tomo 1 (Diritto patrimoniale comune), R. Calvo, Milano Giuffrè, 2011, excluding the following parts: 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'indebitto 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 latest edition

Studying the updated version of the Civil Code is essential in order to pass the examination.

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Giovedì	9:00 - 12:00	Aula Magna SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
Lezioni: dal 25/02/2013 al 07/06/2013		
Nota: CORSO INTEGRATO DI DIRITTO BASE		

http://saa.campusnet.unito.it/do/moduli.pl/Show?_id=3aa2

Istituzioni di Diritto pubblico (Public law institutions)

Anno accademico: 2012/2013

Codice: SAA0001B

Docente: **Prof. Cristina Bertolino (Titolare del corso), Dott. Matteo Losana (Titolare del corso), Dott. Ombretta Zanasi (Tutor)**

Recapito: 011.6709483 [cristina.bertolino@unito.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) - (Integrated Basic Course of Law)

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 regionali e quelle dell'Unione europea.
6. Criteri di risoluzione delle antonomie: 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

TEACHING METHODS

The course consists of contact hours and complementary activities during the tutorial hours. The contact hours will be conducted traditionally, based on an explanation of the topics that are part of the syllabus. However, class participation will be encouraged so that the topics examined can be discussed more thoroughly and from several viewpoints.

During the course students will carry out supplementary hours with the tutor in order to have the chance to ask questions on the content that they have not understood or are having problems with. The tutorial course will last 24 hours and will consolidate the topics presented during the contact hours. The topics selected will be agreed upon during the course.

SYLLABUS

- Some introductory concepts. Legal order. Source and systems of the origins. (3 hours)
- The rigidity of the Constitution. Constitutional laws and laws amending the Constitution. Procedures

required to amend the Constitution and limits. (3 hours)

- Laws and actions enforced by the State (decrees, delegated legislation decrees, and referendums) (3 hours)
- Executive regulation and the principle of legality. (3 hours)
- Regional and EU origins. (3 hours)
- Criteria for the dissolution of the autonomies: hierarchical criteria (annulment), chronological criteria (abrogation); criteria of competence (3 hours)
- The organization of the Republic, State, Regions and local authorities. Lesson held by Dott.Cristina Bertolino(3 hours)
- The Constitutional Court. The ruling of constitutional legitimacy. Acts subjected to constitutional syndication and procedures for the establishment of rulings. (3 hours)
- Constitutional decisions: positive and negative sentences. Interpretative and manipulative sentences. (3 hours)
- Parliamentary government. The tools for the rationalization of the relationship of trust between Parliament and Government. The role and assignments of the President of the Republic. (3 hours)
- Constitutional rights: freedom, and social rights. (3 hours)
- Constitutional duties. (2 hours)

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.

COURSE MATERIAL

Diritto Pubblico G. Zagrebelsky, G. Oberto, G. Stalla, C. Trucco Le Monnier Scuola, latest edition

Studying the articles of the Constitution that correspond to the topics dealt with during the course is essential in order to pass the examination.

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Martedì	13:15 - 16:15	
Lezioni: dal 24/09/2012 al 21/12/2012		
Nota: CORSO INTEGRATO DI DIRITTO BASE		

http://saa.campusnet.unito.it/do/moduli.pl/Show?_id=04f5

DIRITTO DELL'INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE AZIENDALE - (CORPORATE INFORMATION AND COMMUNICATION LAW)

Anno accademico: 2012/2013

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

OBJECTIVES

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

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO E MODALITÀ DI VERIFICA

ITALIANO

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

ENGLISH

COMPETENCES ACQUIRED

Students should gain a knowledge of the laws and tools in order to be able to operate autonomously in a company with regards to compliance with privacy laws and external company communication, in every phase of the process.

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

TEACHING METHODS

The course is divided into 3 parts.

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

SYLLABUS

- Privacy laws
- The application of Privacy laws in the company

- The definition of Advertising
- Legislation on Advertising: the general norms
- Advertising: Radio and Television advertising
- Advertising: the Press
- Advertising: the Cinema, external and below the line advertising
- Misleading advertising
- Advertising and competition between companies
- Comparative advertising

TESTI

- Il materiale didattico presentato a lezione è disponibile presso:

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

- Bibliografia consigliata

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

Per approfondimenti della materia, si suggerisce di consultare:

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

COURSE MATERIAL

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

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>).

FINAL ASSESSMENT

Students can only take the examination if they enroll via the SIA procedure online (<http://www.sia.unito.it>)

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Sabato	9:00 - 13:10	
Lezioni: dal 25/03/2013 al 27/06/2013		

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

DIRITTO REGIONALE - (ITALIAN REGIONAL LAW)

Anno accademico: 2012/2013

Codice: SAA0032

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

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

Recapito: 011.6709483 [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

ITALIANO

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

ENGLISH

OBJECTIVES

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

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO E MODALITÀ DI VERIFICA

Conoscenza degli elementi essenziali dell'ordinamento regionale italiano.

COMPETENCES ACQUIRED

A basic knowledge of the establishment of regional law.

PROGRAMMA

ITALIANO

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'allocazione 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

ENGLISH

TEACHING METHODS

The course consists of contact hours and complementary activities during the tutorial hours. The contact hours will be conducted traditionally, based on an explanation of the topics that are part of the syllabus. However, class participation will be encouraged so that the topics examined can be discussed more thoroughly and from several viewpoints.

SYLLABUS

- Introduction to course. Evolution of the Italian regional system and processes of Constitutional reform in 1999 and 2001.
- Art. 117 Cost: the limits and sharing of legislative power between the State and the Regions
- Art. 118 Cost: the assignment of administrative functions and the principles of subsidiarity, differentiation and adequacy
- The structure of Regional governments following the constitutional law n. 1/1999 and the intervention of the Constitutional Court

- The Regional Council of Piedmont (composition, ways the members are elected, internal bodies, functions)
- The President of the Committee and the regional committee of Piedmont (ways the members are elected/appointed, functions, composition, relations between regional bodies)
- Regional origins: the Statute
- Regional origins: regional law

TESTI

ITALIANO

- 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
www.cortecostituzionale.it
www.federalismi.it
<http://www.issirfa.cnr.it/>

ENGLISH

COURSE MATERIAL

- tools used in the laboratory and in the classroom: whiteboard, the Constitution and the Statute of the Region of Piedmont
- the material used during the course is available at the secretarial office (slides, updated copy of the Italian Constitution and the Statute of the Region of Piedmont).

Recommended Reading

Diritto Regionale P. Caretti, G. Tarli Barbieri, Giappichelli, Torino 2009, except chapters VI and VII

Commento allo statuto della Regione Piemonte, F. Pizzetti, A Poggi, Giappichelli, Torino 2006, especially the chapters regarding "forms of government and normative processes", "government controlled institutions", "guarantee institutions and Council of local autonomies", "relations with other institutions and other levels of government".

Links to other sources of information and websites of interest:

<http://www.regione.piemonte.it/>

www.consiglioregionale.piemonte.it

www.cortecostituzionale.it

www.federalismi.it

<http://www.issirfa.cnr.it/>

NOTA

Modalità di verifica/esame

L'esame si svolgerà in forma scritta o orale, a scelta dello studente.

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
Lezioni: dal 24/09/2012 al 21/12/2012		

<http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?id=8dc9>

ECONOMIA (Corso Integrato di) - (Integrated Course of Economics)

Anno accademico: 2012/2013

Codice: SAA0006

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

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

Claudio Fassio (Tutor) Dott. Elena Santanera (Tutor)

Recapito: 011 6704970 [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.

FINAL ASSESSMENT

The exam mark is the average of the marks out of 30 obtained in both the modules, rounded up to the nearest figure. Students must be sufficient in both modules.

Managerial Economics: The examination is written, but may be oral if there are few students. The written exam is divided into two parts: exercises and questions on the theory. Two thirds of the total score are assigned to the exercises.

Economics of Innovation: the exam is both written and, optionally and as an integration to the written exam,

oral. The written exam consists of open questions on some of the topics dealt with during the course. The oral exam covers all the topics covered during the course.

The mark will take into account individual work carried out during the course (case studies and exercises) and class participation.

Some tests will be carried out during the course to see how much the students are learning.

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Lezioni: dal 24/09/2012 al 21/12/2012		

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

Economia dell'innovazione

Anno accademico: 2012/2013

Codice: SAA0006B

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

Recapito: 011 6704970 [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) - (Integrated Course of Economics)

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

OBJECTIVES

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

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO E MODALITÀ DI VERIFICA

ITALIANO

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

ENGLISH

COMPETENCES ACQUIRED

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

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

TEACHING METHODS

Contact hours, seminars and case studies.

SYLLABUS

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

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

COURSE MATERIAL

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

Gestione dell'innovazione Melissa A. Schilling, McGraw Hill, Milano 2005

ORARIO LEZIONI

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

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

Lezioni: dal 24/09/2012 al 21/12/2012

Nota: CORSO INTEGRATO DI ECONOMIA

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

Economia Manageriale

Anno accademico: 2012/2013

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) - (Integrated Course of Economics)

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

OBJECTIVES

The course aims at providing students with the capacity to understand the analysis of costs and proceeds from a managerial point of view, as well as the ability to evaluate the main operating decisions from the point of view of production and productivity analysis.

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO E MODALITÀ DI VERIFICA

ITALIANO

Valutare le principali decisioni operative in ambito aziendale.

ENGLISH

COMPETENCES ACQUIRED

Students should be able to assess 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

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

TEACHING METHODS

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

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

SYLLABUS

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

TESTI

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

COURSE MATERIAL

Material used during the course is available at the secretarial office.

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

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Martedì	9:00 - 12:00	
Lezioni: dal 24/09/2012 al 21/12/2012		
Nota: CORSO INTEGRATO DI ECONOMIA		

http://saa.campusnet.unito.it/do/moduli.pl/Show?_id=8ddf

ECONOMIA AZIENDALE - (Business Administration)

Anno accademico: 2012/2013

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) Prof. Vania Tradori (Titolare del corso) Dott. Laura Broccardo (Tutor)**

Recapito: [giovanni.ossola@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

OBJECTIVES

The course aims at providing students with the basic instruments in order to understand business functions, with special reference to the activities of administration 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 E MODALITÀ DI VERIFICA

ITALIANO

Conoscenza del sistema azienda.

Utilizzo della partita doppia.

Conoscenza del bilancio d'esercizio e sua redazione.

ENGLISH

COMPETENCES ACQUIRED

Students should gain a knowledge of the company system, as well how to use the double entry system and how to draw up and understand a balance sheet.

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

TEACHING METHODS

During the course students will carry out supplementary hours with the tutor in order to have the chance to ask questions on the content that they have not understood or are having problems with.

SYLLABUS

The first part of the course (Business Administration) examines how a company works and the external context it is placed within and with which it must interrelate, its components and its functional areas.

The second part of the course (Methodological Accountancy) introduces the double-entry system necessary for keeping business accounts in order to draw up the balance sheet. Therefore the course is made up of two main parts:

- 1) Administration of the firm
- 2) Methodological Accountancy

Administration of the firm

The first part deals with the economy of private companies and their relations with the market and the external environment. The main topics covered are:

- a) the firm as a system
- b) the "functional areas" of the firm
- c) the "juridical" system and "economic government" of the firm
- d) the economic relationships between firms
- e) the "current challenges" firms are facing.

Methodological Accountancy

The second part deals with the income calculations and the accounting tools needed in accountancy. The main topics covered are:

- a) the income of the accounting period seen as the object of business economic calculations: presentation of the problem;
- b) the objectives of the accounting system
- c) the double entry system
- d) the double entry system with reference to management
- e) closing accounts
- f) re-opening accounts
- g) assessment of working capital
- h) reliability, expression and structure of the balance sheet

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

Material used during the course is available at the secretarial office.

Text used:

First part:

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

Second part:

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

Recommended bibliography

First part:

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

NOTA

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

FINAL ASSESSMENT

Students can only take the examination if they enroll via the SIA procedure online (<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 24/09/2012 al 21/12/2012

<http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?id=a991>

ETICA AZIENDALE - (Business Ethics)

Anno accademico: 2012/2013

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: 0116706027 [massimo.pollifroni@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

ITALIANO

OBIETTIVI

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

ENGLISH

OBJECTIVES

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

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO E MODALITÀ DI VERIFICA

ITALIANO

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.

ENGLISH

COMPETENCES ACQUIRED

Students should gain a theoretical/practical knowledge of the themes of business ethics through the understanding and employment of specific tools analyzed during the lessons.

Students should have a knowledge of the basics of business management as far as organization, managing and quantitative measurements are concerned. The student must have acquired an institutional knowledge, as well as a knowledge of the evaluation and measurement of the business performance prior to attending the course.

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

Programma

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.

2 - Le azioni a prevalente impatto sulle attività di governo interno [Human Resources Governance (URG)] e quello a prevalente impatto sulle attività di governo esterno [External Relations Governance (ERG)] dell'impresa.

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

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

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

- 6 - Profili di potenziale interdipendenza tra innovazione ed etica aziendale: un'ipotesi empirica di analisi.
7 - Esposizione finale dei lavori di gruppo. Chiusura del corso.

ENGLISH

TEACHING METHODS

Contact hours, both theoretical and practical. (exercises and case studies)

The course might also include the creation of small groups for further study and updating on specific themes agreed upon during the course.

SYLLABUS

- 1 – Introduction to the course. Definitions and introductory concepts concerning, respectively, the basics of business management, business durability, business ethics, entrepreneurial values, social responsibility and economic, environmental and social sustainability.
- 2 – Human Resource Governance and External Relations Governance of a company
- 3 - Models of environmental and social reporting: possible profiles of interdependency among the traditional budget results and the environmental and social performances.
- 4 – The role of ethics in the current international financial crises.
- 5 – Global legal standards and current globalization processes: analysis of the main criticalities emerging from the model
- 6 – Profiles of potential interdependency between innovation and business ethics: an empirical idea of analysis
- 7- Final presentation of the group work. End of the course

TESTI

ITALIANO

Il materiale didattico presentato a lezione è disponibile presso:
- Segreteria Didattica

Il testo adottato è:

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

Bibliografia consigliata:

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

ENGLISH

Material used during the course (handouts and slides prepared by the teacher) is available at the secretarial office and can be sent to the student's email address.

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

RECOMMENDED READING

- FERRERO G., *Impresa e management*, Giuffrè, Milano, 1987.
- CODA V., *Etica e impresa: il valore dello sviluppo*, in F. CORNO ([a cura di]), *Etica 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.

FINAL ASSESSMENT

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

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Sabato	9:00 - 13:10	
Lezioni: dal 25/02/2013 al 07/06/2013		

http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=7bf6

EUROPEAN INDUSTRIAL DEVELOPMENT: A REGIONAL HISTORICAL CASE

Anno accademico: 2012/2013

Codice: SAA0060

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: 3

SSD: SECS-P/12 - storia economica

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Inglese

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Scritto ed orale

OBIETTIVI

Il principale obiettivo del corso è studiare in maniera approfondita lo sviluppo industriale europeo nel diciannovesimo e ventesimo secolo, con particolare attenzione al caso regionale del Piemonte.

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO E MODALITÀ DI VERIFICA

Il corso svilupperà competenze generali:

- Ottimo livello di apprendimento individuale
- Comprensione della dimensione globale e locale delle economie industriali, la loro complessità sociale e il loro impatto ambientale

Inoltre, il corso svilupperà anche competenze specifiche:

a) Cognitive:

- Conoscere la dimensione storica del fenomeno dell'economia industriale per comprendere meglio la società contemporanea
- Studiare i seguenti aspetti:

- i) L'organizzazione industriale nel ventesimo secolo: diverse politiche
- ii) L'operazione e la performance dei mercati competitivi imperfetti e il comportamento delle imprese: cambiamenti tecnici e istituzionali
- iii) I fattori e le strategie che forniscono alle aziende un vantaggio competitivo: monopolio, oligopolio e altri

b) Procedurali:

- Promuovere l'utilizzo degli strumenti analitici della storia d'impresa

- Stabilire un'analisi comparativa: regioni, settori e aziende

c) Attitudinali:

- Promuovere un'attitudine critica verso i percorsi storici della crescita economica, prendendo in considerazione il loro impatto sociale e ambientale

PROGRAMMA

METODI DIDATTICI

L'insegnante fornirà agli studenti una copia degli articoli da analizzare durante ogni sessione. Aiuterà inoltre gli studenti nella scelta del loro argomento di ricerca e mostrerà loro i principali database accademici.

PROGRAMMA

Il corso si divide in quattro parti:

- 1) Le origini dell'industrializzazione in Europa
- 2) Le caratteristiche principali dell'industrializzazione italiana (XIX e XX secolo)
- 3) Lo sviluppo industriale del Piemonte (XIX e XX secolo)
- 4) Il ruolo di Torino come polo industriale in Piemonte

Nella prima parte considereremo brevemente le principali caratteristiche della rivoluzione industriale e la sua diffusione in tutti i paesi europei. Analizzeremo le principali differenze dell'industrializzazione inglese, tedesca, spagnola e italiana. Inoltre, prenderemo in considerazione le più famose interpretazioni dello sviluppo industriale (Gershenkron, Rostow, Shumpeter, Pollard...)

La seconda parte evidenzierà i principali aspetti dell'industrializzazione italiana prima e dopo la seconda guerra mondiale:

- a) Il dualismo tra nord e sud
- b) Il dualismo tra grande impresa e distretti industriali
- c) Il dualismo tra beni tradizionali e beni tecnologicamente avanzati
- d) Il ruolo dello stato
- e) Il sistema finanziario fondato sulle banche

La terza parte tratterà un caso regionale specifico: l'industria piemontese. In particolare, osserveremo:

- a) La nascita dell'industria piemontese nella seconda metà del diciannovesimo secolo
- b) Il ruolo del Piemonte nell'avvio industriale italiano (1900-1914)
- c) La crisi industriale e finanziaria tra le due guerre
- d) Il ruolo del Piemonte durante il boom economico italiano (1958-1963)
- e) Il Piemonte negli anni 70 e 80: grande impresa e distretti industriali

Infine, nell'ultima parte considereremo Torino come grande polo d'attrazione dal punto di vista economico e finanziario. Nello specifico, osserveremo come alcuni grandi imprese, come FIAT, abbiano attratto capitali e supportato la nascita di molte piccole attività industriali.

TESTI

Il materiale didattico sarà distribuito in aula.

NOTA

PRE-REQUISITI: ottima conoscenza della lingua inglese

VALUTAZIONE DELL'ESAME: Si richiede frequenza obbligatoria e svolgimento dei compiti assegnati per l'80% delle lezioni. Inoltre, gli studenti potranno ottenere il voto finale solo se conseguiranno una valutazione positiva nell'esame finale.

Date queste due condizioni, il sistema di valutazione è così strutturato:

- Esame finale: 50%
- Lavoro di ricerca dello studente: 20%
- Lezioni e discussioni: 20%
- Partecipazione e svolgimento dei compiti: 10%

http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=a2ea

EUROPEAN UNION LAW ON TOURISM AND SPORTS

Anno accademico: 2012/2013

Codice: SAA0023

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

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

Recapito: [cristina.barettoni@unito.it]

Tipologia: A scelta dello studente

Anno: 2° anno 3° anno

Crediti/Valenza: 5

SSD: IUS/14 - diritto dell'unione europea

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Inglese

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Scritto ed orale

OBIETTIVI

ITALIANO

Osserveremo le regole che stanno alla base delle attività del tempo libero in Europa. Attenzione, non regole scritte, niente a che vedere con il caro vecchio Codice Civile o affini. Anzi, per tornare al nostro quesito iniziale, formalmente non esiste ancora una politica per il tempo libero strutturata nell'Unione Europea, ma il recente trattato di Lisbona ha stabilito i capisaldi delle politiche europee per il turismo e lo sport; inoltre, la Corte di Giustizia ha elaborato numerose regole in riferimento a casi trattati negli ultimi decenni. L'Unione Europea è senz'altro interessata al tempo libero, semplicemente perché sta diventando un ingrediente importante nelle vite delle persone, e le attività del tempo libero sono promosse e regolate nell'UE.

ENGLISH

We will be looking at the rules which organize leisure activities in Europe. Mind you, not written rules, nothing like the good old boring Civil Code or Treaty, in fact, coming back to our initial questions: formally, no, there's not yet a structured leisure policy in the European Union, but the recent Lisbon Treaty has set the cornerstones for European tourism and sports policies; furthermore, there are entire sets of rules worked out by the Court of Justice in cases decided over the last decades. The European Union is indeed concerned about free time, just because it is becoming such an important ingredient in people's lives, and leisure activities are enhanced and regulated in the European Union.

We will look at judgments by the European Court of Justice and national courts, we will discuss strategies and remedies, we will think together whether it sounds reasonable for the European Union to enact structured leisure policies soon.

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO E MODALITÀ DI VERIFICA

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[^] 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>

FONDAMENTI DI COMUNICAZIONE (Pre-corso)

Anno accademico: 2012/2013

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

Docente: **Dott. Maria Grazia Turri (Titolare del corso)**

Recapito: [mgturri@libero.it]

Tipologia: Altre attività

Anno: 1° anno

Crediti/Valenza:

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

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Italiano

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Giudizio finale - Laboratorio

OBIETTIVI

Fornire gli elementi base per affrontare i contenuti della Comunicazione aziendale

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO E MODALITÀ DI VERIFICA

Conoscenza base degli strumenti e mezzi di comunicazione.

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

PROGRAMMA

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

ORARIO LEZIONI

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

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

Lezioni: dal 17/09/2012 al 21/09/2012

http://saa.campus.net.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=b6f7

GESTIONE DEI PROCESSI ORGANIZZATIVI (Corso Integrato di) - (Integrated Course of Business Process Management)

Anno accademico: 2012/2013

Codice: SAA0007

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

Docente: **Prof. Pierantonio Bertero (Titolare del corso) Prof. Massimo Pollifroni (Titolare del corso) Dott. Elisa Truant (Tutor) Dott. Emanuele Vietti (Tutor)**

Recapito: 6706018 [pierantonio.bertero@unito.it]

Tipologia: Caratterizzante - Aziendale

Anno: 2° anno

Crediti/Valenza: 10

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 E MODALITÀ DI VERIFICA

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	

Lezioni: dal 24/09/2012 al 21/12/2012

http://saa.campus.net.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=da10

Gestione dei processi e dei progetti aziendali

Anno accademico: 2012/2013

Codice: SAA0007B

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

Recapito: 6706018 [pierantonio.bertero@unito.it]

Crediti/Valenza: 5

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) - (Integrated Course of Business Process Management)

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

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO E MODALITÀ DI VERIFICA

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

ENGLISH

Didactical method

The course is organized to cover two main areas.

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

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

Organizational management of company processes and projects

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

The exam is composed of two parts:

- written examination on the topics dealt with during the course and in the case studies;
- creation and presentation of a project carried out as part of a group (those not working in a group must decide with the teacher on a project to be developed as further study).

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 24/09/2012 al 21/12/2012

http://saa.campusnet.unito.it/do/moduli.pl/Show?_id=3a23

Organizzazione Aziendale

Anno accademico: 2012/2013

Codice: SAA0007A

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

Recapito: 0116706027 [massimo.pollifroni@unito.it]

Crediti/Valenza: 5

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) - (Integrated Course of Business Process Management)

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 secretarial 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

Lezioni: dal 24/09/2012 al 21/12/2012

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

INFORMATICA GENERALE - (GENERAL IT)

Anno accademico: 2012/2013

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) Luca Anselma (Tutor)**

Recapito: +39 011 6706721 [marco.botta@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 E MODALITÀ DI VERIFICA

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 - 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

Giorni	Ore	Aula
Martedì	9:00 - 12:00	Aula Magna SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
Lezioni: dal 24/09/2012 al 07/06/2013		

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

INTERNATIONAL RETAIL AND DISTRIBUTION

Anno accademico: 2012/2013

Codice: SAA0021

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

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

Recapito: [azumbo@inwind.it]

Tipologia: A scelta dello studente

Anno: 2° anno 3° anno
Crediti/Valenza: 5
SSD: SECS-P/08 - economia e gestione delle imprese
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 basic 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 E MODALITÀ DI VERIFICA

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 according to the following table:

- | | | |
|-------------------------|--------|---------------------------|
| (a) Final examination | | ; 40 % |
| (b) Cases reports | | 40 % (20 % + 20 %) |
| (d) Class participation | | 20 % |

Each case will have a separate grading based on the group report and the individual presentation and discussion. Team members would have the same grade for written reports, but individual presentation and discussion participation will be graded individually.

"Class participation" is meant as taking part or contributing to the success of the course. Initiatives' suggestions, discussions during the lectures and other creative efforts aimed to enhancing the quality of the collective work are greatly encouraged. A simple passive presence to the session is not "participation".

http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=6143

INTRODUCTION TO PSYCHOLOGY IN THE WORKPLACE

Anno accademico: 2012/2013

Codice: SAA0022

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

Docente: **Da nominare (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: Scritto

OBIETTIVI

ITALIANO

Si studierà l'applicazione della psicologia al mondo del lavoro. Saranno analizzate le teorie e i concetti psicologici principali in relazione alla psicologia organizzativa e del lavoro. Si arriverà ad una comprensione di concetti come la percezione, la motivazione, la presa di decisioni, l'influenza sociale, la direzione, le attitudini organizzative e il comportamento. Gli studenti coinvolti dovranno imparare a discernere i molteplici

concetti psicologici nel mondo del lavoro partendo dall'ambito individuale per giungere a quello più ampio dei gruppi e delle organizzazioni.

INGLESE

The student will gain an introductory understanding of the application of psychology in the work setting. They will learn key psychological theories and concepts related to work and organizational psychology. Each will have a working comprehension of such concepts as perception, motivation, decision making, social influence, leadership, organizational attitudes and behavior. They should also be able to differentiate and discuss cover work psychology concepts from the level of individuals to that of groups and organizations.

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO E MODALITÀ DI VERIFICA

ITALIANO

Conoscenze lavorative di principi basici nel campo della psicologia nel lavoro.

INGLESE

Working knowledge of basic principles of the field of work psychology.

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 - 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 semester - 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>

ISTITUZIONI DI ECONOMIA - (FUNDAMENTALS OF ECONOMICS)

Anno accademico: 2012/2013

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: [roberto.debattistini@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 E MODALITÀ DI VERIFICA

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
Lezioni: dal 24/09/2012 al 07/06/2013		

LABORATORIO DI LEADERSHIP 1 - (LEADERSHIP WORKSHOP 1)

Anno accademico: 2012/2013

Codice: SAA0028

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

Docente: **Da nominare (Titolare del corso)**

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

OBIETTIVI

Perchè partecipare al Laboratorio di Leadership?

E' una grande occasione per:

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

PROGRAMMA

Laboratorio sulla comunicazione (FUTURE CUP)

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

Laboratorio sulle professioni (JOBSHOW)

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

Ruolo e compiti degli studenti del "Laboratorio di Leadership"

- Affiancare la squadra della scuola superiore a cui saranno abbinati:
 - sul piano dei contenuti specifici (nel campo della comunicazione, del marketing, ecc.)
 - sul piano delle metodologie organizzative
- Osservare attentamente e al termine della prova, esprimere una valutazione critica di tipo metodologico su come ha lavorato la squadra (se è stata efficace ed efficiente, ecc.);
- Predisporre e discutere una relazione scritta (ad uso interno) sull'esperienza complessiva (problemi riscontrati, utilità, ecc.): non è previsto un esame di tipo tradizionale.
- Impegno richiesto: è un progetto lungo e stimolante che richiede tempo, dedizione, senso di responsabilità ed autonomia operativa.

NOTA

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

<http://saa.campus.net.unito.it/do/corsi.pl/Show?id=8a80>

LEADERSHIP IN A CHANGE MANAGEMENT PROCESS

Anno accademico: 2012/2013

Codice: SAA0031

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

Docente: **Prof. Nello Gaspardo (Tutor)**

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

Tipologia: A scelta dello studente
Anno: 2° anno 3° anno
Crediti/Valenza: 5
SSD: M-FIL/05 - filosofia e teoria dei linguaggi
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

LEGAL REQUIREMENTS IN BUSINESS ETHICS AND FAIR TRADE

Anno accademico: 2012/2013
Codice: SAA0023
CdL: Laurea interfacoltà in Management dell'informazione e della comunicazione aziendale (D.M. 270/04)
Docente: **Dott. Cristina Barettoni (Titolare del corso)**
Recapito: [cristina.barettoni@unito.it]
Tipologia: A scelta dello studente
Anno: 2° anno 3° anno
Crediti/Valenza: 5
SSD: IUS/14 - diritto dell'unione europea
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 E MODALITÀ DI VERIFICA

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

Dobson P. / Schmitthoff C.M., Business Law, Sweet & Maxwell

ENGLISH

DIDACTIC MATERIAL

The didactic material used during lessons is available at:

International office

Text used:

Texts provided by the professor

Recommended bibliography

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

p; Dobson P. / Schmitthoff C.M., Business Law, Sweet & Maxwell

& nbs p;

& nbs

NOTA

ITALIANO

Modalità di esame

Prova intermedia: domanda aperta

Esame finale: presentazione di un progetto elaborato in gruppo

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

Intermediate exam: open question

Final exam: presentation of a project worked out within a group

<http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?id=b72c>

LES ENTREPRISES ET LEUR CAPITAL INTELLECTUEL - (HOW COMPANIES PROTECT THEIR INTELLECTUAL CAPITAL)

Anno accademico: 2012/2013

Codice: SAA0033

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

Docente: **Prof. Eve Laure Marie Egnell (Titolare del corso)**

Recapito: [\[eve.egnell@gmail.com\]](mailto:eve.egnell@gmail.com)

Tipologia: A scelta dello studente

Anno: 2° anno 3° anno

Crediti/Valenza: 5

SSD: IUS/04 - diritto commerciale

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Francese

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Scritto

PROGRAMMA

ITALIANO

Il termine Proprietà intellettuale designa l'insieme delle opere dell'ingegno da dividersi in 2 gruppi: la proprietà letteraria ed artistica (tutelata dai diritti d'autore e diritti connessi) e i segni distintivi applicati direttamente all'area commerciale: marchi, brevetti, disegni e modelli ornamentali, nomi a dominio ..., così definiti complessivamente "Proprietà industriale". Questo corso attiene principalmente alle regolamentazioni italiane e francesi (in modalità comparativa) le quali traspongono a livello nazionale la normativa comunitaria in materia; diversi riferimenti verranno inoltre fatti ai sistemi britannici ed americani.

L'impostazione del corso:

Analitica: per quanto riguarda la Proprietà Industriale, questo corso non pretende sviluppare la materia brevettuale (invenzioni) – la quale attinge ad un ambito tecnico di pertinenza dell'ingegnere piuttosto che dello studente in management aziendale – ma gli preferisce quella dei marchi (requisiti per la registrazione, interferenze con la proprietà industriale altrui, cessioni e licenze); vengono inoltre presentati brevemente gli altri segni distintivi coinvolti anch'essi nell'avviamento dell'attività imprenditoriale (disegni e modelli ornamentali ...). Per la parte letteraria, il diritto d'autore viene definito e successivamente analizzato in quanto fonte di numerose controversie contemporanee: la difficile retribuzione degli autori di opere digitalizzate, i confini della tutela dell'idea pubblicitaria (non tutte le opere dell'ingegno possono in effetti rivendicare la tutela del diritto d'autore) ... Studieremo inoltre come, nonostante il diritto d'autore nasca dalla mera creazione dell'opera a cui si riferisce senza formalità alcuna - contrariamente ai diritti di Proprietà Industriale – esistono strumenti per rafforzarne l'opponibilità a terzi. Non dimentichiamo infine i nomi a dominio che, malgrado il proprio statuto ibrido, sono ormai quasi equiparati ai marchi dai diversi codici nazionali della proprietà intellettuale.

Geografica : al di là dei sistemi nazionali sui quali si basa implicitamente la prima parte del corso, studieremo la tutela dei vari segni (I) a scala europea con l'esame del Marchio comunitario e successivamente (II) a scala internazionale attraverso l'adesione di vari paesi al Protocollo e all'Accordo di Madrid.

Dopo questa necessaria presentazione teorica del quadro della PI, gli studenti saranno in grado di lavorare su casi e sviluppare la propria opinione sulla risoluzione di conflitti attinenti all'ambito pubblicitario (quando addire il Giudice civile – ricorso per concorrenza sleale, per violazione dei diritti d'autore o quando preferire gli organi specializzati – Conseil de la Concurrence, Autorità Garante, ARPP, Giurì ...), alla vendita (quid della responsabilità in caso di infrazione attraverso una vendita on line : vendita di prodotti contraffatti su E-Bay ; problematiche inerenti lo scaricare on line opere musicali e video) o alla remunerazione degli autori nell'ambito della digitalizzazione delle loro opere (v. digitalizzazione di biblioteche da parte di Google e messa a disposizione su Internet, vendita di libri digitali ...).

Infine, gli studenti proseguiranno il loro apprendimento applicando le conoscenze acquisite a situazioni reali come la tutela della proprietà intellettuale nell'ambito di eventi culturali (esposizioni universali...) ed eventi sportivi (championships, Giochi Olimpici ...) e cioè come tutelare le iniziative pubblicitarie ed il merchandising degli sponsors e licenziatari (clausole contrattuali, collaborazione con le autorità di ordine pubblico ...) di tali manifestazioni mondiali.

ENGLISH

« Intellectual Property » refers to every intellectual work/creation that can fall into one of these two major groups: literary and artistic property rights (copyrights etc.) and the rights connected with trade and known as "Industrial Property" : trademarks, patents, designs, domain names

This course focuses on a comparison between the Italian and French laws on the subject, both deriving directly from the specific EU regulations. There will also be references to the UK and US models.

Course Framework :

Analytical : this course - which deals with Industrial property – does not aim at examining patent rights (inventions), since delving into such a technical field would be more suitable for an engineer than for a business student. Instead, it will concentrate on the legal aspects of trademarks while briefly presenting other similar issues, such as those related to the launch of a new business. Furthermore, the course will deal with copyright law by focusing on the disputes which revolve around the digitalization of literary works as well as on the limits of the advertising idea ... and the fact that no compulsory formal procedure is implied to ensure its protection; cases will be studied in which an original idea should actually be protected by copyright.

Geographical: the analysis of these various themes will start from (I) the European scale with the study of the Community Trademark, and will then move on to consider the international framework through the participation of the different countries in the Madrid Protocol and the Madrid Agreement.

After this necessary theoretical presentation of the IP framework, the students will be able to work on case studies and will be encouraged to develop their own opinion on the resolution of disputes in the advertising field (when to address a common court – unfair competition proceedings, copyright infringements – or to prefer specialized authorities – Autorité de la Concurrence, Autorità Garante, ARPP, Giurì ...), the sale (quid liability in case of infringement through sales on line: counterfeited goods sold on E-Bay; issues related to the online downloading of music and videos; agreement provisions and licence agreement templates), the remuneration of the authors when there is the digitalization of their works (see libraries digitalization by Google to allow access to books on the web, sales of digital books ...).

Finally, the students will apply their knowledge to real-life situations, such as copyright protection within the framework of cultural events (universal exhibitions) or sports events (international football championships, Olympic games). The focus will be on how to protect advertising initiatives, merchandising and sponsors (contract terms, collaboration with police forces etc.)

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=18ac

LINGUA FRANCESE (2° anno) - (French)

Anno accademico: 2012/2013

Codice: AA030

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

Docente: **Da nominare (Titolare del corso)**

Recapito: []

Tipologia: Altro - Ulteriori conoscenze linguistiche

Anno: 2° anno

Crediti/Valenza: -

SSD: L-LIN/04 - lingua e traduzione - lingua francese

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 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 E MODALITÀ DI VERIFICA

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, esercizi, 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:

Il 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

www.lepetitjournal.com

www.lacroix.fr

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

www.lepetijournal.com

www.lacroix.fr

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	
Lezioni: dal 24/09/2012 al 07/06/2013		

http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=0c2a

LINGUA FRANCESE (3° anno) - (French)

Anno accademico: 2012/2013

Codice: AA030

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

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

Recapito: [emiliemarie.tellier@unito.it]

Tipologia: Altro - Ulteriori conoscenze linguistiche

Anno: 3° anno

Crediti/Valenza: 6

SSD: L-LIN/04 - lingua e traduzione - lingua francese

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 E MODALITÀ DI VERIFICA

ITALIANO

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

ENGLISH

Sufficient knowledge of grammar

Basic knowledge of business vocabulary
Conversation on business topics and short texts

PROGRAMMA

ITALIANO

METODI DIDATTICI

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

PROGRAMMA

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

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

ENGLISH

DIDACTICAL METHODS

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

COURSE CONTENT

Introduction to the exam, revision
The company
Business correspondence (1)
Business correspondence (2)
Oral presentation made by each student
Company matters (1)
Company matters (2)
Oral presentation made by the students
Sales (1)
Sales (2)
Group presentations made by the students (2 o 3)

Revision for test
Correction of test

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

TESTI

ITALIANO

Il testo adottato è:

III ANNO

"La Nouvelle Entreprise" edizione 2008

Grammatica : "Grammaire express" CIDEB. Niveau intermédiaire

Bibliografia consigliata

Le Monde

La Croix

Point de vente

L.S.A.

Le Moci (specializzato nel commercio internazionale)

Link ad altre eventuali informazioni e siti internet di interesse

www.lemonde.fr

www.lepetitjournal.com

www.lacroix.fr

www.courrierinternational.com

ENGLISH

Text used:

La Nouvelle Entreprise" edizione 2008 3° anno

Grammatica : "Grammaire express" CIDEB. Niveau intermédiaire

Recommended bibliography:

Le Monde

La Croix

point de vente

L.S.A

Le moci

Useful links and websites of interest:

www.lemonde.fr

www.lepetitjournal.com

www.lacroix.fr

www.courrierinternational.com

NOTA

ITALIANO

Modalità di verifica/esame

Esame finale il terzo anno.

ENGLISH

Final exam at the end of the third year.

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Mercoledì	9:00 - 12:00	
Lezioni: dal 24/09/2012 al 07/06/2013		

<http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?id=df9c>

LINGUA INGLESE (1° anno) - (English)

Anno accademico: 2012/2013

Codice: AA029

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

Docente: **Dott. Laura Milva Basta (Titolare del corso) Dott. Julie Deborah Bradshaw (Titolare del corso) Dott. Diana Marie Fahey (Titolare del corso) Andrew Martin Garvey (Titolare del corso)**

Recapito: [laura.basta@hotmail.it]

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

Anno: 1° anno

Crediti/Valenza: 0

SSD: L-LIN/12 - lingua e traduzione - lingua inglese

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 E MODALITÀ DI VERIFICA

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 English creata dal corpo docente di lingua inglese.

ENGLISH

Recommended texts and bibliography

The didactical material is available at the secretarial 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	
Lezioni: dal 24/09/2012 al 07/06/2013		

<http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?id=b4bc>

LINGUA INGLESE (2° anno) - (English)

Anno accademico: 2012/2013

Codice: AA029

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

Docente: **Da nominare (Titolare del corso)**

Recapito: []

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

Anno: 2° anno

Crediti/Valenza: 0

SSD: L-LIN/12 - lingua e traduzione - lingua inglese

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Italiano

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Orale

OBIETTIVI

ITALIANO

Finalità: Il corso di 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 avrà 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 E MODALITÀ DI VERIFICA

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

Il 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	
Lezioni: dal 24/09/2012 al 07/06/2013		

http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=c074

LINGUA INGLESE (3° anno)

Anno accademico: 2012/2013

Codice: AA029

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

Docente: **Da nominare (Titolare del corso)**

Recapito: []

Tipologia: Altro - Ulteriori conoscenze linguistiche

Anno: 3° anno

Crediti/Valenza: 12

SSD: L-LIN/12 - lingua e traduzione - lingua inglese

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 E MODALITÀ DI VERIFICA

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	
Lezioni: dal 24/09/2012 al 07/06/2013		

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

LINGUA SPAGNOLA (2° anno)

Anno accademico: 2012/2013

Codice: AA031

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

Docente: **Da nominare (Titolare del corso)**

Recapito: []

Tipologia: Altro - Ulteriori conoscenze linguistiche
Anno: 2° anno
Crediti/Valenza: -
SSD: L-LIN/07 - lingua e traduzione - lingua spagnola
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 E MODALITÀ DI VERIFICA

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. Préterito 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 cruenta? 2 libro del Alumno Y cuaderno de Ejercicios
- A.A. Vari – en Uso Ejercicios de gramatica: 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

- Bibliografia consigliata

- JIMÉNEZ ALICIA, FERNÁNDEZ JUAN, Gramática aplicada del español, Petrini 2009
- HERDER Diccionarios, Italiano/Español - Español/Italiano, Barcelona 1998, 3ª edizione o seg.

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

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

ENGLISH

The didactical material is available 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 edizione o seg.

Useful links and websites of interest:

www.cervantes.es

www.elpais.com

www.elmundo.es

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Venerdì	13:30 - 16:30	
Lezioni: dal 24/09/2012 al 07/06/2013		

http://saa.campus.net.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=f64b

LINGUA SPAGNOLA (3° anno)

Anno accademico: 2012/2013

Codice: AA031

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

Docente: **Da nominare (Titolare del corso)**

Recapito: []

Tipologia: Altro - Ulteriori conoscenze linguistiche

Anno: 3° anno

Crediti/Valenza: 6

SSD: L-LIN/07 - lingua e traduzione - lingua spagnola

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 E MODALITÀ DI VERIFICA

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 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

- 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, 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 edizione o seg.

Link ad altre eventuali informazioni e siti internet di interesse

www.cervantes.es

www.elpais.com

www.elmundo.es

ENGLISH

The didactical material is available at the secretarial office.

Text used:

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 edizione o seg.

Useful links and websites of interest:

- www.cervantes.es
- www.elpais.com
- 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	
Lezioni: dal 24/09/2012 al 07/06/2013		

<http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?id=ff24>

LINGUAGGI DELLA COMUNICAZIONE AZIENDALE - (LANGUAGE OF BUSINESS COMMUNICATION)

Anno accademico: 2012/2013

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. Maria Grazia Turri (Titolare del corso) Laura Rolle (Titolare del corso) Antonio Santangelo (Tutor)**

Recapito: [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 E MODALITÀ DI VERIFICA

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
- 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
- www.youtube.com

NOTA

ITALIANO

Modalità di verifica/esame

Esame orale.

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

ENGLISH

Evaluation process

Oral examination

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

ORARIO LEZIONI

Giorni	Ore	Aula
Giovedì	9:15 - 12:15	Aula 2 SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
Venerdì	9:15 - 12:15	Aula 2 SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
Lezioni: dal 25/02/2013 al 07/06/2013		

MARKETING AND COMMUNICATION

Anno accademico: 2012/2013

Codice: SAA0047

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

Docente: **Dott. Regina Brix (Titolare del corso)**

Recapito: [Regina.Brix@Hamburg.de]

Tipologia: A scelta dello studente

Anno: 2° anno 3° anno

Crediti/Valenza: 5

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

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Inglese

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Orale

http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=50d1

MARKETING E FINANZA (Corso Integrato di) - (INTEGRATED COURSE OF MARKETING AND FINANCE)

Anno accademico: 2012/2013

Codice: SAA0040

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

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

Recapito: [tardivo@econ.unito.it]

Tipologia: Caratterizzante - Aziendale

Anno: 2° anno

Crediti/Valenza: 10

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 E MODALITÀ DI VERIFICA

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

Finanza Aziendale

Anno accademico: 2012/2013

Codice: SAA0040A

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

Recapito: [tardivo@econ.unito.it]

Crediti/Valenza: 5

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) - (INTEGRATED COURSE OF MARKETING AND FINANCE)**

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 E MODALITÀ DI VERIFICA

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

Students should have the capacity to interpret a balance sheet from an economic-financial point of view so that they can be operational in a finance department of a public or private institution.

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

Contact hours with the presentation of the basic elements of Corporate Finance.

Exercises and case studies.

Group work: students have to work together to solve complex case studies

Guest speakers: managers will be invited to speak about real-life experiences.

COURSE CONTENTS

- Introduction to the course and Corporate Finance (aims, contents and objectives).
- The economic-financial re-classification of a financial statement Part I. General principles of SP and CE re-classification.
- The economic-financial re-classification of a financial statement Part II. Analysis per indexes
- Elements of economic-financial planning. Establishment of net financial need.
- Self-funding
- Assessment of economic-financial investments criteria Part I
- Assessment of economic-financial investments criteria Part II
- Cost of capital and leverage maneuver
- Risk-performance ratio
- The CAPM theory and the Beta index
- Ethics as a tool to create value for the firm. Guest speaker.

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
Lezioni: dal 25/02/2013 al 07/06/2013		
Nota: CORSO INTEGRATO DI MARKETING E FINANZA		

http://saa.campus.net.unito.it/do/moduli.pl/Show?_id=4d9f

Marketing

Anno accademico: 2012/2013

Codice: SAA0040B

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

Recapito: [elena.candelo@unito.it]

Crediti/Valenza: 5

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) - (INTEGRATED COURSE OF MARKETING AND FINANCE)

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 E MODALITÀ DI VERIFICA

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 Buondì 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
Lezioni: dal 25/02/2013 al 07/06/2013		
Nota: CORSO INTEGRATO DI MARKETING E FINANZA		

http://saa.campusnet.unito.it/do/moduli.pl/Show?_id=268f

MATEMATICA PER LE APPLICAZIONI ECONOMICHE E FINANZIARIE - (MATHEMATICS FOR BUSINESS ECONOMICS AND FINANCE)

Anno accademico: 2012/2013

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 E MODALITÀ DI VERIFICA

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, GNPV, 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

Lezioni: dal 24/09/2012 al 21/12/2012

http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=5cf8

PROFESSIONAL COMMUNICATION SKILLS FOR BUSINESS

Anno accademico: 2012/2013

Codice: SAA0058

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

Docente: **Da nominare (Titolare del corso)**

Recapito: []

Tipologia: A scelta dello studente

Anno: 2° anno 3° anno

Crediti/Valenza: 3

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

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Inglese

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Scritto

OBIETTIVI

ITALIANO

PRE-REQUISITI: ottima conoscenza della lingua inglese.

OBIETTIVI: Questo corso è pensato per fornire agli studenti di management le competenze necessarie ad analizzare, preparare e consegnare documenti aziendali d'impatto.

ENGLISH

Students should have an excellent knowledge of the English language

OBJECTIVES

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

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO E MODALITÀ DI VERIFICA

Gli studenti impareranno a realizzare materiale da ufficio stampa che va da una breve biografia dell'impresa, ad una dichiarazione della mission aziendale a dichiarazioni stampa persuasive.

COMPETENCES ACQUIRED

The course will show students how to analyze business cases, write reports as well as research and prepare proposals. They will learn to produce press office material ranging from a brief company biography and mission statement to a persuasive press release.

PROGRAMMA

ITALIANO

METODI DIDATTICI:

Gli studenti simuleranno un ambiente di lavoro lavorando sia in squadra sia individualmente verso il raggiungimento di obiettivi prestabiliti.

CONTENUTI

Le aree di studio includono tecnologie, risorse umane, finanza e marketing.

Le lezioni comprendono:

- Identificazione e organizzazione di concetti aziendali chiave
- Riconoscere influenze e impatti
- Analisi e valutazione critica di casi aziendali
- Preparazione di analisi SWOT e STEP
- Riassunto di testi aziendali
- Analisi delle relazioni di causa e effetto
- Proporre soluzioni

- Migliorare il vocabolario relativo al management e all'impresa

Questo è un corso di comunicazione aziendale rivolto agli studenti di management che intendono migliorare le loro competenze di lettura, scrittura e analisi. Il corso mostrerà agli studenti come analizzare casi aziendali, scrivere report e ricerche e formulare proposte.

ENGLISH

TEACHING METHODS

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

SYLLABUS

This is a business communications course which will interest management students looking to improve their reading, writing and analyzing skills.

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

Lessons will cover:

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

TESTI

TESTI

Il materiale didattico sarà distribuito in aula.

COURSE MATERIAL

Handouts will be provided.

NOTA

VALUTAZIONE DELL'ESAME: esame scritto finale e presentation in itinere.

FINAL ASSESSMENT: oral/written exam. Presentation.

<http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?id=fb14>

PSICOLOGIA DELL'ORGANIZZAZIONE - (THE PSYCHOLOGY OF ORGANIZATIONS)

Anno accademico: 2012/2013

Codice: SAA0041

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

Docente: **Annamaria Castellano (Titolare del corso)Dott. Remo Bonichi (Titolare del corso)Dott.**

Oddone De Siebert (Tutor)

Recapito: 0116702792 [annamaria.castellano@unito.it]

Tipologia: Attività formative affini o integrative

Anno: 2° anno

Crediti/Valenza: 6

SSD: M-PSI/06 - psicologia del lavoro e delle organizzazioni

Modalità di erogazione: Tradizionale

Lingua di insegnamento: Italiano

Modalità di frequenza: Obbligatoria

Modalità di valutazione: Scritto

OBIETTIVI

ITALIANO

Il corso si propone di fornire allo studente gli elementi di base per comprendere il funzionamento delle organizzazioni e l'azione umana all'interno di esse attraverso l'analisi dei principali approcci teorici che

hanno contrassegnato lo studio delle organizzazioni. Esso, intende presentare quindi le diverse prospettive e concezioni che rappresentano e spiegano l'organizzazione come fenomeno complesso e paradossale.

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.

ENGLISH

The course aims at providing students with the basic elements in order to understand how organizations and human behavior work by means of an analysis of the main theoretical approaches that have been emphasized in the study of organization. Therefore the aim is to introduce the different perspectives and concepts that represent and explain organization as a complex and paradoxical phenomenon. During the course, various tutorial activities will be carried out and students will be able to clear any doubts and ask questions.

ATTIVITÀ DI SUPPORTO

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

PROGRAMMA

ITALIANO

Metodi didattici

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.

ENGLISH

Module A - Organizations are complex phenomena: how to interpret and understand them Prof.ssa Anna Maria Castellano

- 1 - Introduction: Sociology and Psychology in the study of work and organizations. Metaphor as a conception, the conceptions of Organizations.
- 2 - Organization: the metaphor of the machine
- 3 - Organization: the metaphor of the organism
- 4 - Organization: the metaphor of culture
- 5 - Organization: the metaphor of the brain
- 6 - Organization: the metaphor of the political system and power
- 7 - Organization: the metaphor of flow and becoming
- 8 - Revision of the content and conclusions

Module B - Organizations are complex phenomena: analysis and application
Dott. Remo Bonichi

- 1 - Organizational behavior: people and organizations
- 2 - Scientific organization: times, methods and hierarchies
- 3 - Systematic organization and industrial relations
- 4 - Organization and human resources
- 5 - Organization and competences
- 6 - Organization and leadership
- 7 - Organization and new boundaries
- 8 - Revision of content and conclusions

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
Mercoledì	13:30 - 16:30	Aula 2 SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
Giovedì	9:15 - 12:15	
Lezioni: dal 24/09/2012 al 21/12/2012		

<http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?id=f007>

RAGIONERIA E CONTROLLO DI GESTIONE (Corso di) - (FINANCIAL ACCOUNTING AND MANAGEMENT AND CONTROL)

Anno accademico: 2012/2013

Codice: SAA0015

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

Docente: **Prof. Paola De Bernardi (Titolare del corso) Dott. Alain Devalle (Titolare del corso) Francesco Venuti (Tutor)**

Recapito: 011/6706010 [paola.debernardi@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 E MODALITÀ DI VERIFICA

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 - Il 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
Lezioni: dal 25/02/2013 al 07/06/2013		

http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?_id=2066

SISTEMI INFORMATIVI E LABORATORIO - (INFORMATION SYSTEMS AND LABORATORY)

Anno accademico: 2012/2013

Codice: SAA0042

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: 6

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. Conoscenza 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 E MODALITÀ DI VERIFICA

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	
Lezioni: dal 25/02/2013 al 07/06/2013		

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

SOCIOLOGIA DELL'INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE AZIENDALE - (INFORMATION AND COMMUNICATION SOCIOLOGY)

Anno accademico: 2012/2013

Codice: AA019

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

Docente: **Da nominare (Titolare del corso)**

Recapito: []

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 E MODALITÀ DI VERIFICA

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 chiave 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 secreterial 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	10:00 - 13:00	Aula 4 SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale
Giovedì	10:00 - 13:00	Aula 4 SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale

Lezioni: dal 24/09/2012 al 21/12/2012

<http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?id=8433>

STATISTICA - (STATISTICS)

Anno accademico: 2012/2013

Codice: SAA0038

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

Docente: **Elena Siletti (Tutor) Da nominare (Titolare del corso)**

Recapito: []

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 E MODALITÀ DI VERIFICA

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

- The aims and origins of Statistics. Statistic collective and features. Measurement scales. Gathering of data and creation of the data matrix.
- Changeable and variable statistics. References to the use of summation.
- Distribution of frequency. Main representational graphs. Grouping in categories.
- Distribution and quantile functions. Median, quartiles and percentiles. The box plot.
- Position measurements. Averages and their applications main principles of arithmetical averages.
- Variability measurements. The indexes of heterogeneity and entropy. Variance and square average margin
- Tchebychev inequality. Form indexes.
- Size comparison: statistic reports and index numbers
- Analysis of double distributions: distribution of joint, marginal and conditioned frequencies. Bi-variate statistic variables. Conditioned averages and variance.
- Statistic dependence and connection. Contingency charts and connective indexes
- Average dependence. Division of 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 the calculation of probabilities. Random experiments, sample space and events. Different definitions of the calculation of probabilities. The axiom approach.
- Calculation of probabilities. Conditioned probability. Stochastic independence. Bayes formula.
- Random and uni-variate variables. Functions of probability, density probability and distribution. Moments.
- Particular discreet probability models. Bernoulli and binomial distribution
- Particular probability models, uniform and normal.
- Calculation of areas of normal distribution and use of charts.
- Random sample, estimator and sample statistics. Random average variables and variance. Theory of central limits.
- Regular estimates and estimates at intervals.
- Application of the methodology learnt during the course to real cases.

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.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.statisticaengineering.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 examination is composed of a written part and an oral part. The oral exam is optional, and is on the entire syllabus. The total mark that can be achieved solely from the written exam is 26/30. Taking part in activities on the Moodle platform and/or with an optional Excel paper will be assessed for a maximum of 4 points (from 0 to 2 for participation on Moodle in quizzes and the forum and 0 to 2 points for the paper) which will be added to the final mark of the examination only if the latter is sufficient (i.e. equal to or over 18/30) of the written examination or oral examination. The Excel paper must be presented during the oral examination.

Students can only take the examination if they enroll via the SIA procedure online (<http://www.sia.unito.it>)

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 25/02/2013 al 07/06/2013

<http://saa.campusnet.unito.it/do/corsi.pl/Show?id=231f>

STRATEGIC MANAGEMENT

Anno accademico: 2012/2013

Codice: SAA0026

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

Docente: **Da nominare (Titolare del corso)**

Recapito: []

Tipologia: A scelta dello studente

Anno: 2° anno 3° anno

Crediti/Valenza: 5

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

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

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 teoretiche. 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 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 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

