

Elenco e descrizione degli Insegnamenti A.A 2008-2009



Corso di Laurea in *Management*

dell'Informazione e della
Comunicazione Aziendale

delle Facoltà di

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

Corso di Laurea in **Management**

dell'Informazione e della
Comunicazione Aziendale

delle Facoltà di

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

Docenti

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

VALTER BALBONI
(Corso diurno)
Professore a contratto

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

Settore scientifico- disciplinare: INF/01

Codice corso: AA017

Crediti (CFU): 5

ore di lezione: 35

ore di tutorato: 12



Reti e Sicurezza

Propedeuticità richieste ai frequentanti

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

Obiettivo dell'insegnamento

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

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

Conoscenze e abilità attese

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

Programma/Contenuti

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

Corso di Laurea in *Management*

dell'Informazione e della
Comunicazione Aziendale

delle Facoltà di

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

Metodi

Lezioni in aula (didattica frontale), con supporto di slide

Materiali didattici

Verranno inoltre fornite le slides utilizzate durante le lezioni.

Testi adottati/ Bibliografia consigliata

Testo adottato:

Si farà riferimento alle slides rese disponibili agli studenti.

Corso di Laurea in *Management*

dell'Informazione e della Comunicazione Aziendale

delle Facoltà di

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

Docenti

MASSIMO CANE
Ricercatore
Facoltà di Economia
Torino

Ricevimento:
da concordare
con lo studente

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

Codice corso: AA027

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



Sistemi Informativi per la comunicazione aziendale

Propedeuticità richieste ai frequentanti

Nessuna.

Obiettivo dell'insegnamento

L'obiettivo del corso è quello di iniziare lo studente alla conoscenza ed alla comprensione dei processi aziendali e della loro gestione, sia teorica che pratica, attraverso l'utilizzo delle differenti soluzioni operative all'interno del sistema informativo aziendale.

Conoscenze e abilità attese

L'insegnamento si prefigge di fornire agli studenti professionalità specifiche in termini di:

1. architetture di sistemi informatici e infrastrutture di telecomunicazione;
2. sistemi informativi integrati (ERP);
3. sistemi informativi direzionali: Business Intelligence;
4. SCM;
5. CRM;
6. KM.

Programma/Contenuti

1. Il ruolo dei sistemi informativi aziendali nella "società dell'informazione".
2. Le architetture di sistemi informatici.
3. Internet e le applicazioni basate sul web.
4. I sistemi informativi integrati - ERP e la gestione dei processi di business.
5. La business intelligence.
6. La gestione della conoscenza nell'impresa: il Knowledge Management.
7. La gestione della relazione con i clienti: Customer Relationship Management.
8. Le componenti del CRM, gli strumenti per la raccolta dell'informazione, l'interpretazione e lo sviluppo di nuove conoscenze.
9. La gestione della relazione con i fornitori: Supply Chain Management.
10. La collaborazione con i fornitori di materie dirette: la SCM in senso stretto.
11. La collaborazione con i fornitori di materie indirette (MRO): il business to business.

La didattica vedrà la partecipazione attiva degli studenti ai quali sarà richiesto di studiare e presentare alcuni casi aziendali di implementazioni di soluzioni ICT per l'attività di business.

Corso di Laurea in *Management*

dell'Informazione e della
Comunicazione Aziendale

delle Facoltà di

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

Metodi

Didattica frontale.

Materiali didattici

Saranno fornite ulteriori dispense.

Testi adottati/Bibliografia consigliata

Testo adottato:

A.A.V.V., *Management Information System*, Mc Graw Hill, 2005.

Corso di Laurea in *Management*

dell'Informazione e della
Comunicazione Aziendale

delle Facoltà di

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

Docenti

MICHELE SONNESSA
Professore a contratto

MARCO REMONDINO
Professore a contratto

Ricevimento:
su appuntamento
(sonnessa@di.unito.it) o
(remond@di.unito.it),
presso il Dipartimento di
Informatica o al termine
delle lezioni.

Settore scientifico -disciplinare: INF/01

Codice corso: AA018

Crediti (CFU): 8

ore di lezione: 60

ore di tutorato: 20

Sistemi informativi e laboratorio

Propedeuticità richieste ai frequentanti

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

Obiettivo dell'insegnamento

Fornire allo studente competenze generali e pratiche di base sull'architettura delle basi di dati, dei sistemi informativi aziendali e sull'analisi dei processi aziendali.

Conoscenze e abilità attese

Capacità di padroneggiare modelli e metodologie per lo sviluppo di semplici sistemi informativi aziendali. Conoscenze di base sull'analisi dei processi in azienda.

Programma/Contenuti

Il corso si compone sostanzialmente in tre parti:

1. architetture dei Sistemi informativi;
2. analisi e trattamento degli aspetti funzionali nel trattamento dell'informazione in azienda;
3. analisi e trattamento degli aspetti strutturali nel trattamento dell'informazione in azienda.

Dopo un'introduzione generale sulle problematiche dei sistemi informativi aziendali, nella prima parte del corso si richiamano le proprietà dei sistemi relazionali di basi di dati e del linguaggio di manipolazione SQL.

Nella seconda parte del corso si espone una metodologia completa di analisi organizzativa delle realtà aziendali, simulazione dei processi, ingegnerizzazione e re-ingegnerizzazione dei processi e analisi del cambiamento.

Le applicazioni riguarderanno generalmente la Pubblica Amministrazione.

Nella terza parte del corso, si applicheranno tecniche moderne di rappresentazione, connesse agli standard UML, per la specifica dei dati e la conversione su sistemi relazionali di gestione.

Nel laboratorio saranno approfondite le tematiche riguardanti l'analisi dei processi aziendali e la loro ingegnerizzazione mediante un moderno strumento di specifica e simulazione di processi.

Corso di Laurea in *Management*

dell'Informazione e della
Comunicazione Aziendale

delle Facoltà di

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

Metodi

Didattica frontale (teoria ed esercitazioni), Laboratorio.

Materiali didattici

Saranno distribuiti i lucidi delle lezioni.

Testi adottati/Bibliografia consigliata

Dispense fornite dai docenti.

Bibliografia consigliata

G.BRACCHI, C. FRANCALANCI, G. MOTTA, *Sistemi informativi e aziende in rete*, McGraw Hill (2001)

Corso di Laurea in *Management*

dell'Informazione e della Comunicazione Aziendale

delle Facoltà di

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

Docenti

ANNUNZIATO GENTILUOMO
Professore a contratto

Ricevimento:
da concordare
con gli studenti

Settore scientifico

-disciplinare: SPS/08

Codice corso: AA019

Crediti (CFU): 8

ore di lezione: 60

ore di tutorato: 20



Sociologia dell'informazione e della comunicazione

Propedeuticità richieste ai frequentanti

Nessuna.

Obiettivo dell'insegnamento

Il corso intende fornire una panoramica del mondo della comunicazione, i diversi campi, le prospettive di fruizione, i problemi connessi. Gli argomenti verranno affrontati da una prospettiva sociologica, illustrando gli orientamenti teorici principali e i metodi di ricerca.

Conoscenze e abilità attese

Il corso mira a fornire agli studenti una conoscenza generale su linguaggi e meccanismi di comunicazione dei mass media e nuovi media. Particolare attenzione è rivolta a stimolare le capacità critiche e le metodologie di analisi sociologica del prodotto mediale, fornendo strumenti per l'analisi del contesto di fruizione e per la progettazione di nuove soluzioni.

Programma/Contenuti

Introduzione alle scienze della comunicazione ed al lessico sociologico (concetto di cultura, di prodotto culturale, di ruolo, di attore sociale, di interazione, di gruppo).

I modelli della comunicazione (Shannon e Weaver, Jakobson, Bachtin, Lotman e Watzlawick) gli ambiti della comunicazione non verbale e la comunicazione verbale. Oralità e scrittura.

La comunicazione di massa e cenni sulla storia dei mass media tradizionali
Gli effetti dei media.

I nuovi media: caratteristiche e prospettive di fruizione. La questione del pubblico dei media e le differenti metodologie di analisi (dalle ricerche audiometriche a quelle etnografiche).

Il Newsmaking, le relazioni pubbliche ed il kit degli uffici stampa (cartella stampa, media list, rassegna stampa e comunicato stampa)

Concetto di qualità della televisione ed il legislativo in materia di radio-televisione.

La comunicazione di impresa: il communication mix. Dal piano di marketing al piano di comunicazione.

Gli strumenti fondamentali della trasparenza aziendale e la costruzione degli eventi.

La comunicazione in situazione di crisi, i Public affairs, la comunicazione finanziaria e le sponsorizzazioni.

Corso di Laurea in *Management*

dell'Informazione e della
Comunicazione Aziendale

delle Facoltà di

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

Metodi

Lezioni frontali, esercitazioni.

Materiali didattici

Materiali distribuiti durante il corso.

Testi adottati/Bibliografia consigliata

Dispense del docente o manuale da concordare

Testi adottati:

PACCAGNELLA L. (a cura di), *Sociologia della comunicazione*, Il Mulino, 2004.

PECCHENINI CORSINI, *Gestire le relazioni pubbliche per l'impresa*, Ed. Il Sole 24 ore.

Manuali

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

Boni F. (2006), *Teorie dei media*, Il Mulino

DeFleur M.L.-Ball-Rokeach S.J. (1995), *Teorie delle comunicazioni di massa*, Il Mulino

McQuail D. (2001), *Sociologia dei media*, Il Mulino

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

Rosengren K.E. (2001), *Introduzione allo studio della comunicazione*, Il Mulino

Wolf M. (2002), *Teorie delle comunicazioni di massa*, Bompiani

Livolsi (2002) *Manuale di Sociologia della comunicazione*, Ed. Laterza.

Approfondimenti tematici

Bagnasco A. (2007), *Prima lezione di sociologia*, Laterza

Bettetini G.-Fumagalli A. (2002), *Quel che resta dei media. Idee per un'etica della comunicazione*, Franco Angeli

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

Boni F. (2004), *Etnografia dei media*, Laterza

Boni F. (2004), *Men's Help. Sociologia dei periodici maschili*, Meltèmi

Calefato P. (2007), *Mass Moda. Linguaggio e immaginario del corpo rivestito*, Meltèmi

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

Chomsky N.- Herman E.S. (2006), *La fabbrica del consenso*, Il Saggiatore

Codeluppi V, (2006), *Manuale di sociologia dei consumi*, Carocci

Colombo F. - Eugeni R. (2004), *Il prodotto culturale*, Carocci

Colombo F. (2006), *Introduzione allo studio dei media. I mezzi di comunicazione fra tecnologia e cultura*, Carocci

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

Cuche D. (2004), *La nozione di cultura nelle scienze sociali*, Il Mulino

Corso di Laurea in *Management*

dell'Informazione e della
Comunicazione Aziendale

delle Facoltà di

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

De Blasio E., Gili G., Hibberd M., Sorice M., (2007), La ricerca sull'audience, Hoepli
Fabris G. (1997), La pubblicità. Teorie e prassi, Franco Angeli
Gerosa M. (2007), Second life, Meltemi
Gillespie M., (a cura di), (2007), Media audiences, Hoepli
Giordano V.-Parisi S. (a cura di), (2007), Chattare. Scenari della relazione in rete, Meltemi
Griswold W., (1997), Sociologia della cultura, Il Mulino
Hesmondhalgh D. (a cura di), (2007), Media production, Hoepli
Invernizzi E. (a cura di), (2006), Manuale di relazioni pubbliche II. Le competenze e i servizi specializzati, McGraw-Hill
Livolsi M. (2002), Manuale di sociologia della comunicazione, Laterza
Livolsi M. (a cura di), (2003), Il pubblico dei media, Carocci
Lull J., (2003), In famiglia, davanti alla TV, Meltemi editore
Mancini P. (2004), Il sistema fragile, Carocci
Mancini P.-Marini R. (2006), Le comunicazioni di massa, Carocci
McQuail D., L'analisi dell'audience (2001), Il Mulino
Moore S., (1998), Il consumo dei media, Il Mulino
Natale P. (2004), Il sondaggio, Laterza
Pagnoncelli N. (2001), Opinioni in percentuale, Editori Laterza
Pecchenino M.-Corsini B., (2004), Gestire le relazioni pubbliche per l'impresa. Strategie e strumenti efficaci per comunicare l'immagine e la competitività dell'azienda, Il Sole 24 Ore
Petullà L.-Borrelli D. (2007), Il videofonino. Genesi e orizzonti del telefono con le immagini, Meltemi
Price V. (2004), L'opinione pubblica, Il Mulino
Roversi A. (2001), Chat line, Il Mulino
Scifo B. (2005), Culture mobili. Ricerche sull'adozione giovanile della telefonia cellulare, Vita e Pensiero
Sciolla L. (2007), Sociologia dei processi culturali, Il Mulino
Thompson J. B., (1998), Mezzi di Comunicazione e modernità, il Mulino
Wolf M. (2001), Gli effetti sociali dei media, Bompiani

Strumenti di base di metodologia della ricerca sociale applicata ai media
Albano R.-Paccagnella L. (2006), La ricerca sociale sulla comunicazione, Carocci
Barisione M.- Mannheim R (1999), I sondaggi, Il Mulino Bossi V. (2003), Auditel: un sistema aperto, Marsilio
Casetti F-Di Chio F. (2001), Analisi della televisione, Bompiani
Cardano M., (2007), Tecniche di ricerca qualitativa. Percorsi di ricerca nelle scienze sociali, Carocci
Corbetta P. (2003), La ricerca sociale: metodologia e tecniche. Vol. I, II, III, IV, Il Mulino
Tipaldo G. (2007), L'analisi del contenuto nella ricerca sociale. Spunti per una riflessione multidisciplinare, Stampatori

Corso di Laurea in *Management*

dell'Informazione e della Comunicazione Aziendale

delle Facoltà di

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

Docenti

FRANCO CERESA
Professore a contratto

Ricevimento:
prima delle lezioni,
presso la SAA, previo
appuntamento via mail
fceresa@unito.it

Settore scientifico-
disciplinare: SPS/09

Codice corso: AA007

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



Sociologia dell'organizzazione

Propedeuticità richieste ai frequentanti

Nessuna.

Obiettivo dell'insegnamento

Il corso si propone di fornire allo studente gli elementi di base per comprendere il funzionamento delle organizzazioni e il comportamento umano all'interno di esse attraverso l'analisi dei principali approcci teorici della storia del pensiero organizzativo, dall'inizio del '900 fino ai giorni nostri. Esso, inoltre, intende chiarire come vi siano diversi modi di dipendere, rappresentare e spiegare il fenomeno organizzativo.

Conoscenze e abilità attese

Accrescere le conoscenze sulla teoria organizzativa ed i principali paradigmi che consentono una corretta interpretazione dei modelli organizzativi.

Programma/Contenuti

1. La questione industriale:

- 1.1. L'organizzazione scientifica del lavoro
- 1.2. L'azienda come sistema cooperativo
- 1.3. Tecnologia e organizzazione
- 1.4. Modelli produttivi postfordisti

2. La questione burocratica:

- 2.2. L'organizzazione burocratica e la pluralità dei modelli burocratici
- 2.3. Adattamento, cooptazione e strategie degli attori nelle organizzazioni
- 2.4. Varietà e progettazione delle forme organizzative

Metodi

Lezioni frontali.

Materiali didattici

Nel corso delle lezioni verranno fornite fotocopie di tabelle e di grafici. Il docente è disposto a concordare con uno o più studenti la redazione di una dispensa basata sugli appunti delle lezioni, opportunamente rivisti e corretti.

Testi adottati/Bibliografia consigliata

Testo adottato:

G.BONAZZI, *Storia del pensiero organizzativo*, Milano, Angeli, 2002 (comparsa Introduzione al volume).

Corso di Laurea in **Management**

dell'Informazione e della
Comunicazione Aziendale

delle Facoltà di

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

Docenti

MARIO MONTINARO
Professore ordinario
Facoltà di Scienze Politiche
Torino

ANNA LO PRESTI
Ricercatore
Facoltà di Scienze Politiche
Torino

Ricevimento:
al termine della lezione

Settore scientifico- disciplinare SECS-S/01

Codice corso: AA008

Crediti (CFU): 8
ore di lezione: 60
ore di tutorato: 20



Statistica

Propedeuticità richieste ai frequentanti

Aver sostenuto l'esame di matematica.

Obiettivo dell'insegnamento

Porre lo studente in grado di utilizzare gli strumenti metodologici adeguati a descrivere mediante rappresentazioni grafiche ed opportuni indici una popolazione statistica ed anche di analizzare i legami intercorrenti tra variabili statistiche. Lo studente verrà inoltre edotto sulle principali tecniche di formazione del campione necessarie per condurre le indagini campionarie.

Conoscenze e abilità attese

Capacità di pianificare un'indagine statistica e di elaborare ed analizzare i dati ottenuti.

Programma/Contenuti

Oggetto ed evoluzione della statistica. La rilevazione dei dati statistici e loro presentazione in tabelle. Le rappresentazioni grafiche dei dati statistici.

I rapporti statistici ed i numeri indici. Le medie e loro applicazioni. La variabilità e la dispersione. Gli indici di forma.

La distribuzione Normale o di Gauss. La connessione. Regressione e correlazione. Il campionamento statistico: popolazioni finite, indagini campionarie, qualità dei dati. I piani di campionamento probabilistici e non probabilistici. La dimensione del campione.

Gli errori campionari e non campionari.

Metodi

Lezioni frontali.

Materiali didattici

Dispense fornite dai docenti.

Testi adottati/Bibliografia consigliata

Testi adottati:

M. MONTINARO, G. NICOLINI, *Elementi di Statistica descrittiva* - Utet, Torino 2007.

M. MONTINARO, *Metodi statistici per le indagini campionarie* - Utet, Torino 2004.

Corso di Laurea in *Management*

dell'Informazione e della
Comunicazione Aziendale

delle Facoltà di

- Economia
- Giurisprudenza
- Lettere e Filosofia
- Scienze M-FN
- Scienze Politiche

Docenti

FABRIZIO MOSCA
Professore associato
Facoltà di Economia
Torino

Ricevimento:
prima della lezione

Settore scientifico-
disciplinare SECS-P/08

Codice corso: AA037

Crediti (CFU): 3
ore di lezione: 21



Strategie d'impresa (inserito nei CfU liberi)

Propedeuticità richieste ai frequentanti

Il corso è strettamente coordinato e collegato con gli altri insegnamenti economico aziendali impartiti presso la SAA ed in particolare con i corsi del primo anno ed i suoi contenuti costituiscono la base dei corsi di approfondimento sulla strategia d'impresa degli anni successivi al primo.

Non obblighiamo ma è consigliato il sostenimento dell'esame di economia aziendale e di marketing prima di strategie d'impresa.

Obiettivo dell'insegnamento

Il corso si propone di analizzare il concetto di strategia ed il processo di gestione strategica e di indagare la vera natura dei vantaggi competitivi per le imprese.

Nell'ambito delle lezioni si fornirà una risposta alle seguenti domande:

1. Per quali motivi in presenza delle stesse condizioni alcune imprese hanno successo mentre altre non l'hanno o addirittura sono costrette all'abbandono?
2. Cosa si intende per strategia e qual è la vera importanza di questo concetto?
3. Quali sono le fonti dei vantaggi competitivi?
4. Cosa è cambiato nelle strategie delle imprese negli ultimi due decenni?
5. Come si realizzano in concreto le principali strategie corporate, di business unit, di attacco, di difesa e di turnaround?

Conoscenze e abilità attese

Si sviluppano le capacità di analisi per individuare le fonti originarie del vantaggio competitivo per un'impresa ed una visione strategica nella gestione aziendale.

Programma/Contenuti

Parte prima

1. Introduzione alla gestione strategica.
2. Analisi strategica.
3. La natura dei vantaggi competitivi.

Parte seconda

Le strategie Corporate

1. Le strategie corporate in un'impresa single-business.
2. Integrazione verticale, integrazione orizzontale.
3. La diversificazione.
4. Le strategie corporate in un'impresa multibusiness.
5. Come entrare in nuovi settori.

Corso di Laurea in **Management**

dell'Informazione e della
Comunicazione Aziendale

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

Le strategie di BusinessUnit

6. Le strategie competitive generiche.
7. Le strategie e il ciclo di vita del settore.
8. Le strategie dinamiche: l'attacco ai leaders; la difesa dei leaders.
9. Le strategie di turnaround.
10. Le strategie funzionali (cenni).
11. Le strategie "globali".

Realizzare strategie

12. Strategie e strutture organizzative.
13. Controllo e valutazione delle strategie.
14. I "drivers" del cambiamento strategico.

Metodi

Il metodo didattico adottato prevede, oltre alle lezioni tradizionali a cura del docente del corso, la presentazione e discussione in aula di casi di strategia a cura del docente, del tutor e/o di testimoni aziendali selezionati in base all'esperienza e le competenze acquisite nella loro professione.

Materiali didattici

Casi consegnati a lezione, letture e lucidi.

Testi adottati/Bibliografia consigliata

Testo da studiare:

Per chi sostiene l'esame in lingua italiana:

PELLICELLI G., *Strategie d'impresa*, Università Bocconi Editore, 2005
(seconda edizione)

per chi sostiene l'esame in lingua straniera (un testo a scelta):

BESANKO D., DRANOVE D., SHANLEY M., *Economics of Strategy*,
John Wiley & Sons. LYNCH R., *Corporate strategy*, Pitman Publishing

Altri testi consigliati

PELLICELLI A.C., *Le strategie delle imprese high tech*, Giappichelli, 1999
GRANT R., *L'analisi strategica nella gestione aziendale*, ed. Il Mulino, 1999
HILL C.W.L. e JONES G.B., *Strategic management: an integrated approach*, Houghton Mifflin Company, 1998

Corso di Laurea in *Management*

dell'Informazione e della
Comunicazione Aziendale

delle Facoltà di

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

Docenti

ANNA GOY
Ricercatore confermato
Facoltà di Lettere e
Filosofia
Torino

GIOVANNA PETRONE
Ricercatore
Facoltà di Scienze MFN
Torino

Ricevimento:
da concordare
con lo studente

Settore scientifico- disciplinare: INF/01

Codice corso: AA028

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



Tecnologie Web (diurno e serale)

Propedeuticità richieste ai frequentanti

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

Obiettivo dell'insegnamento

Il corso intende offrire una panoramica degli strumenti e delle tecnologie che possono essere utilizzate per costruire sistemi interattivi su Web. Senza entrare nei dettagli tecnici relativi alle molte tecnologie oggi disponibili, la panoramica ha come obiettivo quello di mettere lo studente in grado di capire e valutare i diversi approcci per operare scelte informate ed efficaci nell'ambito di progetti aziendali di vasta portata. Accanto alle lezioni tradizionali, che forniranno allo studente gli strumenti analitici e metodologici, il corso prevede la presentazione di testimonianze aziendali, tenute da esperti provenienti da realtà attive nel mondo Internet/Web. Tali testimonianze offriranno agli studenti l'opportunità di capire le concrete applicazioni di alcune delle tecnologie analizzate.

Conoscenze e abilità attese

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).

Programma/Contenuti

Internet e il web

Introduzione a Internet e al WWW (client server, URL, DNS, HTTP,...).
Pagine statiche: HTML, CSS.
Introduzione a XML: parser XML; DTD e XML-schema; trasformazioni XLS.

Siti web dinamici

Il concetto di scripting.
Pagine dinamiche client-side (Java Script, Java Applet, Flash).
Pagine web dinamiche server-side (Active Server Page, PHP, Java Server Pages, Servlet).
Cenni al Web 2.0 (AJAX Open Api e Google Apps).
Esempi di applicazioni basate sulle tecnologie web dinamiche: content management system.

Principi di HCI: usabilità, accessibilità

Architettura

L'evoluzione del Client/Server.
Database servers e Fat client.
Architetture Multi-Tier.

Corso di Laurea in *Management*

dell'Informazione e della
Comunicazione Aziendale

delle Facoltà di

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

CORBA.

Business Objects: COM (Component Object Model) e DCOM (Distributed COM); Enterprise Java Beans (J2EE).

SOA (Service Oriented Architecture).

Web Services: Microsoft .NET; Java WSDP.

Composizione di Web Services.

Software Engineering.

Metodi

Didattica frontale.

Materiali didattici

Saranno rese disponibili le slides delle lezioni.

Testi adottati/Bibliografia consigliata

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. 2004/05

Articoli su Web 2.0, CMS, accessibilità (saranno segnalati a lezione)

Ulteriori testi opzionali di approfondimento verranno segnalati a lezione.