



UNIMORE

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI
MODENA E REGGIO EMILIA

Percorso di formazione pluriennale

Corso di formazione in **Economia e Gestione d'Impresa**

Sabato 11 Maggio 2019

Aula Magna P. Manodori – Palazzo Dossetti
Via Allegri 9 – 42121 Reggio Emilia

Dipartimento di Comunicazione ed Economia

Presentazione

Nel 2001 è nato a Reggio Emilia un importante progetto culturale che ha l'obiettivo di integrare, sia nelle attività didattiche sia nella ricerca, competenze multidisciplinari per lo studio e l'insegnamento di temi legati alla comunicazione, all'economia e alla gestione d'impresa. In questo contesto, il Dipartimento di Comunicazione ed economia si è da sempre impegnato nella costruzione di un'offerta formativa innovativa nei contenuti e nei metodi: ad oggi offre tre corsi di laurea triennale e tre corsi di laurea magistrale, raccoglie oltre 1.000 nuovi studenti all'anno (per un totale di quasi 3.000 iscritti) e vede coinvolti in attività di didattica e di ricerca 38 docenti e ricercatori, con competenze in tutte le aree di studio legate alla comunicazione, all'economia e alle imprese.

Sede e Territorio

A partire da ottobre 2005, la sede del Dipartimento di Comunicazione ed economia è l'ex "Caserma Zucchi", intitolata il 9 febbraio 2013 al costituente e giurista Giuseppe Dossetti. La sede offre agli studenti aule attrezzate, un laboratorio informatico con 83 postazioni, la Biblioteca Universitaria Interdipartimentale e la Mediateca. L'edificio ospita anche dottorandi e assegnisti di ricerca, i collaboratori esterni per l'attività di didattica e di ricerca e i Visiting Professor. La prestigiosa aula magna "Pietro Manodori" è sede di importanti eventi accademici e culturali della città di Reggio Emilia.

Temi di ricerca e relazioni con il territorio

Il Dipartimento riconosce agli eventi scientifici e istituzionali un ruolo importante per il confronto accademico e culturale. Nel 2019 il Dipartimento ha organizzato, tra gli altri, eventi divulgativi nell'ambito del co-working, della comunicazione d'impresa - con l'assegnazione del premio Pirella, all'ottava edizione - del marketing digitale, delle trasformazioni organizzative legate ad Industria 4.0. Accanto all'attività divulgativa, il Dipartimento è attivo nell'organizzazione di eventi di carattere scientifico ed accademico e di attività finalizzate ad intensificare le relazioni tra Università, Studenti e Territorio.

La Biblioteca Universitaria

Nell'edificio in cui ha sede il Dipartimento si trova anche la Biblioteca Universitaria Interdipartimentale di Reggio Emilia. Tutti gli studenti hanno libero accesso alla struttura utilizzando il tesserino universitario o, in alternativa, codice fiscale e tesserino sanitario. La biblioteca è parte del Sistema Bibliotecario di Ateneo (SBA) ed è possibile consultare e richiedere in prestito testi, cd rom, dvd e vhs, e reperire testi e articoli posseduti da altre biblioteche. Gli studenti vengono assistiti nelle ricerche bibliografiche utili per approfondire argomenti di studio, e possono consultare periodici, riviste e banche dati. In biblioteca si trovano anche delle postazioni multimediali per l'accesso a internet e ai servizi on-line d'Ateneo.

Sostegno nello studio: il tutorato

Gli studenti che hanno difficoltà a organizzare lo studio e hanno bisogno di aiuto per orientarsi nel mondo universitario possono rivolgersi ai servizi di tutorato presenti nel Dipartimento, contattando i docenti e gli studenti tutor. Il docente tutor fornisce un supporto metodologico-didattico per superare eventuali ostacoli o difficoltà legati all'apprendimento (per esempio, preparare un esame, mettere in relazione i contenuti delle diverse discipline, chiarire dubbi sulle materie di studio). Gli studenti tutor aiutano i più giovani a costruire un metodo di studio, a mettersi in contatto con i docenti, a chiarire dubbi sul mondo universitario e sui contenuti disciplinari.

A chi rivolgersi

Il sito www.dce.unimore.it contiene tutte le informazioni sull'organizzazione didattica, pratica e amministrativa del Dipartimento. In caso di ulteriori esigenze gli studenti possono rivolgersi a: Ufficio di Coordinamento didattico: (uff. 1.30, I piano tel. 0522 523212; fax 0522 523205; didattica.dce@unimore.it), per tutte le questioni relative all'organizzazione didattica (lezioni, esami, programmi di studio, ricevimento docenti, etc.); Segreteria studenti (tel. 0522 522204; fax 0522 522205; segrstud.comunicazione.economia@unimore.it), per problemi di tipo amministrativo (immatricolazione, modulistica, tasse da pagare, trasferimenti, etc.).

Obiettivi formativi e organizzazione del corso

Obiettivi formativi: Il corso di formazione risponde al crescente fabbisogno delle imprese di professionalità moderne, dotate di solide competenze manageriali e preparate all'utilizzo delle nuove tecnologie dell'informazione. Il corso unisce competenze commerciali e di marketing alle conoscenze organizzative e prepara alla gestione della comunicazione interna ed esterna d'impresa.

Sia le grandi che le piccole e medie imprese mostrano sempre più interesse verso un patrimonio di risorse umane dotato di nuove abilità per la gestione delle relazioni con i mercati nazionali ed internazionali, che siano in grado di utilizzare i nuovi strumenti di comunicazione e che seguano il passo dei continui cambiamenti che investono gli attuali contesti competitivi. Il corso è articolato in quattro aree principali di studio. La prima si concentra sugli strumenti quantitativi e giuridici utili per la valutazione e la gestione delle relazioni con il mercato. La seconda area è incentrata sui modelli adottati per il coordinamento dell'attività d'impresa e delle relazioni tra attori economici e istituzionali. La terza area affronta le tematiche dell'organizzazione aziendale e della gestione delle risorse umane, con un riferimento costante alle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione e agli opportuni riferimenti normativi. Infine la quarta area approfondisce temi relativi alle strategie e alle politiche di marketing, gestione dei servizi alla clientela e alla comunicazione d'impresa. Il percorso prevede lezioni frontali tradizionali, moduli seminariali, attività e progetti di gruppo, importanti soprattutto per sviluppare la capacità di applicazione delle conoscenze acquisite.

Comitato scientifico: *Luigi Davoli, Riccardo Ferretti, Giovanna Galli, Alberto Petranzan, Marcello Tedeschi*
Direttore del Corso: *Prof. Riccardo Ferretti*

Organizzazione dell'attività didattica: da Settembre a Maggio, venerdì, dalle 9:00 alle 18:00, e sabato mattina. Giornata inaugurale: 12 Luglio 2019

Sede attività didattica: Reggio Emilia, Palazzo Dossetti, Via Allegrì, 9
Organizzazione degli insegnamenti: ogni credito formativo rappresenta 25 ore di lavoro complessivo, di cui 8 di aula. La frequenza è obbligatoria (70%). Durante e/o al termine degli insegnamenti sono previste prove di valutazione che produrranno un esito finale in trentesimi. In ogni modulo non è prevista una prova finale. Al termine di ogni modulo, l'attestato del corso di perfezionamento indicherà i crediti acquisiti, con i relativi programmi degli insegnamenti.

Gli insegnamenti dei moduli

Titoli degli insegnamenti	Settori scientifico disciplinari	CFU
Modulo 1 – A.A. 2019-2020 – Fondamenti multidisciplinari per l'Economia e la Gestione d'Impresa		
Fondamenti di diritto dell'economia	IUS/01	6
Economia aziendale	SECS-P/07	9
Marketing strategico	SECS-P/08	6
Tecnologie della comunicazione per il web	INF/01	6
Economia politica	SECS-P/06	9
Sociologia del lavoro e dell'organizzazione	SPS/09	6
Modulo 2 – A.A. 2020-2021 – Aspetti quantitativi, giuridici e di marketing per la relazione con il mercato		
Matematica finanziaria	SECS-S/06	6
Diritto dei contratti	IUS/05	12
Marketing operativo e industriale	SECS-P/08	9
Statistica per il marketing e le vendite	SECS-S/01	12
Psicologia sociale	M-PSI/05	6
Modulo 1 – A.A. 2021-2022 – Economia, Amministrazione d'impresa e coordinamento organizzativo		
Politica economica	SECS-P/01	9
Organizzazione aziendale	SECS-P/10	9
Amministrazione e controllo	SECS-P/07	9
Comunicazione d'impresa	SECS-P/08	9
Comportamento organizzativo	SECS-P/10	9

L'attività didattica

Fondamenti di diritto privato dell'economia

Il corso affronta alcuni fra gli aspetti principali del Diritto Privato: i soggetti di diritto, la capacità giuridica e la capacità di agire, i diritti della persona, i beni, la proprietà e gli altri diritti reali, i diritti reali di garanzia, il possesso, la detenzione, la comunione, l'obbligazione, l'autonomia privata nella stipulazione del contratto, gli elementi del contratto, l'efficacia del contratto, le patologie del contratto (invalidità, risoluzione e rescissione), il fatto illecito, le successioni a causa di morte e le donazioni.

Economia aziendale

L'insegnamento di economia aziendale ha l'obiettivo di fornire le conoscenze di base per la comprensione e l'analisi dell'attività economica delle aziende, osservate negli aspetti della gestione, dell'organizzazione e della rilevazione. Con riferimento alle differenti classi di aziende, si introducono gli elementi che ne compongono la struttura, i processi di svolgimento dell'attività economica e le modalità di interazione con l'ambiente. Il corso presenta le condizioni che influiscono sugli equilibri economici, qualificandone i principi ed individuandone i principali strumenti applicativi, per consentire lo sviluppo di un'autonoma capacità di interpretazione dei comportamenti economici delle aziende.

Marketing strategico

Il tema del marketing strategico viene affrontato a partire dall'analisi dei principali fenomeni che caratterizzano il comportamento competitivo dell'impresa e l'evoluzione del contesto economico e concorrenziale. L'analisi dei differenti e articolati flussi informativi esterni e interni costituisce dunque la premessa per profilare concorrenti e acquirenti, al fine di mappare i segmenti di mercato target e di individuare le opportune linee di indirizzo strategico al fine di presidiare e consolidare il vantaggio competitivo.

Tecnologie della comunicazione per il web

Il corso introduce l'analisi delle componenti alla base dei Servizi ICT, al fine di individuare quali sono le principali architetture hardware e software delle quali possono avvalersi le imprese. Affronta il tema del cambiamento di gestione dei sistemi informativi con l'avvento del Cloud Computing e della connettività d'azienda. Tra i servizi ICT particolare attenzione è dedicata a ERP, CRM e social media, al fine di migliorare il dialogo IT- Business.

Economia politica

Il corso introduce alla teoria ed all'analisi microeconomica. I principali temi affrontati sono: mercati e prezzi - Concetti di base: domanda ed offerta Produttori, consumatori e mercati concorrenziali - Comportamento del consumatore, domanda individuale e di mercato - Produzione: tecnologia, costi e comportamento dell'impresa concorrenziale - Analisi dei mercati di concorrenza perfetta Strutture di mercato e strategie concorrenziali - Potere di mercato e fissazione dei prezzi - Concorrenza monopolistica e monopolio - Interazione strategica, oligopolio e teoria dei giochi - Prezzi dei fattori e distribuzione del reddito - Mercati degli input e dei fattori di produzione: prezzi e distribuzione - Le logiche dell'investimento imprenditoriale - Fallimento del mercato ed intervento pubblico - Informazione asimmetrica, effetti esterni e beni pubblici

I contenuti degli insegnamenti

Sociologia del lavoro e dell'organizzazione

Il corso fornisce agli studenti i principali concetti e strumenti analitici per comprendere le caratteristiche dei processi organizzativi e delle trasformazioni del lavoro. Dopo una prima parte focalizzata sui diversi punti di vista attraverso cui è possibile studiare le organizzazioni e i processi lavorativi, il corso prosegue approfondendo due tra i principali sistemi di regolazione del lavoro organizzato: il mercato del lavoro e le relazioni industriali. L'ultima parte del corso è invece dedicata alle trasformazioni del lavoro avvenute negli ultimi decenni e al loro approfondimento attraverso una prospettiva critica per individuare i cambiamenti ma anche le linee di continuità con il passato.

Matematica finanziaria

Il programma del corso si articola secondo i seguenti argomenti: matematica di base, funzioni lineari e loro applicazioni, algebra delle matrici, calcolo differenziale e ottimizzazione, calcolo integrale, calcolo differenziale per funzioni di più variabili, calcolo finanziario.

Diritto dei contratti

Il corso si propone di esaminare, attraverso l'analisi della disciplina contenuta sia nel Codice Civile che nella legislazione speciale, le principali tematiche connesse ai profili civilistici del diritto dei contratti e delle relazioni dell'impresa. Gli obiettivi del corso riguardano i concetti di base del diritto generale e speciale relativo alla contrattazione d'impresa cui si affianca, per coerenza sistematica, la disciplina relativa alla rappresentanza commerciale ed alla comunicazione di impresa.

Marketing operativo, industriale e dei servizi

Il corso è finalizzato all'acquisizione degli strumenti per la valutazione del portafoglio prodotti, la creazione ed il mantenimento dell'immagine di marca, la scelta e l'accostamento dei canali distributivi e la gestione della comunicazione d'impresa. Accanto ai principali temi di marketing operativo, sono approfondite le tematiche specifiche delle imprese di servizi, con l'introduzione principali contributi del marketing relazionale.

Statistica per il marketing e le vendite

L'obiettivo del corso è quello di introdurre allo studente concetti e nozioni fondamentali alla base ragionamento statistico, sia descrittivo che inferenziale. In una prima parte vengono introdotti gli strumenti di analisi dei dati utili a esplorare, organizzare, rappresentare e riassumere i dati. Nella seconda parte si introducono alcuni concetti e strumenti dell'inferenza per illustrare come da osservazioni particolari si possano indire caratteristiche generali di un fenomeno.

Psicologia sociale

Il corso focalizza l'attenzione sul modo in cui le persone si formano la rappresentazione del proprio mondo sociale così da poter orientare i comportamenti adatti al contesto e sui fenomeni riconducibili ai processi collettivi. In particolare, le tematiche affrontate riguarderanno: il giudizio sociale e lo studio degli atteggiamenti; le rappresentazioni sociali; le relazioni sociali e la comunicazione interpersonale; la dinamica e le interazioni e le relazioni nei gruppi sociali; i processi di influenza sociale.

I contenuti degli insegnamenti

Politica economica

Il corso si propone di fornire, a livello introduttivo la descrizione degli elementi essenziali del funzionamento di un sistema economico integrato nell'economia globale. I principali temi affrontati saranno: il sistema macroeconomico generale e il sistema di contabilità nazionale; moneta e inflazione; il Bilancio dello Stato; il sistema fiscale; il sistema del welfare; la bilancia dei pagamenti; tassi e regimi di cambio; mercato del lavoro e funzioni di domanda ed offerta aggregata; equilibrio macroeconomico e politica economica nel breve e medio-lungo periodo; crescita, benessere e innovazione e economia dell'Unione Europea.

Organizzazione aziendale

Il corso si propone di presentare le principali teorie organizzative; fornire uno schema interpretativo degli approcci alla progettazione organizzativa; trasmettere la conoscenza delle principali problematiche di progettazione dell'organizzazione aziendale. Nello specifico, i contenuti del corso sono incentrati sulle concezioni di organizzazione, sulle le teorie organizzative e sui criteri e metodi per la progettazione organizzativa: criteri e metodi.

Amministrazione e controllo

Il corso in oggetto si propone di fornire agli studenti conoscenze e competenze in tema di controllo di gestione in aziende di qualsivoglia tipologia e dimensione utilizzando una duplice prospettiva: normativa e pragmatica. Sulla base di tale premesse sarà obiettivo del corso dedicare particolare attenzione a talune metodologie contabili e agli strumenti operativi a supporto del management nell'attività decisionale di tipo operativo. La seconda parte si propone di illustrare le tecniche di valutazione degli investimenti aziendali. In particolare: i) le metodologie di determinazione dei flussi di cassa rilevanti ai fini della valutazione; ii) le configurazioni di costo del capitale e le relative metodologie di stima; iii) i criteri di valutazione.

Comunicazione d'impresa

Dopo aver presentato i principali contributi teorici allo studio della comunicazione d'impresa, e del relativo processo, vengono esposti i differenti ambiti di comunicazione (interna, di marketing, istituzionale ed economico-finanziaria) ed i relativi strumenti di cui ci si può avvalere. A ciascuno degli strumenti potenziali del communication mix verrà dedicata separata attenzione: immagine visiva coordinata, punto vendita, gestione della forza vendita, promozioni alle vendite, marketing diretto, pubbliche relazioni, comunicazione digitale e pubblicità.

Comportamento organizzativo

Il corso si propone l'obiettivo principale di fornire agli studenti i modelli teorici di riferimento per analizzare e comprendere le dinamiche del comportamento individuale e di gruppo in un contesto organizzativo. Durante il corso verranno affrontati i problemi tipici della vita delle organizzazioni da tre punti di vista differenti: l'individuo, il gruppo e l'organizzazione nel suo complesso. Il corso si propone anche l'obiettivo di sviluppare negli studenti le capacità di analisi (critica), di intervento e di team working. Pertanto, agli studenti frequentanti sarà richiesto di "lavorare" in classe sia individualmente sia in gruppi attraverso la discussione di casi, problemi e materiali teorici da leggere prima della lezione corrispondente.

Riferimenti per l'iscrizione

Iscrizione on-line

Per immatricolarsi al corso di perfezionamento è necessario seguire una specifica procedura on-line. La prima fase consiste nella registrazione e nella compilazione della domanda di iscrizione. La seconda fase consiste nel pagamento delle tasse universitarie; dopo questo passaggio l'immatricolazione diventa definitiva.

Costo dell'iscrizione

L'intero percorso formativo consta di tre corsi di perfezionamento:

1. *Fondamenti multidisciplinari per l'Economia e la Gestione d'Impresa;*
2. *Aspetti quantitativi, giuridici e di marketing per la relazione con il mercato;*
3. *Economia, Amministrazione d'impresa e coordinamento organizzativo.*

Il costo di ogni corso di perfezionamento è di € 2.600.

Ogni modulo sarà attivato al raggiungimento delle 30 iscrizioni.

Per l'accesso occorre essere in possesso di un diploma di scuola media superiore quinquennale.

Materiale didattico

Il materiale didattico è fornito ai partecipanti ed è incluso nel corso d'iscrizione. Ad integrazione del materiale convenzionale, i perfezionandi hanno a disposizione un portale, nel quale sono depositati il materiale presentato a lezione e la videoregistrazione delle lezioni.

Riferimenti informativi: **Giovanna Galli**, giovanna.galli@unimore.it

La pubblicazione della data a decorrere dalla quale sono aperte le iscrizioni sarà disponibile sul sito **www.dce.unimore.it**. Con il Q-R code è possibile indicare la mail per rimanere aggiornati sulle novità relative alle modalità d'accesso, all'iscrizione ed ai piani didattici





La Federazione Nazionale Associazioni Agenti e Rappresentanti di Commercio aderisce a Confcommercio e da oltre 70 anni è il punto di riferimento degli Agenti e Rappresentanti di Commercio.

Comprende 108 Associazioni territoriali e 6 di settore merceologico.



Corso Venezia, 51 – 20121 Milano
Telefono: 02.76.45.19.1
E-Mail: info@fnaarc.it

www.fnaarc.it

