



# ***Piano di Studio del Corso in Gestione di Impresa (L18) Indirizzo Marketing e Vendita***

Coorte 2018/2019

Data di Emissione: 03 maggio 2019

## **Sommario**

Obiettivo del documento .....	3
Presentazione .....	4
Tabella Piano di Studio .....	6
Schede didattiche dei singoli insegnamenti.....	7

## Obiettivo del documento

Nella presentazione dell'offerta formativa è disponibile:

- L'elenco completo degli insegnamenti previsti dal piano dell'offerta formativa;
- L'articolazione didattica per CFU e la relativa distribuzione in termini di ore e tipologia attività formative previste, suddivise per Didattica Erogrativa (lezioni in presenza; lezioni videoregistrate; Ambienti multimediali attivi; Erograzione integrativa (e-tivity, partecipazioni a discussioni; attività collaborative, studi di caso: esercizi reali; Didattica Interattiva; Autoapprendimento (tempo e materiali di studio previsti);
- Metodologia - valutazione adottata (sommativa/formativa);

## Presentazione

Il Corso di Laurea in Gestione di Impresa appartiene alla classe delle Lauree universitarie in Scienze dell'economia e della gestione aziendale (classe L-18) con:

### Indirizzo Marketing e Vendita

Il successo commerciale di un'impresa non è demandato solo al più "scientifico" marketing strategico. Sempre più spesso, soprattutto nel mondo delle PMI, ciò che conta davvero è il marketing diretto e le azioni di vendita diretta, effettuate sia on-line che dal vivo. L'Università Mercatorum "Ateneo delle Camere di Commercio italiane", Unimerca, con il suo approccio fortemente orientato al mondo del lavoro e delle imprese, non poteva non dedicare un percorso di laurea triennale a questo profilo di competenze. Per farlo ha avviato una collaborazione con Wikicom, società di formazione e consulenza per le imprese, che vanta una ultraventennale esperienza nel mondo del marketing diretto, della vendita e della creazione e gestione di reti di vendita. Il risultato è un percorso di laurea moderno, pragmatico e incentrato su un mondo troppo spesso relegato al ruolo di secondo piano, che è invece sempre più il fattore critico di successo delle imprese: le vendite.

Il Corso intende, altresì, sviluppare negli studenti le capacità di base necessarie per interpretare i principali fenomeni economici, analizzare i fenomeni aziendali e utilizzare i più diffusi strumenti applicabili ai processi di marketing e vendita, con particolare attenzione agli strumenti di marketing e vendita.

Coerentemente con questa impostazione, il corso di laurea propone un percorso formativo strutturato come segue. Il primo anno si caratterizza per insegnamenti culturali di base, rispettivamente riconducibili all'area dell'economia politica (focus macroeconomia), dell'economia aziendale, del diritto privato, della statistica e nell'area marketing. Inoltre, è previsto il sostenimento della prova di idoneità di lingua inglese. In questo modo, il primo anno vengono "gettate" le basi delle principali traiettorie culturali e professionali che saranno sviluppate negli anni successivi.

Il secondo anno presenta un'articolazione di maggior approfondimento rispetto alle aree culturali indicate nell'anno antecedente. L'area aziendale trova sviluppi funzionali nelle discipline, tra l'altro, di controllo di gestione, di marketing. L'area dell'economia politica approfondisce, tra l'altro, i temi della microeconomia. L'area matematico-statistica offre insegnamenti di statistica per il marketing. Nell'area giuridica trovano collocazione gli insegnamenti di diritto delle imprese

Infine, il terzo anno prevede discipline specifiche riguardanti la tutela dei consumatori e le relative politiche di marketing diretto, i sistemi di gestione del management per il marketing e la vendita, approfondimenti sulla psicologia dell'acquisto e i sistemi informativi aziendali con focus sulla comunicazione.

Si sosterranno anche le idoneità informatiche e di una seconda lingua.

Complessivamente, grazie a questa impostazione, il laureato alla fine del percorso formativo disporrà di conoscenze fondamentali rispetto:

- a. le basi fondamentali per gestire un'impresa moderna e digitalizzata;
- b. le conoscenze fondamentali per muoversi con successo nel mercato di oggi, tralasciando concetti e nozioni ormai superati
- c. le competenze specifiche per portare a termine trattative vere e proprie nei vari settori di mercato. Obiettivo ultimo è quello di formare persone con un Mindset efficace e incisivo( anche digitale) in grado di affrontare le sfide commerciali e imprenditoriali del mercato attuale.

E' previsto uno stage obbligatorio al termine del percorso formativo.

## Tabella Piano di Studio

ANNO	ATTIVITA'	SSD	INSEGNAMENTO	CFU
ANNO 1	BASE	SECS-P/01	ECONOMIA POLITICA I	8
	BASE	SECS-P/07	ECONOMIA AZIENDALE	12
	BASE	SECS-P/08	ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE	8
	BASE	IUS/01	DIRITTO PRIVATO	10
	BASE	SECS-S/01	STATISTICA	8
	AFFINE	SECS-S/06	METODI QUANTITATIVI PER LE DECISIONI AZIENDALI	8
	Altre attività	L-LIN/12	LINGUA INGLESE	4
ANNO 2	CARATTERIZZANTE	SECS-P/07	CONTROLLO DI GESTIONE	12
	CARATTERIZZANTE	IUS/04	DIRITTO DELLE IMPRESE	10
	CARATTERIZZANTE	SECS-P/01	SCENARI ECONOMICI DI MERCATO	8
	CARATTERIZZANTE	SECS-P/08	STRATEGIE DI MARKETING DIRETTO, DIGITALE E OFF-LINE	10
	CARATTERIZZANTE	SECS-S/03	STATISTICA PER IL MARKETING	10
	AFFINE	SECS-P/08VI	TECNICHE DI VENDITA ON E OFF- LINE	10
ANNO 3	CARATTERIZZANTE	SECS-P/09	FINANZA AZIENDALE	10
	CARATTERIZZANTE	IUS/07	DIRITTO DEL LAVORO E RELAZIONI INDUSTRIALI	12
	CARATTERIZZANTE	SECS-P/08	PSICOLOGIA DELL'ACQUISTO E VENDITE	10
	CARATTERIZZANTE	SECS-P/08	COMUNICAZIONE EFFICACE E MEDIA DIGITALI	12
	AFFINE	INF/01	DATA MANAGEMENT PER IL MARKETING E LA VENDITA	4
	ALTRE ATTIVITA'		SECONDA LINGUA	4
	TIROCINIO		PER STAGES E TIROCINI PRESSO IMPRESE, ENTI PUBBLICI O PRIVATI, ORDINI PROFESSIONALI	6
	PROVA FINALE		PROVA FINALE	4
TOTALE CFU				180

## Schede didattiche dei singoli insegnamenti

### **Facoltà di Economia**

#### **Denominazione Corso di Laurea “Gestione di Impresa”– Classe L18**

Il percorso di formazione complessivo è stato progettato sulla base dei requisiti previsti dal SUA-CdS .

La progettazione didattica di dettaglio dei singoli insegnamenti di base, caratterizzanti e affini avviene, da parte dei docenti sotto la supervisione del coordinatore del Corso di Laurea, attraverso compilazione delle schede di progettazione. Gli insegnamenti a scelta vengono pianificati ogni entro giugno dell’anno solare di inizio dell’attività accademica.

Di seguito si presentano le schede di progettazione didattica dei singoli corsi per ordine di anno accademico

<b>Denominazione insegnamento</b>	<b>ECONOMIA POLITICA 1</b>
<b>Indicazione del docente</b>	Prof. Giulio Piccirilli (Professore Associato)
<b>Settore disciplinare</b>	SECSP/01
<b>Anno di corso</b>	Primo anno
<b>Tipologia di attività formativa</b>	Caratterizzante <input checked="" type="checkbox"/> Affine <input type="checkbox"/> A scelta studente <input type="checkbox"/>
<b>Area di apprendimento</b>	ECONOMICO QUANTITATIVA
<b>Numero di crediti</b>	8
<b>Eventuali propedeuticità</b>	Nessuna
<b>Metodologia di insegnamento</b>	In teledidattica

#### **Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti nella Scheda SUA**

Il corso ha lo scopo di insegnare agli studenti i principi che governano le decisioni economiche ed il funzionamento dei mercati.

Gli studenti impareranno come si formano e a quali obiettivi rispondono sia le decisioni dei consumatori che le decisioni delle imprese. Inoltre, gli studenti impareranno come funzionano i mercati concorrenziali e monopolistici e quali sono gli effetti degli interventi pubblici - es. tassazione - sul funzionamento di questi mercati.

#### **Risultati di apprendimento attesi**

##### **Conoscenza e capacità di comprensione**

Il corso consentirà allo studente di comprendere cosa determina le scelte di acquisto da parte dei consumatori e le scelte di produzione da parte delle imprese. Inoltre, lo studente comprenderà come si formano i prezzi e quali sono le cause delle loro variazioni. Infine, lo studente comprenderà come gli scambi di mercato convogliano le risorse verso la soddisfazione dei bisogni dei consumatori e perché questa funzione è svolta con maggiore efficienza dai mercati concorrenziali piuttosto che da quelli monopolistici.

##### **Capacità di applicare conoscenza e comprensione**

Le videolezioni sono progettate in modo da intrecciare principi teorici ed esempi tratti dalla realtà mentre le dispense propongono una serie di esercizi applicativi. Lo studente, pertanto, viene stimolato a compiere uno sforzo di analisi dei fenomeni economici di immediata osservazione. Ad esempio, lo studente sarà in grado di utilizzare la teoria per fare una previsione sui possibili effetti di una nuova imposta sul consumo o sulla produzione di un bene. Sarà in grado di valutare come questi effetti dipendono dalle caratteristiche della domanda e dell'offerta. Saprà valutare come cambia il mercato di riferimento di un'impresa in seguito all'ingresso di nuovi concorrenti oppure in seguito ad un intervento delle autorità antitrust.



### Autonomia di giudizio

E' opportuno salvare l'Alitalia con ulteriori finanziamenti pubblici oppure sarebbe meglio abbandonarla al suo destino? Quali sono i costi ed i benefici delle due opzioni?

E' opportuno inasprire la tassazione sulle imbarcazioni di lusso? Siamo sicuri che gli unici soggetti ad esserne colpiti saranno i ricchi?

Questo tipo di questioni animano il dibattito pubblico e sono spesso veicolo di manipolazione della pubblica opinione. Coloro che trarranno profitto dal corso saranno in grado di elaborare in autonomia le informazioni disponibili sulle questioni di natura economica e di valutare, alla luce di queste informazioni, la fondatezza delle opinioni altrui.

### Abilità comunicative

L'esposizione del materiale didattico e l'ascolto delle lezioni consentiranno agli studenti di argomentare con un lessico preciso ed appropriato.

### Capacità di apprendimento

Pur contenendo numerosi esempi, l'elemento centrale delle lezioni sono i principi teorici. E' la padronanza di questi principi che consentirà agli studenti di continuare ad imparare anche dopo aver terminato il corso e superato l'esame. Nelle società avanzate le informazioni economiche abbondano ma solo chi conosce i principi di base è in grado di elaborarle in modo corretto e di migliorare la propria cultura economica.

Programma didattico	
1. Cos'è un'economia di mercato	25. La funzione di produzione
2. Domanda ed offerta	26. Il breve ed il lungo periodo
3. L'equilibrio di mercato	27. Rendimenti marginali e rendimenti di scala
4. Il problema del consumatore	28. I costi nel breve periodo
5. La curva di indifferenza	29. Costi totali e costi marginali di breve periodo
6. I gusti del consumatore	30. Costi medi e costi marginali di breve periodo
7. Il saggio marginale di sostituzione (SMS)	31. Il mix economicamente efficiente
8. Utilità marginali e SMS	32. Il costo medio ed il costo marginale nel lungo periodo
9. Il vincolo di bilancio	33. L'impresa che non fa il prezzo
10. Il paniere ottimo	34. La curva di offerta individuale
11. Casi particolari	35. La concorrenza perfetta
12. Domanda individuale e domanda di mercato	36. L'equilibrio di concorrenza perfetta nel breve periodo
13. Applicazioni	37. Il prezzo di equilibrio di lungo periodo
14. La posizione della domanda	38. L'equilibrio concorrenziale di lungo periodo
15. Elasticità della domanda	39. La dinamica di un settore concorrenziale
16. Elasticità: approfondimenti ed estensioni	40. Il surplus del consumatore
17. Elasticità: calcolo	41. Il surplus del produttore
18. Elasticità: la relazione tra prezzo e fatturato	42. L'efficienza del mercato concorrenziale
19. La nozione di profitto	43. Gli effetti di un'imposta sulla quantità
20. Il costo economico	44. Prezzi massimi e prezzi minimi
21. Profitto e livello di produzione	45. Il monopolio
22. La regola del profitto marginale	46. Monopolio: il ricavo marginale
23. La regola di chiusura ed il costo d'uso del capitale	47. Monopolio ed efficienza
24. La separazione tra proprietà e controllo	48. Monopolio ed antitrust

**Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)**

Il corso si raccorda con il corso di Economia Politica II insegnato dallo stesso docente.

10

**Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere**

L'esame può essere sostenuto sia in forma scritta che in forma orale. Gli appelli orali sono previsti nella sola sede centrale di Roma. Gli esami scritti, invece, possono essere sostenuti sia nelle sede centrale che nelle sedi periferiche.

L'esame orale consiste in un colloquio nel corso del quale il docente formula di solito tre domande. L'esame scritto consiste nello svolgimento di un test con 31 domande. Per ogni domanda lo studente deve scegliere una di 4 possibili risposte. Solo una risposta è corretta.

Sia le domande orali che le domande scritte sono formulate per valutare sia il grado di comprensione delle nozioni teoriche sia la capacità di ragionare utilizzando tali nozioni. Le domande sulle nozioni teoriche consentiranno di valutare il livello di comprensione. Le domande che richiedono l'elaborazione di un ragionamento consentiranno di valutare il livello di competenza e l'autonomia di giudizio maturati dallo studente.

Le abilità di comunicazione e la capacità di apprendimento saranno valutate attraverso le interazioni dirette tra docente e studente che avranno luogo durante la fruizione del corso (videoconferenze ed elaborati proposti dal docente).

<b>Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti</b>	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette l'iscrizione ai corsi, la fruizione delle lezioni, la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico e la comunicazione con il docente. Un tutor assisterà gli studenti nello svolgimento di queste attività.
<b>Attività di didattica erogativa (DE)</b>	→ 48 Videolezioni + 48 test di autovalutazione Impegno totale stimato: 48 ore
<b>Attività di didattica interattiva (DI)</b>	→ Redazione di un elaborato → Partecipazione a una web conference → Svolgimento delle prove in itinere con feedback → Svolgimento della simulazione del test finale Totale 8 ore
<b>Attività di autoapprendimento</b>	→ 144 ore per lo studio individuale
<b>Libro di riferimento</b>	→ Dispense del docente. → Microeconomia (5° ediz.), di Katz, Rosen, Bollino e Morgan, McGraw-Hill

<b>Denominazione insegnamento</b>	<b>ECONOMIA AZIENDALE</b>
<b>Indicazione del docente</b>	Prof. Riccardo Tiscini (Professore Ordinario)
<b>Settore disciplinare</b>	SECS P/07
<b>Anno di corso</b>	Primo anno
<b>Tipologia di attività formativa</b>	Caratterizzante <input checked="" type="checkbox"/> Affine <input type="checkbox"/> A scelta studente <input type="checkbox"/>
<b>Area di apprendimento</b>	AZIENDALE
<b>Numero di crediti</b>	12
<b>Eventuali propedeuticità</b>	Nessuna
<b>Metodologia di insegnamento</b>	In teledidattica

#### **Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti nella Scheda SUA**

Il corso si propone di fornire agli studenti strumenti manageriali per la comprensione delle dinamiche economiche e finanziarie dell'impresa e per l'effettuazione delle principali operazioni contabili. In particolare il programma di insegnamento consentirà allo studente di avere una panoramica approfondita del funzionamento dell'azienda e delle principali strategie da essa poste in essere. Lo studente acquisirà conoscenze di base sulla tipologie di imprese, sulla loro governance, sui principali documenti contabili e sulle problematiche connesse alla rilevazione contabile di costi, ricavi, investimenti, ecc.

#### **Risultati di apprendimento attesi**

**Conoscenza e capacità di comprensione.** Il corso intende fornire le conoscenze utili per comprendere gli aspetti principali dell'economia aziendale.

Specificata attenzione è dedicata alla definizione e al funzionamento dell'impresa dal punto di vista organizzativo e strategico. Attraverso lo studio di queste tematiche lo studente sarà in grado di comprendere le dinamiche d'impresa e le modalità di contabilizzazione delle operazioni di gestione.

**Capacità di applicare conoscenza e comprensione.** Il corso, anche attraverso l'analisi di casi di studio, è finalizzato a fornire strumenti di analisi e valutazione delle imprese nonché capacità di rilevare operazioni contabili al fine della redazione del bilancio di esercizio.

**Autonomia di giudizio:** Attraverso le competenze acquisite, lo studente potrà migliorare la propria capacità di giudizio e di proposta in relazione alla comprensione dei fenomeni aziendali ed alla alle varie fattispecie di rilevazione contabile.

**Abilità comunicative.** La presentazione dei profili tecnici connessi alla gestione d'impresa e alle scelte d'investimento, sarà svolta in modo da consentire l'acquisizione della padronanza di un linguaggio tecnico e di una terminologia specialistica adeguati.

Lo sviluppo di abilità comunicative, sia orali che scritte, sarà anche stimolata attraverso la didattica interattiva (con la redazione di elaborati da parte dello studente) e i momenti di videoconferenza attivati, ivi compreso la prova finale di esame.

**Capacità di apprendimento.** La capacità di apprendimento sarà stimolata attraverso la somministrazione di esercitazioni operative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata anche a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. La capacità di apprendimento sarà anche stimolata da supporti didattici integrativi (casi di studio, articoli e quotidiani economici) in modo da sviluppare le capacità applicative.

### Programma didattico

1. Introduzione all'azienda	36. Esercitazione 1 di bilancio
2. L'azienda. Concetti base	37. Esercitazione 2 di bilancio
3. Teoria dell'impresa: esistenza e confini	38. Il principio di competenza economica
4. Teoria dell'impresa: obiettivi	39. Rettifiche: svalutazione crediti e ammortamento
5. Assetti istituzionali. La fase di startup	40. Rettifiche: rimanenze di materie prime
6. Assetti istituzionali. La corporate governance	41. Rettifiche: i risconti attivi
7. I modelli di governance	42. Rettifiche: i risconti passivi
8. L'organizzazione aziendale	43. Rettifiche: i ratei passivi
9. La struttura semplice e la struttura funzionale	44. Rettifiche: i ratei passivi su servizi e interessi
10. La struttura divisionale e la struttura matriciale	45. L'utile di esercizio
11. La strategia aziendale	46. La perdita di esercizio
12. L'attrattività del business	47. Le decisioni sull'utile
13. Le strategie di corporate	48. Le decisioni sulla perdita
14. Le strategie di business	49. I crediti svalutati
15. Le strategie funzionali	50. I fondi
16. Introduzione al marketing	51. Le rimanenze di materie nel nuovo esercizio
17. Marketing strategico e operativo	52. Le rimanenze di prodotti nel nuovo esercizio
18. Marketing mix	53. Esercitazione 3 di bilancio
19. Le operazioni di gestione: concetti base	54. Esercitazione 4 di bilancio
20. La rilevazione delle operazioni di gestione - Finanziamento e impiego	55. Esercitazione 5 di bilancio
21. La rilevazione delle operazioni di gestione - Incassi, pagamenti e vendite	56. Schemi di bilancio - Codice civile e Oic
22. La stima del reddito - Stato patrimoniale e Conto economico	57. Schemi di bilancio - Ifrs
23. La stima del reddito - Ammortamenti, svalutazioni, rimanenze di materie, fondi, ratei e risconti su costi	58. La performance dell'impresa - introduzione
24. La stima del reddito - Ratei e risconti su ricavi, rimanenze prodotti	59. Analisi della performance finanziaria - Riclassificazione finanziaria
25. Il finanziamento	60. Analisi della solidità
26. L'acquisizione dei fattori produttivi	61. Analisi della liquidità - Liquidità corrente e tesoreria
27. Fattori produttivi: scritture contabili	62. Analisi della liquidità - Ciclo del circolante
28. Operazioni su fattori produttivi e finanziamenti	63. Analisi della performance economica - Riclassificazione funzionale
29. Acconti a fornitori e operazioni di vendita	64. Analisi della redditività - ROE e determinanti
30. La tavola dei valori e il reddito d'impresa	65. Analisi della redditività - ROI e leva operativa
31. La costituzione e il finanziamento	66. Analisi della redditività - Capital Turnover e ROS
32. Il prestito obbligazionario	67. Analisi della redditività - Leva finanziaria
33. Il factoring	68. Fase terminale dell'azienda
34. Gli acconti e i resi	69. PARTE STARTUP E DIGITAL
	70. PARTE STARTUP E DIGITAL
	71. PARTE STARTUP E DIGITAL
	72. PARTE STARTUP E DIGITAL

35. Alienazione di immobilizzazioni, ritenute al personale e crediti svalutati	
--	--

13

**Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)**

Il corso si raccorda in particolare i corsi di principi contabili e finanza aziendale.

Il raccordo avverrà tramite la preliminare condivisione del programma tra i docenti finalizzata ad evitare duplicazioni/sovrapposizioni del programma ed assicurare la completezza degli argomenti trattati.

**Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere**

Lo studente per superare l'esame può scegliere di effettuare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma.

Il test finale si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte.

Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande sul programma del corso
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione attraverso domande specifiche che consentano la valutazione rispetto a casi concreti
- Autonomia di giudizio attraverso domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alla scelte da compiere

Gli esercizi e gli elaborati di Didattica erogativa consentono invece di verificare i risultati di apprendimento raggiunti rispetto alle abilità comunicative e alla capacità di apprendimento.

<b>Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti</b>	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette sia l'iscrizione ai corsi sia la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico, la comunicazione con il docente. E' previsto un tutor che supporterà gli studenti durante il corso.
<b>Attività di didattica erogativa (DE)</b>	→ 72 Videolezioni Totale 72 ore

<b>Attività di didattica interattiva (DI)</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>➔ Redazione di un elaborato</li><li>➔ Partecipazione a una web conference</li><li>➔ Svolgimento delle prove in itinere con feedback</li><li>➔ Svolgimento della simulazione del test finale</li></ul> Totale 12 ore
<b>Attività di autoapprendimento</b>	➔ 216 ore per lo studio individuale
<b>Libro di riferimento</b>	Tiscini R. Fiori G., Economia aziendale, Padova, Egea 2014

<b>Denominazione insegnamento</b>	<b>ECONOMIA E GESTIONE D'IMPRESA</b>
<b>Indicazione del docente</b>	Prof.ssa Maria Antonella Ferri (Professore Associato)
<b>Settore disciplinare</b>	SECS-P/08
<b>Anno di corso</b>	Primo anno
<b>Tipologia di attività formativa</b>	Base X Caratterizzante <input type="checkbox"/> Affine <input type="checkbox"/> A scelta studente <input type="checkbox"/>
<b>Area di apprendimento</b>	AZIENDALE
<b>Numero di crediti</b>	8
<b>Eventuali propedeuticità</b>	Nessuna
<b>Metodologia di insegnamento</b>	In teledidattica

#### Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti nella Scheda SUA

Obiettivo dell'insegnamento è fornire le conoscenze teoriche e gli strumenti tecnico-professionali per la gestione strategica ed operativa dell'impresa al fine di competere in un contesto ambientale e sociale sempre più complesso. Il programma consentirà allo studente di sviluppare le capacità necessarie all'interpretazione dei fenomeni aziendali declinati per aree funzionali e ad utilizzare i più diffusi strumenti inerenti i processi gestionali. In particolare, nella prima parte dell'insegnamento sono approfondite le conoscenze e competenze alla base del sistema impresa, dell'ambiente competitivo e dell'analisi di settore; nella seconda parte sono fornite le più significative tecniche e metodologie per applicare tali conoscenze, anche alla luce di un modello di business centrato sulle esigenze delle start up nell'ottica della sostenibilità.

#### Risultati di apprendimento attesi

**Conoscenza e capacità di comprensione.** L'insegnamento intende fornire le conoscenze utili per comprendere la struttura ed il funzionamento del sistema impresa e per individuare i fenomeni critici del contesto ambientale e competitivo di riferimento.

Specifica attenzione è dedicata al processo di pianificazione strategica sia a livello corporate che di area di business, nonché all'analisi delle variabili da valutare nei percorsi di crescita dell'impresa. Attraverso lo studio di tali tematiche lo studente sarà in grado di comprendere il percorso che porta il management alla creazione di valore per l'impresa e gli stakeholder di riferimento.

**Capacità di applicare conoscenza e comprensione.** L'insegnamento, mediante l'impiego di tecniche e metodologie gestionali (analisi di matrici strategiche, studio di diversi modelli di business, presentazione di casi aziendali, esercitazioni e verifiche in itinere), consente allo studente di applicare le conoscenze teoriche di base acquisite, in differenti contesti di settore e di individuare, a fronte delle criticità riscontrate, un metodo per la soluzione delle problematiche d'impresa.

**Autonomia di giudizio:** Lo studente, anche tramite il confronto con i casi di studio e la discussione nella aula virtuali in occasione delle video conferenze, potrà sviluppare la propria capacità di giudizio e di proposta in relazione all'analisi delle soluzioni che il manager e/o l'imprenditore intende prendere ai fini della sopravvivenza, gestione, crescita dell'impresa.

**Abilità comunicative.** L'insegnamento intende attivare nello studente le necessarie capacità comunicative e comportamentali nell'espone le proprie idee e proposte, nonché le possibili soluzioni alle problematiche da affrontare.

Lo sviluppo di tali abilità comunicative, è supportata dalla didattica interattiva (con la redazione di elaborati da parte dello studente e la conseguente correzione) e da momenti di videoconferenza programmati sulla base dello stato di avanzamento del programma. La stessa prova finale d'esame, nella modalità orale, è un momento utile per stimolare lo sviluppo delle abilità comunicative dello studente.

**Capacità di apprendimento.** La capacità di apprendimento sarà stimolata mediante la somministrazione di esercitazioni operative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. Concorrono a sviluppare la capacità di apprendimento anche i supporti didattici integrativi (casi aziendali, esercitazioni scritte, momenti di aula virtuale), soprattutto per i risultati connessi alle capacità applicative.

### Programma didattico

1. Le risorse nel sistema Impresa	25. La gestione strategica della ASA
2. Le competenze	26. Modelli di portafoglio
3. Il sistema Impresa e l'ambiente competitivo	27. Le implicazioni strategiche delle matrici
4. L'impresa proattiva	28. Strategie competitive e creazione di valore
5. Gli stili Manageriali	29. Un'applicazione della catena del valore
6. I Compiti del Manager	30. Le imprese benefit
7. Il concetto di Strategia	31. Strategie di marketing sostenibile
8. Uno schema per l'analisi strategica	32. Percorsi strategici nell'orientamento alla sostenibilità
9. La pianificazione strategica	33. Un modello di business sostenibile
10. Gli schemi organizzativi	34. Il caso del settore turismo
11. La progettazione organizzativa	35. Le start up d'impresa
12. Il legame tra strategia e struttura	36. Business plan e start up
13. La strat. a livello corporate	37. Descrizione del business e del contesto
14. Le Strategie di crescita	38. Strategie e posizionamento
15. Strategie di diversificazione	39. Il piano operativo
16. Il Vantaggio Competitivo	40. Il piano di marketing
17. Le determinanti il V.C.	41. Struttura e management
18. Le strategie competitive	42. Risorse di finanziamento
19. La catena del valore.	43. Schemi economico-finanziari
20. L'analisi dei concorrenti	44. Oltre Il Business Plan
21. L'analisi del settore	45. La valutazione degli investimenti
22. La struttura del settore	46. Crow funding
23. Le barriere all'entrata	47. Caso di studio
24. L'ASA	48. Caso di studio



**Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)**

L'insegnamento si raccorda in particolare all'insegnamento di Economia Aziendale (SECS-P/07) e di Finanza Aziendale (SECS-P09).

Il raccordo avverrà tramite la preliminare condivisione del programma tra i docenti finalizzata ad evitare duplicazioni/sovrapposizioni del programma ed assicurare la completezza degli argomenti trattati.

**Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere**

Lo studente per superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma. Per poter effettuare la prenotazione di esame lo studente deve aver seguito almeno l'80% delle video lezioni.

Il test finale si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte da redigere in 45 minuti.

Nel corso dell'anno sono previste almeno 4 sessioni di esami in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all'inizio dell'anno accademico.

Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alla gestione d'impresa ed alle scelte strategiche;
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano la valutazione rispetto a casi concreti;
- Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alla scelte da compiere ed alle soluzioni da proporre.

Gli esercizi e gli elaborati di Didattica Erogativa consentono invece di verificare i risultati di apprendimento raggiunti rispetto alle Abilità comunicative e alla Capacità di apprendimento

<p><b>Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti</b></p>	<p>L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette sia l'iscrizione ai corsi sia la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico, la comunicazione con il docente.</p> <p>E' previsto un tutor che supporterà gli studenti durante il corso.</p>
<p><b>Attività di didattica erogativa (DE)</b></p>	<p>➔ 48 Videolezioni</p> <p>Totale 48 ore</p>

<b>Attività di didattica interattiva (DI)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➔ Redazione di un elaborato</li> <li>➔ Partecipazione a una web conference</li> <li>➔ Lettura area FAQ</li> <li>➔ Svolgimento delle prove in itinere con feedback</li> <li>➔ Svolgimento della simulazione del test finale</li> </ul> <p>Totale 8 ore</p>
<b>Attività di autoapprendimento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➔ 144 ore per lo studio individuale</li> </ul>
<b>Libro di riferimento</b>	<p>F. Fontana, M.Caroli, Economia e Gestione d'Impresa, McGraw-Hill, 2017.</p> <p>A. Kingsley Borello, Excellent Business Plan, Hoepli, 2015.</p>

<b>Denominazione insegnamento</b>	<b>DIRITTO PRIVATO</b>
<b>Indicazione del docente</b>	Dott. Gianluca TARANTINO (Docente a contratto)
<b>Settore disciplinare</b>	IUS/01
<b>Anno di corso</b>	Primo Anno
<b>Tipologia di attività formativa</b>	Base X Caratterizzante <input type="checkbox"/> Affine <input type="checkbox"/> A scelta studente <input type="checkbox"/>
<b>Area di apprendimento</b>	GIURIDICA
<b>Numero di crediti</b>	10
<b>Eventuali propedeuticità</b>	Nessuna
<b>Metodologia di insegnamento</b>	In teledidattica

#### Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti nella Scheda SUA

Obiettivo dell'insegnamento è illustrare i principali istituti del diritto privato - in particolare, le fonti del diritto, le situazioni giuridiche soggettive, i soggetti dell'attività giuridica, i diritti reali, i contratti, i contratti del consumatore, le obbligazioni, la responsabilità civile - favorendo i profili applicativi degli istituti in esame.

#### Risultati di apprendimento attesi

**Conoscenza e capacità di comprensione.** Il corso intende fornire le conoscenze di base metodologiche degli strumenti statistici utili per comprendere e analizzare in maniera organica i principali atti e negozi giuridici e le connesse responsabilità. Il corso, in quanto impartito in una Facoltà di Economia, si sofferma particolarmente sugli aspetti contrattuali riservando al diritto di famiglia solo dei cenni.

Lo studio di tali tematiche permetterà allo studente di comprendere quali strumenti giuridici applicare in ordine alle diverse fattispecie, e di interpretare correttamente la realtà di riferimento.

**Capacità di applicare conoscenza e comprensione.** Nel corso sono presenti molteplici casi applicativi che affiancano gli argomenti metodologici, al fine di permettere allo studente di applicare quanto appreso durante le lezioni, con l'obiettivo di usare empiricamente le fattispecie giuridiche analizzate e, soprattutto, analizzarne le connesse responsabilità.. Vengono inoltre fornite conoscenze basilari del contratto telematico e della firma digitale in linea con le prescrizioni del processo telematico e dell'Agenda digitale..

**Autonomia di giudizio:** Lo studio degli atti e dei negozi giuridici, in un'ottica critica applicativa, affiancato da esempi ed esercitazioni, permetterà allo studente di acquisire e migliorare la propria capacità di giudizio. In questo modo egli sarà capace di comprendere quale strumento è più appropriato all'analisi in oggetto e come proporre le correlate soluzioni.

**Abilità comunicative.** La presentazione e il commento durante il corso di sentenze e contratti connessi permette di acquisire un linguaggio tecnico appropriato e di una terminologia specialistica adeguata all'argomento.

Lo sviluppo di abilità comunicative, sia orali che scritte, sarà anche stimolata attraverso la didattica interattiva, con la redazione di elaborati da parte dello studente e l'accesso alla videoconferenza.

**Capacità di apprendimento.** La capacità di apprendimento sarà stimolata attraverso la somministrazione di esercitazioni applicative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata anche a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. Altri strumenti didattici integrativi online, quali documenti ufficiali, articoli di riviste e link a siti specifici, permettono di migliorare e sviluppare la capacità di apprendimento.

**Programma didattico**

<ol style="list-style-type: none"> <li>1. I fatti giuridici</li> <li>2. Atti e negozi</li> <li>3. Teorie generali del negozio giuridico</li> <li>4. Esercitazione 1</li> <li>5. La disciplina applicabile ai fatti e ai negozi</li> <li>6. Critica alla dottrina tradizionale</li> <li>7. L'autonomia negoziale secondo Rescigno</li> <li>8. Esercitazione 2</li> <li>9. La libertà di concludere il contratto</li> <li>10. Il contratto imposto dalla legge</li> <li>11. Distinzione tra contratti consensuali e contratti reali e tra contratti a effetti reali e a effetti obbligatori</li> <li>12. Collegamento negoziale funzionale e strutturale</li> <li>13. Il contratto preliminare</li> <li>14. Quesiti sul contratto preliminare e soluzione di casi pratici</li> <li>15. Esecuzione in forma specifica dell'obbligo di contrarre</li> <li>16. Mandato con e senza rappresentanza</li> <li>17. L'incapacità giuridica generale e le incapacità giuridiche speciali</li> <li>18. Le inabilità e le incompatibilità</li> <li>19. La libertà di determinare il contenuto del contratto: art. 1322, comma 1, cod. civ.. I contratti normativi</li> <li>20. I contratti aperti all'adesione di tutti e i contratti per adesione. Clausole vessatorie nel Codice civile.</li> <li>21. Clausole vessatorie nel Codice del consumo</li> <li>22. I capitoli d'oneri. Natura giuridica dei capitoli.</li> <li>23. L'inserzione automatica di clausole</li> <li>24. La nullità e le sue cause</li> <li>25. Ordine pubblico e buon costume</li> <li>26. Nullità successiva, nullità relativa e nullità di protezione</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>31. Libertà di apporre elementi accidentali al negozio giuridico. Significato di accidentalità.</li> <li>32. Condizione termine modo. Condizione risolutiva di inadempimento</li> <li>33. Gli <i>actus legitimi</i></li> <li>34. La teoria della falsa presupposizione</li> <li>35. Libertà della scelta della forma negoziale</li> <li>36. Contratto telematico e firma digitale</li> <li>37. Le forme convenzionali</li> <li>38. Libertà di farsi sostituire nell'attività negoziale</li> <li>39. Contratto per conto di chi spetta e per persona da nominare</li> <li>40. Gestione del negozio</li> <li>41. Prelazione legale</li> <li>42. Patto di preferenza</li> <li>43. Opzione</li> <li>44. Contratto a terzo</li> <li>45. Contratto a favore di terzo, contratto a danno di terzo, contratto a carico di terzo.</li> <li>46. Invalidità e inefficacia</li> <li>47. Nullità</li> <li>48. Annullabilità</li> <li>49. Risolubilità</li> <li>50. Rescindibilità</li> <li>51. Inopponibilità</li> <li>52. Le situazioni giuridiche soggettive attive e soggettive passive</li> <li>53. La responsabilità civile</li> <li>54. La responsabilità per colpa</li> <li>55. La responsabilità oggettiva</li> <li>56. La responsabilità aggravata</li> <li>57. La responsabilità indiretta</li> <li>58. Le categorie di danno</li> <li>59. L'accessione invertita e l'usucapione acquisitiva</li> <li>60. Cenni di diritto di famiglia ed ereditario</li> </ol>
--	---

- |   |  |
|---|--|
| 27. Conservazione del contratto<br>28. Libertà di concludere contratti atipici: art. 1322, comma 2, cod. civ.. Causa e tipo nella teoria del negozio giuridico<br>29. Causa tipica e funzione economico individuale.<br>30. Meritevolezza di tutela e inesistenza del contratto |  |
|---|--|

**Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)**

Il corso si raccorda alle altre materie a carattere giuridico ed in particolare al corso di diritto commerciale. Il coordinamento è assicurato attraverso la preliminare condivisione dei rispettivi programmi, finalizzata ad evitare duplicazioni/sovrapposizioni e ad assicurare la completezza degli argomenti trattati.

**Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere**

Lo studente per superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma. Per poter effettuare la prenotazione di esame lo studente deve aver seguito almeno l'80% delle video lezioni.

Il test finale si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte da redigere in 45 minuti.

Nel corso dell'anno sono previste almeno 4 sessioni di esami in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all'inizio dell'anno accademico.

Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alla gestione d'impresa ed alle scelte strategiche;
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano la valutazione rispetto a casi concreti;
- Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alla scelte da compiere ed alle soluzioni da proporre.

Gli esercizi e gli elaborati di Didattica Erogativa consentono invece di verificare i risultati di apprendimento raggiunti rispetto alle Abilità comunicative e alla Capacità di apprendimento

<b>Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti</b>	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette sia l'iscrizione ai corsi sia la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico, la comunicazione con il docente. E' previsto un tutor che supporterà gli studenti durante il corso.
<b>Attività di didattica erogativa (DE)</b>	<p>➔ 60 Videolezioni</p> <p>Totale 60 ore</p>

<b>Attività di didattica interattiva (DI)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➔ Partecipazione a 1 caso studio, project work, esercizio o lavoro di gruppo con feedback del docente</li> <li>➔ Lettura area FAQ</li> <li>➔ Svolgimento delle prove in itinere con feedback</li> </ul> <p>Totale 10 ore</p>
<b>Attività di autoapprendimento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➔ 180 ore per lo studio individuale</li> </ul>
<b>Libro di riferimento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➔ Francesco Santoro Passarelli, DOTTRINE GENERALI DEL DIRITTO CIVILE, Jovene;</li> <li>➔ Pietro Rescigno, MANUALE DI DIRITTO PRIVATO, Ipsoa (limitatamente agli argomenti trattati a lezione);</li> <li>➔ Antonio Catricalà, L'ESAME DI DIRITTO CIVILE, Maggioli 2015;</li> <li>➔ Andrea Torrente, MANUALE DI DIRITTO PRIVATO, Giuffrè;</li> <li>➔ Francesco Gazzoni, MANUALE DI DIRITTO PRIVATO, Edizioni Scientifiche Italiane;</li> <li>➔ Cesare M. Bianca, IL CONTRATTO, Giuffrè;</li> <li>➔ ENCICLOPEDIA DEL DIRITTO, Giuffrè (nelle voci corrispondenti agli istituti elencati nello schema).</li> </ul>

<b>Denominazione insegnamento</b>	<b>STATISTICA</b>
<b>Indicazione del docente</b>	Prof.ssa Simona ANDREANO (Professore Associato)
<b>Settore disciplinare</b>	SECS-S/01
<b>Anno di corso</b>	Secondo Anno
<b>Tipologia di attività formativa</b>	Base X Caratterizzante <input type="checkbox"/> Affine <input type="checkbox"/> A scelta studente <input type="checkbox"/>
<b>Area di apprendimento</b>	ECONOMICO QUANTITATIVA
<b>Numero di crediti</b>	8
<b>Eventuali propedeuticità</b>	Nessuna
<b>Metodologia di insegnamento</b>	In teledidattica

#### **Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti nella Scheda SUA**

Il corso ha come obiettivo quello di fornire agli studenti i principali strumenti di base della statistica al fine di poter effettuare analisi e interpretare i risultati delle principali tecniche statistiche. Le esercitazioni e i casi studi analizzati durante il corso permettono di avere una visione empirica delle diverse tematiche affrontate e di sviluppare la capacità di applicare le conoscenze teoriche allo studio dei fenomeni reali.

Le tecniche statistiche verranno applicate a problemi in campo aziendale mediante l'uso di opportuni software.

#### **Risultati di apprendimento attesi**

**Conoscenza e capacità di comprensione.** Il corso intende fornire le conoscenze di base metodologiche degli strumenti statistici utili per comprendere e analizzare in maniera organica la complessa realtà economica sotto studio.

Un'attenzione specifica è dedicata alle diverse fonti disponibili in ambito nazionale e internazionale, per orientare l'utente nell'ambito delle molteplici banche dati, utili all'analisi del settore.

Lo studio di tali tematiche permetterà allo studente di comprendere quali strumenti applicare per l'analisi dei dati a disposizione, e di interpretare correttamente la realtà sotto studio.

**Capacità di applicare conoscenza e comprensione.** Nel corso sono presenti molteplici esercizi applicativi che affiancano gli argomenti metodologici, al fine di permettere allo studente di applicare quanto appreso durante le lezioni, con l'obiettivo di usare empiricamente le formule presentate e, soprattutto, interpretare i risultati statistici ottenuti. Sono, inoltre fornite conoscenze basilari di programmi informatici e strumenti web, per una migliore comprensione e applicazione di quanto appreso nel corso.

**Autonomia di giudizio:** Lo studio degli strumenti statistici, in un'ottica critica applicativa, affiancato da esempi ed esercitazioni, permetterà allo studente di acquisire e migliorare la propria

capacità di giudizio. In questo modo sarà capace di comprendere quale strumento è più appropriato all'analisi in oggetto e come interpretare correttamente i risultati ottenuti.

**Abilità comunicative.** La presentazione e il commento durante il corso di alcuni rapporti statistici connessi al settore del turismo, permette di acquisire un linguaggio tecnico appropriato e di una terminologia specialistica adeguata all'argomento.

Lo sviluppo di abilità comunicative, sia orali che scritte, sarà anche stimolata attraverso la didattica interattiva, con la redazione di elaborati da parte dello studente e l'accesso alla videoconferenza. Si forniscono inoltre le basi tecniche di alcuni strumenti informatici (Excel e Moduli Google) per migliorare e stimolare le capacità comunicative.

**Capacità di apprendimento.** La capacità di apprendimento sarà stimolata attraverso la somministrazione di esercitazioni applicative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata anche a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. Altri strumenti didattici integrativi online, quali documenti ufficiali, articoli di riviste e link a siti specifici, permettono di migliorare e sviluppare la capacità di apprendimento.

### Programma didattico

<p>1 - Obiettivi E Programma Del Corso Di Statistica</p> <p>2 - Organizzazione Del Corso</p> <p>3 - Introduzione Alla Statistica</p> <p>4 - Classificazione Dei Fenomeni Statistici</p> <p>5 - Le Distribuzioni Di Frequenza</p> <p>6 - Le Diverse Tipologie Di Frequenza</p> <p>7 - Esercitazione Sulle Frequenze</p> <p>8 - Rappresentazioni Grafiche</p> <p>9 - L'istogramma</p> <p>10 - Esercitazione Sulle Rappresentazioni Grafiche</p> <p>11 - Introduzione Alle Medie</p> <p>12 - La Mediana</p> <p>13 - I Quantili E I Quartili</p> <p>14 - La Media Aritmetica</p> <p>15 - Esercitazione Sulle Medie</p> <p>16 - Introduzione Alla Variabilità</p> <p>17 - La Varianza E Lo Scarto Quadratico Medio</p> <p>18 - Approfondimenti Sulla Variabilità</p> <p>19 - Esercitazione Sulla Variabilità</p> <p>20 - La Tabella Doppia</p> <p>21 - Esercitazione Sulla Tabella Doppia</p> <p>22 - La Connessione E L'indipendenza</p> <p>23 - L'indice Del Chi Quadrato</p> <p>24 - Esercitazione Sul Chi Quadrato</p> <p>25 - Concordanza E Discordanza</p>	<p>29 - La Bontà Di Adattamento</p> <p>30 - Esercitazione Sulla Retta Di Regressione</p> <p>31 - Approfondimenti Sulla Retta Di Regressione</p> <p>32 - Introduzione Alla Probabilità</p> <p>33 - Le Variabili Casuali</p> <p>34 - Introduzione Alla Variabile Casuale Binomiale</p> <p>35 - La Variabile Casuale Binomiale</p> <p>36 - Esercitazione Sulla Variabile Casuale Binomiale</p> <p>37 - Introduzione Alla Variabile Casuale Normale</p> <p>38 - La Normale Standardizzata</p> <p>39 - La Tavola Della Normale</p> <p>40 - Esercitazione Sulla Normale</p> <p>41 - Introduzione Al Campionamento</p> <p>42 - Introduzione All'inferenza</p> <p>43 - La Verifica Delle Ipotesi</p> <p>44 - Introduzione Ad Excel</p> <p>45 - L'analisi Descrittiva Con Excel</p> <p>46 - La Regressione Con Excel</p> <p>47 - La Binomiale Con Excel</p> <p>48 - La Normale Con Excel</p> <p>49 - Un Caso Studio</p>
---	--



26 - La Correlazione 27 - Esercitazione Sulla Correlazione 28 - La Retta Di Regressione	
---	--

25

**Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)**

Il corso si raccorda con l'insegnamento di Statistica Economica.

**Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere**

Lo studente per superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma. Per poter effettuare la prenotazione di esame lo studente deve aver seguito almeno l'80% delle video lezioni.

Il test finale si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte da redigere in 45 minuti.

Nel corso dell'anno sono previste almeno 4 sessioni di esami in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all'inizio dell'anno accademico.

Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alla gestione d'impresa ed alle scelte strategiche;
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano la valutazione rispetto a casi concreti;
- Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alla scelte da compiere ed alle soluzioni da proporre.

Gli esercizi e gli elaborati di Didattica Erogativa consentono invece di verificare i risultati di apprendimento raggiunti rispetto alle Abilità comunicative e alla Capacità di apprendimento

<b>Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti</b>	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette sia l'iscrizione ai corsi sia la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico, la comunicazione con il docente e con il tutor. È previsto un tutor che supporterà gli studenti durante il corso.
<b>Attività di didattica erogativa (DE)</b>	<p>➔ 49 Videolezioni</p> <p>Totale 48 ore</p>

<b>Attività di didattica interattiva (DI)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➔ Partecipazione a 1 caso studio, project work, esercizio o lavoro di gruppo con feedback del docente</li> <li>➔ Lettura area FAQ</li> <li>➔ Svolgimento delle prove in itinere con feedback</li> </ul> <p>Totale 8 ore</p>
<b>Attività di autoapprendimento</b>	➔ 144 ore per lo studio individuale
<b>Libro di riferimento</b>	Vitale C. (2011), Introduzione alla Statistica per le Applicazioni Economiche, vol. I e II, ESI, Napoli

<b>Denominazione insegnamento</b>	<b>METODI QUANTITATIVI PER IL MARKETING</b>
<b>Indicazione del docente</b>	Docente a contratto da individuare
<b>Settore disciplinare</b>	SECS-S/06
<b>Anno di corso</b>	Primo Anno
<b>Tipologia di attività formativa</b>	Base <input type="checkbox"/> Caratterizzante <input type="checkbox"/> Affine X A scelta studente <input type="checkbox"/>
<b>Area di apprendimento</b>	ECONOMICO - QUANTITATIVA
<b>Numero di crediti</b>	8
<b>Eventuali propedeuticità</b>	Nessuna
<b>Metodologia di insegnamento</b>	In teledidattica

#### Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti nella Scheda SUA

Il corso si pone l'obiettivo di fornire i principali strumenti matematici di base utilizzati nei modelli economici.

Alla fine del corso gli studenti conosceranno i principali concetti alla base del calcolo infinitesimale e le proprietà delle funzioni reali. Inoltre, potranno comprendere semplici modelli quantitativi.

In particolare, il corso tratta i seguenti argomenti:

- Insiemi. Numeri reali. Equazioni e disequazioni.
- Funzioni di una variabile, limiti, continuità, derivate.
- Ricerca di massimi e minimi. Studio di funzioni. Integrali.
- Cenni sulle funzioni di due variabili

#### Risultati di apprendimento attesi

**Conoscenza e capacità di comprensione.** Il corso intende fornire le conoscenze di base metodologiche degli strumenti matematici utili per comprendere e analizzare in maniera organica i fenomeni aziendali ed economici.

Concetti come funzioni, integrali, equazioni, disequazioni rappresenteranno un bagaglio che accompagnerà gli studenti in tutto il corso di laurea.

Lo studio di tali tematiche permetterà allo studente di comprendere quali strumenti applicare per l'analisi dei dati a disposizione, e di interpretare correttamente la realtà oggetto di analisi.

**Capacità di applicare conoscenza e comprensione.** Nel corso sono presenti molteplici esercizi applicativi che affiancano gli argomenti metodologici, al fine di permettere allo studente di applicare quanto appreso durante le lezioni, con l'obiettivo di usare empiricamente le formule presentate e, soprattutto, interpretare i risultati matematici ottenuti. Vengono inoltre fornite conoscenze basilari di programmi informatici e strumenti web, per una migliore comprensione e applicazione di quanto appreso nel corso.

**Autonomia di giudizio:** Lo studio degli strumenti matematici, in un'ottica critica applicativa, affiancato da esempi ed esercitazioni, permetterà allo studente di acquisire e migliorare la propria

capacità di giudizio. In questo modo egli sarà capace di comprendere quale strumento è più appropriato all'analisi in oggetto e come interpretare correttamente i risultati ottenuti.

**Abilità comunicative.** La presentazione e il commento durante il corso di alcune funzioni permette di acquisire un linguaggio tecnico appropriato e di una terminologia specialistica adeguata all'argomento.

Lo sviluppo di abilità comunicative, sia orali che scritte, sarà anche stimolata attraverso la didattica interattiva, con la redazione di elaborati da parte dello studente e l'accesso alla videoconferenza. Si forniscono inoltre le basi tecniche di alcuni strumenti informatici (Excel e Moduli Google) per migliorare e stimolare le capacità comunicative.

**Capacità di apprendimento.** La capacità di apprendimento sarà stimolata attraverso la somministrazione di esercitazioni applicative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata anche a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. Altri strumenti didattici integrativi online, quali documenti ufficiali, articoli di riviste e link a siti specifici, permettono di migliorare e sviluppare la capacità di apprendimento.

### Programma didattico

<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gli insiemi.</li> <li>2. Funzioni. Insiemi numerici.</li> <li>3. Numeri reali. Potenze.</li> <li>4. Logaritmi, intervalli, valore assoluto.</li> <li>5. Massimo comune divisore e minimo comune multiplo.</li> <li>6. Alcuni prodotti notevoli.</li> <li>7. Equazioni di primo grado.</li> <li>8. Equazioni di secondo grado.</li> <li>9. Polinomi. Equazioni fratte.</li> <li>10. Disequazioni di primo grado.</li> <li>11. Disequazioni di secondo grado.</li> <li>12. Sistemi di disequazioni. Disequazioni fratte.</li> <li>13. Geometria analitica: Segmenti e rette.</li> <li>14. Geometria analitica: Circonferenze e parabole.</li> <li>15. Funzioni di una variabile reale: Prime definizioni.</li> <li>16. Funzioni di una variabile reale: Iniettività, invertibilità, composizione.</li> <li>17. Funzioni lineari.</li> <li>18. Funzioni potenza, radice, valore assoluto.</li> <li>19. Funzione esponenziale.</li> <li>20. Funzione logaritmo.</li> <li>21. Monotonia, convessità, massimi e minimi: alcune definizioni.</li> <li>22. Successioni reali.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>26. Funzioni continue.</li> <li>27. Proprietà delle funzioni continue.</li> <li>28. Derivate: Definizione e significato.</li> <li>29. Derivabilità e continuità. Derivate di ordine superiore.</li> <li>30. Derivate delle funzioni elementari.</li> <li>31. Regole di derivazione.</li> <li>32. Calcolo delle derivate.</li> <li>33. Applicazioni delle derivate: esempi e regola di de L'Hopital.</li> <li>34. Teoremi di Rolle e di Lagrange.</li> <li>35. Teorema di Fermat.</li> <li>36. Ricerca di massimi e minimi.</li> <li>37. Studio di monotonia e concavità.</li> <li>38. Studio di funzioni.</li> <li>39. La misura delle aree.</li> <li>40. L'integrale definito.</li> <li>41. L'integrale indefinito.</li> <li>42. Calcolo degli integrali.</li> <li>43. Teorema fondamentale del calcolo integrale.</li> <li>44. Funzioni di due variabili: definizioni.</li> <li>45. Funzioni di due variabili: grafici.</li> <li>46. Funzioni di due variabili: limiti e continuità.</li> <li>47. Funzioni di due variabili: derivate parziali.</li> <li>48. Studio di un modello economico.</li> </ol>
--	--

23. Limite di una funzione.  
 24. Proprietà dei limiti.  
 25. Calcolo dei limiti.

**Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)**

Il corso si raccorda con gli insegnamenti di Statistica e Statistica Economica.

**Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere**

Lo studente per superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma. Per poter effettuare la prenotazione di esame lo studente deve aver seguito almeno l'80% delle video lezioni.

Il test finale si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte da redigere in 45 minuti.

Nel corso dell'anno sono previste almeno 4 sessioni di esami in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all'inizio dell'anno accademico.

Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alla gestione d'impresa ed alle scelte strategiche;
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano la valutazione rispetto a casi concreti;
- Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alla scelte da compiere ed alle soluzioni da proporre.

Gli esercizi e gli elaborati di Didattica Erogativa consentono invece di verificare i risultati di apprendimento raggiunti rispetto alle Abilità comunicative e alla Capacità di apprendimento

<b>Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti</b>	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette sia l'iscrizione ai corsi sia la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico, la comunicazione con il docente. È previsto un tutor che supporterà gli studenti durante il corso.
<b>Attività di didattica erogativa (DE)</b>	<p style="text-align: center;">➔ 48 Videolezioni</p> <p>Totale 48 ore</p>
<b>Attività di didattica interattiva (DI)</b>	<p style="text-align: center;">➔ Partecipazione a 1 caso studio, project work, esercizio o lavoro di gruppo con feedback del docente</p> <p style="text-align: center;">➔ Lettura area FAQ</p> <p style="text-align: center;">➔ Svolgimento delle prove in itinere con feedback</p> <p>Totale 8 ore</p>

<b>Attività di autoapprendimento</b>	➔ 144 ore per lo studio individuale
<b>Libro di riferimento</b>	A. Guerraggio. Matematica (seconda edizione). Pearson. 2009.

<b>Denominazione insegnamento</b>	<b>LINGUA INGLESE</b>
<b>Indicazione del docente</b>	Prof.ssa COLOMBA LA RAGIONE (Docente a contratto)
<b>Settore disciplinare</b>	L-LIN/12
<b>Anno di corso</b>	Primo Anno
<b>Tipologia di attività formativa</b>	Base <input type="checkbox"/> Caratterizzante <input type="checkbox"/> Affine <input type="checkbox"/> A scelta studente <input type="checkbox"/> Altre attività X
<b>Area di apprendimento</b>	RELAZIONALE E APPLICATIVA
<b>Numero di crediti</b>	4
<b>Eventuali propedeuticità</b>	Nessuna
<b>Metodologia di insegnamento</b>	In teledidattica

**Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti nella Scheda SUA**

Gli obiettivi formativi sono stabiliti in base alle indicazioni del Quadro Comune Europeo di Riferimento per la conoscenza delle lingue (QEQR). Acquisizione delle strutture di base del sistema linguistico Inglese (livelli B1/B2) al fine di sviluppare competenze comunicative, sia scritte che orali, per poter interagire in maniera corretta su un'ampia gamma di argomenti.

**Risultati di apprendimento attesi**

**Conoscenza e capacità di comprensione.** Il corso intende fornire le conoscenze di base per leggere tradurre e comprendere i testi di lingua inglese.

Il programma didattico è il seguente. Strutture di base del sistema linguistico Inglese. Elementi di fonetica e fonologia, grammatica e sintassi. Esercizi di comprensione e produzione scritta e orale. Particolare attenzione è rivolta ai seguenti aspetti grammaticali: - A1: fonetica e fonologia, il nome, l'aggettivo, gli articoli, gli aggettivi e i pronomi dimostrativi, possessivi, i numerali, i pronomi personali soggetto e complemento, i pronomi interrogativi, le principali preposizioni di tempo e luogo, il modo indicativo nei tempi Simple Present e Present Progressive, i verbi ausiliari, la forma interrogativa, la forma negativa, modali (can/can't); - A2: tempi verbali del past simple, present perfect, present perfect continuous, il condizionale, le forme del futuro, il periodo ipotetico di primo tipo, phrasal verbs; - B1: il periodo ipotetico di secondo tipo, comparativi e superlativi, i tempi del past continuous e del past perfect; 2 - B2: l'uso dei modi e dei tempi verbali, modali (must, may, might, should, could, have to), le preposizioni relative, il periodo ipotetico di terzo tipo

**Capacità di applicare conoscenza e comprensione.** Nel corso sono presenti molteplici esercizi applicativi che affiancano gli argomenti metodologici, al fine di permettere allo studente di applicare quanto appreso durante le lezioni.

**Autonomia di giudizio:** Lo studio delle regole grammaticali, affiancato da esempi ed

esercitazioni, permetterà allo studente di acquisire e migliorare la propria capacità di giudizio. In questo modo egli sarà capace di comprendere la formula linguistica più adatta ai vari contesti.

**Abilità comunicative.** Il corso favorisce le abilità comunicative in contesti aziendali ed economici.

**Capacità di apprendimento.** La capacità di apprendimento sarà stimolata attraverso la somministrazione di esercitazioni applicative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata anche a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. Altri strumenti didattici integrativi online, quali documenti ufficiali, articoli di riviste e link a siti specifici, permettono di migliorare e sviluppare la capacità di apprendimento.

**Programma didattico**

<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Il verbo 'to be' e le forme del presente</li> <li>2. Il verbo 'to have'; sostantivi, aggettivi, pronomi.</li> <li>3. I tempi del passato; le preposizioni.</li> <li>4. Introduzione ai verbi modali.</li> <li>5. Strategie di lettura; futuro; 'question tags'</li> <li>6. Present Perfect'; 'first/second conditional'; comparativi; superlativi.</li> <li>7. Titles; present simple/pr.progressive; to think; to look/to feel; Possessive case.</li> <li>8. Past tenses; irregular verbs; spelling.</li> <li>9. Grande/molto/quanto/troppo/tanto/fino a; prepositions; conjunctions; auxiliary verbs.</li> <li>10. Modal verbs; to make/to do.</li> <li>11. to see, to watch, to hear, to feel, to perceive; Some and any; when and how long; for and since; (n)either..(n)or. Situational dialogue: 'In a restaurant'.</li> <li>12. Future; present continuous and future; to be going to; Situational dialogue: 'Asking the way'. 3</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>13. Adjectives Situational dialogue: 'On a bus'.</li> <li>14. Pronouns. Situational dialogue: 'In a pub'.</li> <li>15. Adverbs Situational dialogue: 'At a railway station'.</li> <li>16. Comparatives; superlatives; Situational Dialogue: 'The London underground'.</li> <li>17. Should (ought to) and would; Situational dialogue: 'At lunch'</li> <li>18. Shall/should; must/have to; must/can't; will/would; want/wish; Situational dialogue: 'Tea time'.</li> </ol>
--	--

**Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)**

Nessun raccordo

**Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere**



Lo studente per superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma. Per poter effettuare la prenotazione di esame lo studente deve aver seguito almeno l'80% delle video lezioni.

Il test finale si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte da redigere in 45 minuti.

Nel corso dell'anno sono previste almeno 4 sessioni di esami in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all'inizio dell'anno accademico.

Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alla gestione d'impresa ed alle scelte strategiche;
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano la valutazione rispetto a casi concreti;
- Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alla scelte da compiere ed alle soluzioni da proporre.

Gli esercizi e gli elaborati di Didattica Erogativa consentono invece di verificare i risultati di apprendimento raggiunti rispetto alle Abilità comunicative e alla Capacità di apprendimento

<b>Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti</b>	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette sia l'iscrizione ai corsi sia la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico, la comunicazione con il docente. È previsto un tutor che supporterà gli studenti durante il corso.
<b>Attività di didattica erogativa (DE)</b>	➔ 18 Videolezioni Totale 24 ore
<b>Attività di didattica interattiva (DI)</b>	➔ Autoapprendimento e preparazione esame Totale 4 ore
<b>Attività di autoapprendimento</b>	➔ 72 ore per lo studio individuale
<b>Libro di riferimento</b>	R.MURPHY, English Grammar in Use, Cambridge, CUP, u.e. COTTON, FALVEY, KENT, Language Leader(intermediate), Longman u.e. J. .and L. SOARS, New Headway, English Course (intermediate), Oxford, OUP, u.e. M.VINCE, First Certificate Language Practice, with Key, Oxford, Heinemen, u.e.. Dizionari consigliati: J. SINCLAIR COLLINS COBUILD, English Language Dictionary, Collins, u.e. MERRIAN-WEBSTER'S Advanced Learner's English Dictionary, Merrian-Webster, Incorporate Springfield, Massachusetts, USA.

<b>Denominazione insegnamento</b>	<b>DIRITTO DELLE IMPRESE</b>
<b>Indicazione del docente</b>	Prof. Giacomo D'ATTORRE (Professore Ordinario)
<b>Settore disciplinare</b>	IUS/04
<b>Anno di corso</b>	Secondo Anno
<b>Tipologia di attività formativa</b>	Base <input type="checkbox"/> Caratterizzante X Affine <input type="checkbox"/> A scelta studente <input type="checkbox"/>
<b>Area di apprendimento</b>	GIURIDICA
<b>Numero di crediti</b>	10
<b>Eventuali propedeuticità</b>	Nessuna
<b>Metodologia di insegnamento</b>	In teledidattica

**Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti nella Scheda SUA**

Obiettivo dell'insegnamento è fornire gli elementi di base di conoscenza in relazione alla disciplina dell'imprenditore, delle società di persone e di capitali.

**Risultati di apprendimento attesi**

**Conoscenza e capacità di comprensione.** Il corso intende fornire le conoscenze utili per comprendere gli aspetti principali degli istituti che regolano il diritto delle imprese in riferimento all'imprenditore, alle società di persone e di capitali.

Specifica attenzione è dedicata ai principi che regolano la vita di impresa dal punto di vista della imprese

La parte finale del programma intende sviluppare, in linea con la mission dell'Ateneo, le conoscenze connesse alle nuove modalità del fare impresa (Impresa Innovativa, Start Up, Impresa in un giorno)

**Capacità di applicare conoscenza e comprensione.** Il corso, anche attraverso l'analisi di documenti tipo (delibere, atti costitutivi, statuti), è finalizzato a fornire strumenti di analisi e valutazione degli effetti connessi alle varie decisioni della vita dell'impresa

**Autonomia di giudizio:** Attraverso la ricognizione dei diversi strumenti giuridici, lo studente potrà migliorare la propria capacità di giudizio e di proposta in relazione alla selezione degli atti rilevanti per le varie decisioni dell'impresa.

**Abilità comunicative.** La presentazione dei profili tecnici connessi al diritto delle imprese sarà svolta in modo da consentire l'acquisizione della padronanza di un linguaggio tecnico e di una terminologia specialistica adeguati.

Lo sviluppo di abilità comunicative, sia orali che scritte, sarà anche stimolata attraverso la didattica interattiva (con la redazione di elaborati da parte dello studente) e i momenti di videoconferenza attivati, ivi compreso la prova finale di esame.

**Capacità di apprendimento.** La capacità di apprendimento sarà stimolata attraverso la

somministrazione di esercitazioni operative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata anche a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. Concorrono a sviluppare la capacità di apprendimento anche i supporti didattici integrativi (documenti ufficiali, articoli di riviste e quotidiani economici) in modo da sviluppare le capacità applicative.

### **Programma didattico**

1. Introduzione al diritto commerciale
2. L'imprenditore
3. Le categorie di imprenditore piccolo imprenditore e imprenditore commerciale
4. L'imprenditore agricolo
5. Lo statuto dell'imprenditore commerciale
6. L'azienda ed i segni distintivi
7. Nozione di società e principi generali
8. Le società di persone disciplina generale
9. La società in accomandita semplice
10. La società per azioni nozione e caratteri essenziali
11. La società per azioni: nullità e conferimenti
12. Le azioni
13. Le modalità di circolazione delle azioni
14. L'assemblea nozione, convocazione e costituzione
15. L'organo amministrativo nelle società per azioni funzione e modalità di nomina
16. Il consiglio di amministrazione e gli organi delegati
17. Sistemi alternativi di amministrazione e controllo il sistema dualistico ed il sistema monistico
18. Caratteri essenziali delle modificazioni allo statuto e diritto di recesso
19. I sindaci, la revisione legale dei conti ed il controllo giudiziario sulla gestione
20. Le modificazioni del capitale sociale e l'aumento di capitale
21. La riduzione del capitale sociale
22. Il bilancio
23. Lo scioglimento della S.P.A. e la società in accomandita per azioni
24. La trasformazione
25. La fusione e la scissione
26. La società a responsabilità limitata nozione, profili generali ed atto costitutivo
27. Società a responsabilità limitata semplificata e a capitale ridotto
28. Start-up innovativa
29. Le procedure concorsuali
30. Le caratteristiche comuni delle procedure concorsuali
31. Le finalità delle procedure concorsuali
32. Il presupposto soggettivo del fallimento
33. Gli imprenditori soggetti a fallimento
34. Il piccolo imprenditore
35. Il presupposto oggettivo
36. Profili problematici dell'insolvenza
37. Gli organi del fallimento: il tribunale ed il comitato dei creditori
38. Il giudice delegato
39. Il curatore
40. Gli effetti del fallimento
41. Gli effetti patrimoniali del fallimento per il debitore
42. Gli effetti del fallimento sui creditori
43. Gli effetti del fallimento sugli atti pregiudizievoli ai creditori e la revocatoria ordinaria

- 44. Gli effetti del fallimento sui rapporti giuridici pendenti
- 45. L'accertamento del passivo. La fase iniziale
- 46. L'esecutività dello stato passivo
- 47. La liquidazione dell'attivo
- 48. La ripartizione dell'attivo
- 49. Il concordato preventivo. Nozione generale
- 50. La proposta di concordato preventivo
- 51. Il piano di concordato. Le tipologie di concordato
- 52. L'ammissione al concordato
- 53. Gli effetti dell'ammissione
- 54. Le procedure di composizione delle crisi da sovraindebitamento. Caratteri generali

**Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)**

Nessun Raccordo

**Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere**

Lo studente per superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma. Per poter effettuare la prenotazione di esame lo studente deve aver seguito almeno l'80% delle video lezioni.

Il test finale si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte da redigere in 45 minuti.

Nel corso dell'anno sono previste almeno 4 sessioni di esami in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all'inizio dell'anno accademico.

Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alla gestione d'impresa ed alle scelte strategiche;
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano la valutazione rispetto a casi concreti;
- Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alla scelte da compiere ed alle soluzioni da proporre.

Gli esercizi e gli elaborati di Didattica Erogativa consentono invece di verificare i risultati di apprendimento raggiunti rispetto alle Abilità comunicative e alla Capacità di apprendimento

<p><b>Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti</b></p>	<p>L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette sia l'iscrizione ai corsi sia la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico, la comunicazione con il docente.</p> <p>e' previsto un tutor che supporterà gli studenti durante il corso.</p>
<p><b>Attività di didattica erogativa (DE)</b></p>	<p>➔ 60 Videolezioni</p> <p>Totale 10 ore</p>

<b>Attività di didattica interattiva (DI)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➔ Redazione di un elaborato su traccia del docente</li> <li>➔ Partecipazione a una web conference</li> <li>➔ Svolgimento delle prove in itinere con feedback</li> <li>➔ Svolgimento della simulazione del test finale</li> </ul> Impegno totale stimato: 10 ore
<b>Attività di autoapprendimento</b>	Autoapprendimento e preparazione esame ➔ Totale 180 ore
<b>Libro di riferimento</b>	G. CAMPOBASSO: Manuale di Diritto Commerciale, Utet, Torino, ultima edizione, con esclusione delle parti non oggetto del corso.  V. BUONOCORE, Manuale di Diritto commerciale, Giappichelli, Torino, ultima edizione, con esclusione

<b>Denominazione insegnamento</b>	<b>STRATEGIE DI MARKETING DIRETTO, DIGITALE E OFF-LINE</b>
<b>Indicazione del docente</b>	Prof.ssa Maria Antonella Ferri (Professore Associato)
<b>Settore disciplinare</b>	SECS-P/08
<b>Anno di corso</b>	SECONDO anno
<b>Tipologia di attività formativa</b>	Base <input type="checkbox"/> Caratterizzante X Affine <input type="checkbox"/> A scelta studente <input type="checkbox"/>
<b>Area di apprendimento</b>	AZIENDALE
<b>Numero di crediti</b>	10
<b>Eventuali propedeuticità</b>	Si consiglia il superamento di Economia e gestione d'impresa
<b>Metodologia di insegnamento</b>	In teledidattica

**Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti nella Scheda SUA**

Obiettivo dell'insegnamento è fornire le conoscenze teoriche e gli strumenti tecnico-professionali per la gestione strategica e di marketing dell'impresa al fine di comprendere la sua funzione nei mercati, anche alla luce delle sfide portate dalla rivoluzione digitale. Il programma consentirà allo studente di sviluppare le capacità necessarie ad avviare un processo decisionale, capace di rispondere a tali sfide, valutando scelte di natura strategica ed operativa. In particolare, nella prima parte dell'insegnamento sono approfondite le conoscenze e competenze necessarie all'analisi della concorrenza in un'ottica allargata a tutto l'ambiente competitivo; nella seconda parte sono fornite le più significative tecniche e metodologie per applicare tali conoscenze relativamente alla funzione di marketing, considerando un modello di business fortemente condizionato dall'innovazione digitale.

**Risultati di apprendimento attesi**

**Conoscenza e capacità di comprensione.** L'insegnamento intende fornire le conoscenze utili per comprendere il rapporto tra il sistema impresa e l'ambiente competitivo, al fine di individuare la formula imprenditoriale in grado di operare con successo nei mercati di riferimento.

Specifica attenzione è dedicata alle fasi che compongono il piano di marketing, nonché alla variabili operative di marketing mix sulle quali si sviluppa il processo decisionale dell'impresa.

Attraverso lo studio di tali tematiche lo studente sarà in grado di comprendere come il management può soddisfare le richieste di un consumatore sempre più esigente e dotato di autonomia di giudizio nei propri processi di scelta.

**Capacità di applicare conoscenza e comprensione.** L'insegnamento, mediante l'impiego di

tecniche e metodologie gestionali (analisi del piano di marketing, studio di matrici strategiche, presentazione di casi aziendali, esercitazioni e verifiche in itinere), consente allo studente di applicare le conoscenze teoriche di base acquisite, in mercati sempre più complessi anche alla luce delle innovazioni introdotte dalla “rivoluzione digitale”.

**Autonomia di giudizio:** Lo studente, anche tramite il confronto con i casi di studio e la discussione nella aula virtuale in occasione delle video conferenze, potrà sviluppare la propria capacità di giudizio e di proposta in relazione all’analisi delle soluzioni che il manager intende prendere per competere con successo nel mercato e per soddisfare la domanda.

**Abilità comunicative.** L’insegnamento intende attivare nello studente le necessarie capacità comunicative e comportamentali nell’espone le proprie idee e proposte, nonché le possibili soluzioni alle problematiche da affrontare.

Lo sviluppo di tali abilità comunicative, è supportata dalla didattica interattiva (con la redazione di elaborati da parte dello studente e la conseguente correzione ) e da momenti di videoconferenza programmati sulla base dello stato di avanzamento del programma. La stessa prova finale d’esame, nella modalità orale, è un momento utile per stimolare lo sviluppo delle abilità comunicative dello studente.

**Capacità di apprendimento.** La capacità di apprendimento sarà stimolata mediante la somministrazione di esercitazioni operative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata a verificare l’effettiva comprensione degli argomenti trattati. Concorrono a sviluppare la capacità di apprendimento anche i supporti didattici integrativi (casi aziendali, esercitazioni scritte, momenti di aula virtuale), soprattutto per i risultati connessi alle capacità applicative.

**Programma didattico**

- |   |  |
|---|--|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Scelte e decisioni in ambiti complessi:l'approccio strutturalista</li> <li>2. Impresa e ambiente</li> <li>3. Dall'analisi dell'ambiente all'analisi di settore</li> <li>4. La formula imprenditoriale</li> <li>5. Strategie di crescita</li> <li>6. Dinamiche organizzative e progettazione organizzativa</li> <li>7. Progettazione organizzativa</li> <li>8. I modelli organizzativi</li> <li>9. Sistemi informativi e ambiente virtuale</li> <li>10. Capacità e competenze per chi vuole fare impresa</li> <li>11. Le tipologie di impresa e funzioni dell'imprenditore</li> <li>12. Attitudini di chi vuole fare impresa</li> <li>13. Attitudini emotivo-personali</li> <li>14. Conoscenze e competenze dell'imprenditore</li> <li>15. Il piano di marketing</li> <li>16. La comunicazione nel marketing</li> <li>17. Il programma della comunicazione</li> <li>18. Gli strumenti della comunicazione</li> <li>19. Strumenti di comunicazione turistica</li> <li>20. Strategie di marca</li> <li>21. Marketing Communication</li> <li>22. Il prodotto</li> <li>23. Domanda turistica e prodotto gastronomico</li> <li>24. Il valore della marca per il consumatore</li> <li>25. Metodi per determinare il prezzo</li> <li>26. La distribuzione</li> <li>27. Il geomarketing</li> <li>28. Il posizionamento</li> <li>29. Analisi SWOT</li> <li>30. Strumenti di comunicazione pubblica</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>31. Strumenti di marketing turistico</li> <li>32. Lo sviluppo del Brand Image</li> <li>33. La comunicazione ambientale</li> <li>34. Web marketing</li> <li>35. I comportamenti di consumo nel web</li> <li>36. Marketing 3.0</li> <li>37. Il digital marketing</li> <li>38. Strumenti di digital marketing</li> <li>39. I primi passi nel web</li> <li>40. Start up e strumenti web</li> <li>41. Le attività delle start up nel web</li> <li>42. Web marketing e comunicazione</li> <li>43. Approcci alla comunicazione web</li> <li>44. Advertising e impresa 4.0</li> <li>45. Il modello della comunicazione 4.0</li> <li>46. E.commerce</li> <li>47. L'infrastruttura di e.commerce</li> <li>48. La gestione dell'e.commerce</li> <li>49. le attività di e.commerce</li> <li>50. I mercati dell'e.commerce</li> <li>51. Digital marketing turistico</li> <li>52. Il sito web</li> <li>53. Come essere visibili al proprio target</li> <li>54. Social media marketing</li> <li>55. La reputazione on -line</li> <li>56. Un modello per lo sviluppo sostenibile</li> <li>57. Prodotto culturale e DIPSIR</li> <li>58. Un'introduzione al Marketing internazionale</li> <li>59. Strategie di marketing internazionale</li> <li>60. Un caso di marketing internazionale</li> </ol> |
|---|--|

**Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)**

L'insegnamento si raccorda in particolare all'insegnamento di Economie e Gestione d'impresa Economia Aziendale (SECS-P/07) e di Finanza Aziendale (SECS-P09).

Il raccordo avverrà tramite la preliminare condivisione del programma tra i docenti finalizzata ad evitare duplicazioni/sovrapposizioni del programma ed assicurare la completezza degli argomenti trattati.



### Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

Lo studente per superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma. Per poter effettuare la prenotazione di esame lo studente deve aver seguito almeno l'80% delle video lezioni.

Il test finale si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte da redigere in 45 minuti.

Nel corso dell'anno sono previste almeno 4 sessioni di esami in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all'inizio dell'anno accademico.

Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alla gestione strategica ed alle scelte di marketing;
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano la valutazione rispetto a casi concreti;
- Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alla scelte da compiere ed alle soluzioni da proporre.

Gli esercizi e gli elaborati di Didattica Erogativa consentono invece di verificare i risultati di apprendimento raggiunti rispetto alle Abilità comunicative e alla Capacità di apprendimento

<b>Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti</b>	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette sia l'iscrizione ai corsi sia la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico, la comunicazione con il docente. E' previsto un tutor che supporterà gli studenti durante il corso.
<b>Attività di didattica erogativa (DE)</b>	→ 60 Videolezioni Totale 60 ore
<b>Attività di studio e autoapprendimento</b>	Studio delle dispense. Impegno previsto: 220 ore
<b>Attività di didattica interattiva (DI)</b>	→ Redazione di un elaborato → Partecipazione a una web conference → Lettura area FAQ → Svolgimento delle prove in itinere con feedback → Svolgimento della simulazione del test finale Totale 10 ore
<b>Attività di autoapprendimento</b>	→ 180 ore per lo studio individuale
<b>Libro di riferimento</b>	A.Mattiacci, A. Pastore, Marketing, Hoepli, 2014.

<b>Denominazione insegnamento</b>	<b>STATISTICA PER IL MARKETING</b>
<b>Indicazione del docente</b>	Prof.ssa Maria Simona ANDREANO (Professore Associato)
<b>Settore disciplinare</b>	SECS-S/03
<b>Anno di corso</b>	Secondo Anno
<b>Tipologia di attività formativa</b>	Caratterizzante <input checked="" type="checkbox"/> Affine <input type="checkbox"/> A scelta studente <input type="checkbox"/>
<b>Area di apprendimento</b>	ECONOMICO QUANTITATIVA
<b>Numero di crediti</b>	10
<b>Eventuali propedeuticità</b>	Statistica

#### Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti nella Scheda SUA

Scopo della Statistica economica è di fornire a tutti i soggetti che debbono prendere decisioni economiche un quadro integrato e coerente di conoscenze e di analisi statistico-quantitative sui fenomeni economici collettivi, riguardanti i due principali operatori del sistema economico: le famiglie e le imprese. Oltre ai concetti base della Statistica economica e della Contabilità nazionale si introduce anche l'approccio moderno della Statistica economica basato sul concetto di territorio. Completano il corso, le nozioni di base delle ricerche di mercato.

#### Risultati di apprendimento attesi

**Conoscenza e capacità di comprensione.** Il corso intende fornire le conoscenze utili per comprendere gli aspetti principali della statistica economica nell'osservare e analizzare i due principali operatori del sistema economica: le imprese e le famiglie

Specificata attenzione è dedicata sia alle fonti che agli strumenti statistici mediante i quali vengono misurati i diversi aggregati economici.

Attraverso lo studio e l'approfondimento delle tecniche statistiche lo studente sarà in grado di descrivere, interpretare e spiegare i fenomeni e i processi economici propri della realtà locale, nazionale e internazionale, nonché formulare previsioni metodologicamente fondate, accurate e affidabili sull'evoluzione delle variabili economiche rilevanti per la comprensione di tali fenomeni e processi

**Capacità di applicare conoscenza e comprensione.** Il corso, anche attraverso l'utilizzo di una vasta gamma di esempi e applicazioni, è finalizzato a fornire strumenti di analisi e valutazione dei fenomeni del mondo reale, oltre a fornire una solida conoscenza della metodologia statistica e dei suoi aspetti applicativi in campo economico e aziendale.

In tale ottica, il corso si propone di fornire una conoscenza accurata degli strumenti logico-concettuali e metodologici indispensabili per la progettazione e l'esecuzione di indagini riguardanti i comportamenti individuali e aggregati a livello micro e macroeconomico, per

l'effettuazione di rilevazioni e analisi finalizzate all'organizzazione aziendale e alla gestione delle imprese, per la progettazione e la realizzazione di ricerche e analisi di mercato.

**Autonomia di giudizio:** Attraverso la ricognizione delle fonti e dei diversi strumenti statistici, lo studente potrà migliorare la propria capacità di lettura critica della realtà economica oltre ad essere in grado di elaborare dei semplici modelli statistici atti a supportare l'azione di intervento del policy maker e/o del manager di azienda.

**Abilità comunicative.** La presentazione degli strumenti statistici connessi allo studio della statistica economica nella sua globalità e complessità sarà svolta in modo da consentire l'acquisizione della padronanza di un linguaggio tecnico e di una terminologia specialistica adeguati.

Lo sviluppo di abilità comunicative, sia orali che scritte, sarà anche stimolata attraverso la didattica interattiva (con la redazione di elaborati da parte dello studente) e i momenti di videoconferenza attivati, ivi compreso la prova finale di esame.

**Capacità di apprendimento.** La capacità di apprendimento sarà stimolata attraverso la somministrazione di esercitazioni operative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata anche a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. La capacità di apprendimento sarà anche stimolata da supporti didattici integrativi (documenti ufficiali, articoli di riviste e quotidiani economici) in modo da sviluppare le capacità applicative.

### Programma didattico

1. Lezione introduttiva	31.
2. Introduzione alla statistica economica	32. I rapporti di rinnovo
3. Le fonti	33. Le serie storiche: introduzione
4. La qualità dei dati	34. Il trend
5. Le informazioni statistiche per l'azienda	35. La stagionalità
6. Dalla contabilità aziendale alla contabilità nazionale	36. Ancora sui modelli di previsione
7. Altre fonti di dati esterne all'azienda	37. La qualità della previsione
8. La produzione dei dati ad hoc	38. L'analisi delle serie storiche con il modello autoregressivo
9. Altri schemi di campionamento e rilevazione dati	39. Approfondimento sulla stagionalità
10. Il questionario	40. Il trend: approfondimento
11. Stima della media e della proporzione campionaria	41. Misura della relazione tra variabili
12. La contabilità nazionale: una visione d'insieme	42. Il modello lineare semplice
13. Misurazione dei principali aggregati economici	43. Cenni sulla probabilità e le variabili casuali
14. La produzione	44. Inferenza statistica
15. Ancora sulla produzione	45. Analisi dei residui
	46. Regressione lineare multipla
	47. Inferenza nel modello di regressione lineare multipla
	48. Introduzione all'analisi territoriale

16. La distribuzione primaria del reddito	49. Concentrazione e specializzazione
17. La distribuzione secondaria del reddito	50. L'approccio moderno
18. Il sistema dei conti: riepilogo	51. La statistica spaziale
19. Gli input produttivi	52. I processi di punto
20. Analisi input-output: un'introduzione	53. L'analisi spaziale multivariate
21. Ancora sull'analisi input-output	54. Le ricerche di mercato
22. I rapporti statistici	55. Questionari ed errori non campionari
23. I numeri indici	56. Caratteristiche e strutture dei campioni
24. I numeri indici complessi	57. Errori non campionari ed interventi correttivi
25. I numeri indici pubblicati dall'Istat	58. Le ricerche di mercato quantitative
26. Interpretazione degli indici sintetici	59. Le tecniche di indagine
27. Interpretazione degli indici sintetici e variazioni nel tempo	60. I panel
28. Gli indici per i confronti territoriali	61. Il metodo Delphi
29. I confronti multilaterali	
30. Riepilogo sui numeri indici	

**Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)**

Si consiglia il superamento di Statistica e Matematica

**Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere**

Lo studente per superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma. Per poter effettuare la prenotazione di esame lo studente deve aver seguito almeno l'80% delle video lezioni.

Il test finale si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte da redigere in 45 minuti.

Nel corso dell'anno sono previste almeno 4 sessioni di esami in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all'inizio dell'anno accademico.

Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alla gestione d'impresa ed alle scelte strategiche;
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano la valutazione rispetto a casi concreti;
- Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alla scelte da compiere ed alle soluzioni da proporre.

Gli esercizi e gli elaborati di Didattica Erogativa consentono invece di verificare i risultati di apprendimento raggiunti rispetto alle Abilità comunicative e alla Capacità di apprendimento

<b>Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti</b>	L'iscrizione ai corsi viene effettuata in modo automatico dall'Ateneo. Gli studenti possono contattare - per chiarimenti, informazioni, etc. - il tutor ed il docente attraverso la mail. Ulteriori dettagli sui canali di contatto verranno forniti in piattaforma.
---	--

<b>Attività di didattica erogativa (DE)</b>	<p>➔ 60 Videolezioni</p> <p>Totale 60 ore</p>
<b>Attività di didattica interattiva (DI)</b>	<p>➔ Partecipazione a 1 caso studio, project work, esercizio o lavoro di gruppo con feedback del docente</p> <p>➔ Lettura area FAQ</p> <p>➔ Svolgimento delle prove in itinere con feedback</p> <p>Totale 10 ore</p>
<b>Attività di autoapprendimento</b>	<p>➔ 180 ore per lo studio individuale</p>
<b>Libro di riferimento</b>	<p>L. Biggeri, M.Bini, A. Coli, L.Grassini, M.Maltagliati, <i>Statistica per le decisioni aziendali</i>, Pearson Italia, 2012.</p>

<b>Denominazione insegnamento</b>	<b>TECNICHE DI VENDITA ON E OFF-LINE</b>
<b>Indicazione del docente</b>	Dott. Stefano SANTORI (Docente a contratto)
<b>Settore disciplinare</b>	SECS-P/08
<b>Anno di corso</b>	SECONDO ANNO
<b>Tipologia di attività formativa</b>	Base <input type="checkbox"/> Caratterizzante <input type="checkbox"/> Affine X A scelta studente <input type="checkbox"/>
<b>Area di apprendimento</b>	AZIENDALE
<b>Numero di crediti</b>	10
<b>Eventuali propedeuticità</b>	Nessuna
<b>Metodologia di insegnamento</b>	In teledidattica

#### Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti nella Scheda SUA

Obiettivo dell'insegnamento è fornire le conoscenze teoriche e gli strumenti tecnico per la vendita on e off-line

#### Risultati di apprendimento attesi

**Conoscenza e capacità di comprensione.** L'insegnamento intende fornire le conoscenze utili per comprendere le tecniche di vendita

**Capacità di applicare conoscenza e comprensione.** L'insegnamento, mediante l'impiego di tecniche e metodologie gestionali consente allo studente di applicare le conoscenze teoriche di base acquisite, in mercati sempre più complessi anche alla luce delle innovazioni introdotte dalla "rivoluzione digitale".

**Autonomia di giudizio:** Lo studente, anche tramite il confronto con i casi di studio e la discussione nella aula virtuale in occasione delle video conferenze, potrà sviluppare la propria capacità di giudizio e di proposta in relazione all'analisi delle soluzione che il manager intende prendere per competere con successo nel mercato e per soddisfare la domanda.

**Abilità comunicative.** L'insegnamento intende attivare nello studente le necessarie capacità comunicative e comportamentali nella vendita

Lo sviluppo di tali abilità comunicative, è supportata dalla didattica interattiva (con la redazione di elaborati da parte dello studente e la conseguente correzione) e da momenti di videoconferenza programmati sulla base dello stato di avanzamento del programma. La stessa prova finale d'esame, nella modalità orale, è un momento utile per stimolare lo sviluppo delle abilità comunicative dello studente.

**Capacità di apprendimento.** La capacità di apprendimento sarà stimolata mediante la somministrazione di esercitazioni operative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. Concorrono a sviluppare

la capacità di apprendimento anche i supporti didattici integrativi (casi aziendali, esercitazioni scritte, momenti di aula virtuale), soprattutto per i risultati connessi alle capacità applicative.

### **Programma didattico**

1. Breve storia delle tecniche di vendita
2. A.I.D.A. , SPIN e le tecniche della prima generazione
3. La seconda generazione di tecniche: la Vendita Creativa
4. Guerrilla Marketing e Selling
5. Differenza tra B2B e B2C
6. Tecniche di intervista ed analisi dei bisogni
7. Applicazioni: teleselling e telemarketing
8. Il Venditore Consulenziale e l'analisi dei "bisogni"
9. Tipologie di vendita e tecniche di convincimento: dal door-to-door alla vendita retail
10. La vendita on line: e-commerce, e-shopping e e-subscription
11. Funnel marketing
12. Inbound Selling e Funnel Marketing
13. Il sistema "Ibrido" (on e off-line)

### **Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)**

Nessun Raccordo

### **Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere**

Lo studente per superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma. Per poter effettuare la prenotazione di esame lo studente deve aver seguito almeno l'80% delle video lezioni.

Il test finale si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte da redigere in 45 minuti.

Nel corso dell'anno sono previste almeno 4 sessioni di esami in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all'inizio dell'anno accademico.

Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alla gestione d'impresa ed alle scelte strategiche;
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano la valutazione rispetto a casi concreti;
- Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alla scelte da compiere ed alle soluzioni da proporre.

Gli esercizi e gli elaborati di Didattica Erogativa consentono invece di verificare i risultati di apprendimento raggiunti rispetto alle Abilità comunicative e alla Capacità di apprendimento

<b>Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti</b>	<p>L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette sia l'iscrizione ai corsi sia la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico, la comunicazione con il docente e con il tutor.</p> <p>E' previsto un tutor che supporterà gli studenti durante il corso.</p>
<b>Attività di didattica erogativa (DE)</b>	<p>➔ 60 Videolezioni</p> <p>Totale 60 ore</p>
<b>Attività di didattica interattiva (DI)</b>	<p>➔ Partecipazione a 1 caso studio, project work, esercizio o lavoro di gruppo con feedback del docente</p> <p>➔ Lettura area FAQ</p> <p>➔ Svolgimento delle prove in itinere con feedback</p> <p>Totale 10 ore</p>
<b>Attività di autoapprendimento</b>	<p>➔ 180 ore per lo studio individuale</p>
<b>Libro di riferimento</b>	<p>Il docente indicherà uno o più testi di riferimento</p>



<b>Denominazione insegnamento</b>	<b>FINANZA AZIENDALE</b>
<b>Indicazione del docente</b>	Prof.ssa Laura Martiniello (Professore Associato)
<b>Settore disciplinare</b>	SECS P/09
<b>Anno di corso</b>	Terzo anno
<b>Tipologia di attività formativa</b>	Caratterizzante <input checked="" type="checkbox"/> Affine <input type="checkbox"/> A scelta studente <input type="checkbox"/>
<b>Area di apprendimento</b>	AZIENDALE
<b>Numero di crediti</b>	10
<b>Eventuali propedeuticità</b>	Nessuna
<b>Metodologia di insegnamento</b>	In teledidattica

#### **Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti nella Scheda SUA**

Il corso si propone di fornire agli studenti strumenti manageriali per la gestione finanziaria d'impresa e per l'effettuazione di scelte d'investimento. In particolare il programma di insegnamento consentirà allo studente di avere una panoramica approfondita degli strumenti esistenti per l'analisi del bilancio, le scelte di capital budgeting e porre in essere strategie finanziarie di breve e lungo termine. Lo studente acquisirà conoscenze di base sulla determinazione del costo del capitale, della manovra del leverage, delle problematiche connesse alla determinazione del fabbisogno finanziario netto e dell'analisi dei rischi.

#### **Risultati di apprendimento attesi**

**Conoscenza e capacità di comprensione.** Il corso intende fornire le conoscenze utili per comprendere gli aspetti principali della finanza d'impresa e della valutazione delle scelte d'investimento in azioni ed obbligazioni.

Specificata attenzione è dedicata all'equilibrio finanziario d'impresa nel breve e nel lungo termine ivi compreso lo studio degli strumenti per la gestione finanziaria d'impresa.

Attraverso lo studio di queste tematiche lo studente sarà in grado di comprendere le dinamiche e gli strumenti della gestione finanziaria d'impresa e per le scelte d'investimento.

**Capacità di applicare conoscenza e comprensione.** Il corso, anche attraverso l'analisi di casi di studio, è finalizzato a fornire strumenti di analisi e valutazione della situazione finanziaria delle imprese nonché capacità di effettuare scelte d'investimento (es. in azioni o obbligazioni) sulla base dei rendimenti e della minimizzazione dei rischi sulla base di scelte di composizione di portafoglio.

**Autonomia di giudizio:** Attraverso le competenze acquisite, lo studente potrà migliorare la propria capacità di giudizio e di proposta in relazione all'analisi dei modelli di intervento connessi alle varie fattispecie di gestione della finanza d'impresa e d'investimento sui mercati finanziari.

**Abilità comunicative.** La presentazione dei profili tecnici connessi alla gestione finanziaria d'impresa e alle scelte d'investimento, sarà svolta in modo da consentire l'acquisizione della padronanza di un linguaggio tecnico e di una terminologia specialistica adeguati.

Lo sviluppo di abilità comunicative, sia orali che scritte, sarà anche stimolata attraverso la didattica interattiva (con la redazione di elaborati da parte dello studente) e i momenti di videoconferenza attivati, ivi compreso la prova finale di esame.

**Capacità di apprendimento.** La capacità di apprendimento sarà stimolata attraverso la somministrazione di esercitazioni operative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata anche a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. La capacità di apprendimento sarà anche stimolata da supporti didattici integrativi (casi di studio, articoli e quotidiani economici) in modo da sviluppare le capacità applicative.

### Programma didattico

- |  |  |
|--|--|
| 1.Introduzione all'analisi di bilancio<br>2.La riclassificazione finanziaria dello SP<br>3. Indici di solidità<br>4. Indici di liquidità<br>5.La riclassificazione delle SP con il criterio economico<br>6.Indici di redditività<br>7. Leva Finanziaria<br>8.Analisi della dinamica finanziaria<br>9.Il fabbisogno finanziario<br>10. La pianificazione finanziaria<br>11. Il piano economico finanziario<br>12. Il budget<br>13. La valutazione degli investimenti 1<br>14. La valutazione degli investimenti 2<br>15. Le rendite<br>16. Valutazione degli investimenti ed EVA<br>17. Van e TIR<br>18. Van e TIR a confronto<br>19.I flussi di cassa<br>20. Le Azioni<br>21. Le obbligazioni<br>22. La valutazione delle imprese: cenni<br>23.Decisioni di sostituzione<br>24. Valore e rischio<br>25. Problemi di agenzia ed EVA<br>26. Rischio e rendimento<br>27. Le scelte di portafoglio<br>28. Il CAPM<br>29.Il WACC<br>30. La controversia sui dividendi | 31.La tesi di Modigliani e Miller<br>32. La struttura finanziaria ottimale<br>33. I criteri di valutazione delle banche<br>34. I finanziamenti a lungo termine<br>35. I finanziamenti a breve termine ed il CCN<br>36. Il credito commerciale<br>37. Strumenti di finanziamento a breve<br>38.Le Public Private Partnership<br>39.Il Project Financing<br>40. IL processo decisionale pubblico e lo studio di fattibilità<br>41. Il Piano Economico Finanziario nel PF<br>42. FOCUS sugli strumenti di finanziamento<br>43. Gli indicatori di bancabilità e redditività<br>44.L'analisi dei rischi<br>45. L'analisi dei rischi secondo Eurostat<br>46. Il Public Sector Comparator<br>47. Casi di Project Finance<br>48. Le start up<br>49. Il business Plan<br>50. Le start up innovative<br>51. Il finanziamento delle start up<br>52. Le fonti di finanziamento<br>53. Finanziare una Start up: il punto di vista della banca<br>54. Un caso di studio: Grupon<br>55. Risk management<br>56. Il risk management: il rischio di tasso ed i rischi finanziari<br>57.Finanza straordinaria<br>58. Acquisizioni<br>59. Fusioni<br>60. Scissioni |
|--|--|

**Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)**

Il corso si raccorda in particolare al corso di economia aziendale.

Il raccordo avverrà tramite la preliminare condivisione del programma tra i docenti finalizzata ad evitare duplicazioni/sovrapposizioni del programma ed assicurare la completezza degli argomenti trattati.

**Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere**

Lo studente per superare l'esame può scegliere di effettuare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma.

Il test finale si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte.

Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande sul programma del corso
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione attraverso domande specifiche che consentano la valutazione rispetto a casi concreti
- Autonomia di giudizio attraverso domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alla scelte da compiere

Gli esercizi e gli elaborati di Didattica erogativa consentono invece di verificare i risultati di apprendimento raggiunti rispetto alle abilità comunicative e alla capacità di apprendimento.

<b>Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti</b>	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette sia l'iscrizione ai corsi sia la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico, la comunicazione con il docente. E' previsto un tutor che supporterà gli studenti durante il corso.
<b>Attività di didattica erogativa (DE)</b>	➔ 60 Videolezioni Totale 60 ore
<b>Attività di didattica interattiva (DI)</b>	➔ Redazione di un elaborato ➔ Partecipazione a una web conference ➔ Svolgimento delle prove in itinere con feedback ➔ Svolgimento della simulazione del test finale Totale 10 ore
<b>Attività di autoapprendimento</b>	➔ 180 ore per lo studio individuale

<b>Libro di riferimento</b>	Testo consigliato per approfondimenti (non obbligatorio) Principi di Finanza Aziendale Brealey Myers Sandri McGraw-Hill, Milano, 2015
-----------------------------	--

<b>Denominazione insegnamento</b>	<b>DIRITTO DEL LAVORO E RELAZIONI INDUSTRIALI</b>
<b>Indicazione del docente</b>	Prof. Marco Marazza (Professore ordinario) Prof.ssa Valentina Anniballi (Ricercatrice)
<b>Settore disciplinare</b>	IUS/07
<b>Anno di corso</b>	Terzo anno
<b>Tipologia di attività formativa</b>	Caratterizzante <input checked="" type="checkbox"/> Affine <input type="checkbox"/> A scelta studente <input type="checkbox"/>
<b>Area di apprendimento</b>	GIURIDICA
<b>Numero di crediti</b>	12
<b>Eventuali propedeuticità</b>	Diritto Privato
<b>Metodologia di insegnamento</b>	In teledidattica

#### **Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti nella Scheda SUA**

Il corso intende formare gli studenti sulle nozioni di base del diritto del lavoro e delle relazioni industriali, anche alla luce delle recenti riforme e con particolare attenzione anche agli ambiti interdisciplinari, in una prospettiva che tende ad evidenziare l'impatto applicativo e gestionale degli istituti trattati nell'ambito della realtà di impresa.

#### **Risultati di apprendimento attesi**

##### **Conoscenza e capacità di comprensione**

Il corso consentirà allo studente di comprendere quali sono gli istituti fondamentali del diritto del lavoro con riferimento alla rappresentanza sindacale, alla tipologia di contratti e alle tutele per il lavoratore ed al contemperamento delle stesse con le esigenze organizzative e produttive dell'azienda.

Attraverso lo studio di queste tematiche lo studente sarà in grado di comprendere le regole basilari che governano il diritto del lavoro in Italia.

**Autonomia di giudizio:** Attraverso la ricognizione dei diversi strumenti normativi, lo studente potrà migliorare la propria capacità di giudizio e di proposta in relazione all'analisi dei modelli di intervento connessi alle varie fattispecie di gestione e risoluzione di problemi lavoristici.

**Abilità comunicative.** La presentazione dei profili tecnici connessi al diritto del lavoro e sindacale sarà svolta in modo da consentire l'acquisizione della padronanza di un linguaggio tecnico e di una terminologia specialistica adeguati.

Lo sviluppo di abilità comunicative, sia orali che scritte, sarà anche stimolata attraverso la didattica interattiva (con la redazione di elaborati da parte dello studente) e i momenti di videoconferenza attivati, ivi compreso la prova finale di esame.

**Capacità di apprendimento.** La capacità di apprendimento sarà stimolata attraverso la somministrazione di esercitazioni operative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata anche a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. Concorrono a

sviluppare la capacità di apprendimento anche i supporti didattici integrativi (lezioni a più voci con rappresentanti del modo sindacale e delle imprese, documenti ufficiali, articoli di riviste e selezione di sentenze) in modo da sviluppare le capacità applicative.

### Programma didattico

- |  |   |
|--|---|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Le fonti.</li> <li>2. L'organizzazione sindacale.</li> <li>3. Il sindacato associativo.</li> <li>4. RSA</li> <li>5. RSU</li> <li>6. I diritti sindacali.</li> <li>7. La repressione della condotta antisindacale.</li> <li>8. Procedure di informazione e consultazione sindacale.</li> <li>9. La contrattazione collettiva.</li> <li>10. Efficacia soggettiva e oggettiva del contratto collettivo.</li> <li>11. Efficacia nel tempo del contratto collettivo.</li> <li>12. Contratto collettivo e contratto individuale di lavoro.</li> <li>13. I livelli della contrattazione collettiva.</li> <li>14. Contratto collettivo nazionale di lavoro.</li> <li>15. CCNL e TU sulla rappresentanza.</li> <li>16. I contratti collettivi di secondo livello.</li> <li>17. I contratti collettivi di prossimità.</li> <li>18. Lo sciopero.</li> <li>19. Lo sciopero nei servizi pubblici essenziali.</li> <li>20. La serrata.</li> <li>21. Il lavoro prevalentemente personale.</li> <li>22. Il lavoro nei contratti associativi.</li> <li>23. Il lavoro autonomo: i contratti d'opera.</li> <li>24. Il lavoro autonomo: le collaborazioni coordinate.</li> <li>25. Le collaborazioni autonome eterorganizzate.</li> <li>26. La subordinazione.</li> <li>27. Il contratto di lavoro subordinato.</li> <li>28. Il collocamento.</li> <li>29. Il potere direttivo</li> <li>30. Le mansioni e lo ius variandi.</li> <li>31. Il potere disciplinare.</li> <li>32. Il potere di controllo.</li> <li>33. I controlli a distanza.</li> <li>34. Tutela della persona e divieto di indagini sulle opinioni</li> <li>35. Osservanza, diligenza e fedeltà.</li> <li>36. Orario di lavoro.</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>37. Ferie, riposi e festività.</li> <li>38. Il luogo di esecuzione della prestazione.</li> <li>39. Il distacco del lavoratore.</li> <li>40. Il contratto di lavoro a termine.</li> <li>41. Il contratto di lavoro a tempo parziale.</li> <li>42. Il contratto di somministrazione di lavoro.</li> <li>43. Il contratto di lavoro intermittente.</li> <li>44. Il lavoro accessorio.</li> <li>45. Il contratto di apprendistato: disciplina generale.</li> <li>46. Il contratto di apprendistato: le tipologie</li> <li>47. La retribuzione.</li> <li>48. I trattamenti retributivi individuali.</li> <li>49. La tutela contro le discriminazioni.</li> <li>50. Il lavoro negli appalti.</li> <li>51. Il trasferimento di azienda.</li> <li>52. Gli incentivi alle assunzioni.</li> <li>53. Vicende sospensive del rapporto.</li> <li>54. Le dimissioni e la risoluzione consensuale.</li> <li>55. Il licenziamento individuale.</li> <li>56. L'area della libera recedibilità.</li> <li>57. La giusta causa di licenziamento.</li> <li>58. Il giustificato motivo soggettivo.</li> <li>59. Il giustificato motivo oggettivo.</li> <li>60. La procedura di licenziamento per gmo.</li> <li>61. La tutela obbligatoria.</li> <li>62. La tutela reale.</li> <li>63. Il contratto a tutele crescenti.</li> <li>64. Il licenziamento collettivo.</li> <li>65. La cassa integrazione.</li> <li>66. Il contratto di solidarietà.</li> <li>67. La tutela del reddito del disoccupato.</li> <li>68. Il TFR.</li> <li>69. Rinunce e transazioni.</li> <li>70. Eventuali integrazioni/Esercitazioni</li> <li>71. Eventuali integrazioni/Esercitazioni</li> <li>72. Eventuali integrazioni/Esercitazioni</li> </ol> |
|--|---|

**Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)**

Nessuna

### Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

Lo studente per superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma. Per poter effettuare la prenotazione di esame lo studente deve aver seguito almeno l'80% delle video lezioni.

Il test finale si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte da redigere in 45 minuti.

Nel corso dell'anno sono previste almeno 4 sessioni di esami in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all'inizio dell'anno accademico.

Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alla gestione d'impresa ed alle scelte strategiche;
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano la valutazione rispetto a casi concreti;
- Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alla scelte da compiere ed alle soluzioni da proporre.

Gli esercizi e gli elaborati di Didattica Erogativa consentono invece di verificare i risultati di apprendimento raggiunti rispetto alle Abilità comunicative e alla Capacità di apprendimento

<b>Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti</b>	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette sia l'iscrizione ai corsi sia la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico, la comunicazione con il docente.  E' previsto un tutor che supporterà gli studenti durante il corso.
<b>Attività di didattica erogativa (DE)</b>	→ 72 Videolezioni  Totale 72 ore
<b>Attività di didattica interattiva (DI)</b>	→ Redazione di un elaborato → Partecipazione a due web conference → Svolgimento delle prove in itinere con feedback → Svolgimento della simulazione del test finale → Svolgimento della simulazione del test finale  Totale 12 ore
<b>Attività di autoapprendimento</b>	→ 216 ore per lo studio individuale

<b>Libro di riferimento</b>	PERSIANI, LIEBMAN, MARAZZA, MARTONE, DEL CONTE, FERRARI, MAIO, Fondamenti di diritto del lavoro, Padova, ult. Ed - Un CCNL a scelta
-----------------------------	---



<b>Denominazione insegnamento</b>	<b>PSICOLOGIA DELL'ACQUISTO E DELLE VENDITE</b>
<b>Indicazione del docente</b>	Dott.ssa Antonella RIZZUTO (Docente a contratto)
<b>Settore disciplinare</b>	SECS-P/08
<b>Anno di corso</b>	Terzo Anno
<b>Tipologia di attività formativa</b>	Base <input type="checkbox"/> Caratterizzante X Affine <input type="checkbox"/> A scelta studente <input type="checkbox"/>
<b>Area di apprendimento</b>	
<b>Numero di crediti</b>	10
<b>Eventuali propedeuticità</b>	Nessuna
<b>Metodologia di insegnamento</b>	In teledidattica

#### Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti nella Scheda SUA

Obiettivo dell'insegnamento è fornire le conoscenze e tecniche psicologiche per l'acquisto e le vendite

#### Risultati di apprendimento attesi

**Capacità di applicare conoscenza e comprensione.** L'insegnamento, mediante l'impiego di tecniche e metodologie gestionali consente allo studente di applicare le conoscenze teoriche di base acquisite, in mercati sempre più complessi anche alla luce delle innovazioni introdotte dalla "rivoluzione digitale".

**Autonomia di giudizio:** Lo studente, anche tramite il confronto con i casi di studio e la discussione nella aula virtuale in occasione delle video conferenze, potrà sviluppare la propria capacità di giudizio e di proposta in relazione all'analisi delle soluzioni che il manager intende prendere per competere con successo nel mercato e per soddisfare la domanda.

**Abilità comunicative.** L'insegnamento intende attivare nello studente le necessarie capacità comunicative e comportamentali nella vendita  
 Lo sviluppo di tali abilità comunicative, è supportata dalla didattica interattiva (con la redazione di elaborati da parte dello studente e la conseguente correzione) e da momenti di videoconferenza programmati sulla base dello stato di avanzamento del programma. La stessa prova finale d'esame, nella modalità orale, è un momento utile per stimolare lo sviluppo delle abilità comunicative dello studente.

**Capacità di apprendimento.** La capacità di apprendimento sarà stimolata mediante la somministrazione di esercitazioni operative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. Concorrono a sviluppare la capacità di apprendimento anche i supporti didattici integrativi (casi aziendali, esercitazioni scritte, momenti di aula virtuale), soprattutto per i risultati connessi alle capacità applicative.

## Programma didattico

1. Il processo decisionale del consumatore
2. Le scorciatoie cognitive nel processo decisionale
3. Psicologia della percezione: le soglie percettive e la selezione percettiva nei processi decisionali
4. I processi di apprendimento e i comportamenti di consumo
5. La motivazione al consumo e le implicazioni nel processo di vendita
6. La comunicazione del brand e l'identità dell'acquirente
7. Gli atteggiamenti dei consumatori
8. Il ruolo dell'appartenenza culturale e a subculture nell'acquisto
9. Il ruolo della Persuasione nei processi vendita e acquisto
10. Il principio di "reciprocità".
11. Il principio di "impegno e coerenza".
12. Il principio di "riprova sociale".
13. Il principio di "liking" (simpatia).
14. I principi di "Condizionamento e associazione"
15. Il principio di "autorità"
16. Il principio di "scarsità"
17. Confirmation bias: psicologia del ragionamento ed euristiche
18. Confirmation bias: pregiudizi, tendenze e distorsioni cognitive
19. Il ruolo dell' "Involuntary Mindset" dell'acquirente: "influenza istantanea", automatismo primitivo e moderno
20. Le pulsioni d'acquisto: conscio, subconscio e inconscio
21. Il ruolo della "Voluntary Mind" nel processo di acquisto: le scelte del cliente e dissonanza
22. Il ruolo della "Voluntary Mind" nel processo di acquisto: il costo psicologico latente e il rientro psicologico latente
23. Il ruolo della "Voluntary Mind" nel processo di acquisto: la razionalità interna nelle scelte di acquisto
24. Le basi psicologiche del business-to-business
25. I moventi apparenti e i moventi reali dei consumatori
26. Le leve psicologiche temporali nel processo di acquisto
27. L'utilità dei prodotti e servizi: risoluzione, omeostasi, anticipazione
28. I prodotti e servizi a potere risolutivo: leve risolutive
29. I prodotti e servizi a potere anticipatorio: leve anticipatorie
30. I prodotti e servizi omeostatici: leve omeostatiche
31. Psicofisiologia della percezione del prodotto
32. I "filtri" nella percezione del prodotto
33. La Gestalt del prodotto e l'immagine dell'impresa
34. Il benchmarking percettivo
35. Le modalità sensoriali nel processo di vendita: la comunicazione visiva

36. L'udito: comunicazione uditiva
37. Il tatto: comunicazione tattile
38. L'olfatto: comunicazione olfattiva
39. Il gusto: comunicazione gustativa
40. Il corpo e le sensazioni: comunicazione cinestesica
41. Le emozioni: comunicazione emotiva
42. La psicologia degli atteggiamenti verso i prodotti e servizi
43. Convinzioni sul prodotto e del consumatore
44. L'equilibrio cognitivo nelle situazioni di acquisto
45. La misurazione degli atteggiamenti
46. Psicolinguistica: l'impatto delle parole sulla percezione del consumatore
47. L'importanza della "comunicazione verbale, para verbale e non verbale" nella vendita
48. La "comunicazione empatica" nel processo di acquisto e vendita
49. Le pulsioni simboliche del prodotto, le associazioni valoriali e l'influenza dei valori sul consumo
50. Le connotazioni culturali del prodotto
51. L'interpretazione semiotica e la valenza simbolica del prodotto
52. L'analisi dei "bisogni" del cliente e la costruzione di una presentazione rispondente ai bisogni: la Piramide di Maslow
53. Il modello di "loss aversion" durante l'acquisto
54. Il modello comportamentale stimolo-risposta in vendita
55. Il ruolo della cultura condivisa nella reazione ai prodotti
56. Il ruolo della "product-knowledge" nella vendita e la concorrenza psicologica tra prodotti
57. La Customer satisfaction del prodotto
58. La Customer satisfaction oltre il prodotto
59. Il ruolo della "fiducia" nel processo di acquisto, la costruzione del "rapport" e l'ascolto attivo in vendita
60. La fiducia, la reputazione e l'influenza nei media digitali

**Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)**

Nessun Raccordo

**Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere**

Lo studente per superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma. Per poter effettuare la prenotazione di esame lo studente deve aver seguito almeno l'80% delle video lezioni.

Il test finale si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte da redigere in 45 minuti.

Nel corso dell'anno sono previste almeno 4 sessioni di esami in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all'inizio dell'anno accademico.

Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alla gestione d'impresa ed alle scelte strategiche;
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano la valutazione rispetto a casi concreti;
- Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alla scelte da compiere ed alle soluzioni da proporre.

Gli esercizi e gli elaborati di Didattica Erogativa consentono invece di verificare i risultati di apprendimento raggiunti rispetto alle Abilità comunicative e alla Capacità di apprendimento.

<b>Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti</b>	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette sia l'iscrizione ai corsi sia la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico, la comunicazione con il docente e con il tutor. E' previsto un tutor che supporterà gli studenti durante il corso.
<b>Attività di didattica erogativa (DE)</b>	➔ Videolezioni 60 Totale 60 ore
<b>Attività di didattica interattiva (DI)</b>	➔ Redazione di un elaborato ➔ Partecipazione a una web conference ➔ Svolgimento delle prove in itinere con feedback ➔ Svolgimento della simulazione del test finale Totale 10 ore
<b>Attività di autoapprendimento</b>	➔ 180 ore per lo studio individuale
<b>Libro di riferimento</b>	Il docente indicherà uno o più testi di riferimento

<b>Denominazione insegnamento</b>	<b>COMUNICAZIONE EFFICACE E MEDIA DIGITALE</b>
<b>Indicazione del docente</b>	Dott. Alessio ROBERTI(Docente a contratto)
<b>Settore disciplinare</b>	SECS-P/08
<b>Anno di corso</b>	Terzo Anno
<b>Tipologia di attività formativa</b>	Base <input type="checkbox"/> Caratterizzante X Affine <input type="checkbox"/> A scelta studente <input type="checkbox"/>
<b>Area di apprendimento</b>	
<b>Numero di crediti</b>	12
<b>Eventuali propedeuticità</b>	Nessuna
<b>Metodologia di insegnamento</b>	In teledidattica

#### Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti nella Scheda SUA

Obiettivo dell'insegnamento è fornire le conoscenze e tecniche comunicative dei media digitali

#### Risultati di apprendimento attesi

**Capacità di applicare conoscenza e comprensione.** L'insegnamento, mediante l'impiego di tecniche e metodologie gestionali consente allo studente di applicare le conoscenze comunicative di base acquisite, in mercati sempre più complessi anche alla luce delle innovazioni introdotte dalla "rivoluzione digitale".

**Autonomia di giudizio:** Lo studente, anche tramite il confronto con i casi di studio e la discussione nella aula virtuale in occasione delle video conferenze, potrà sviluppare la propria capacità di giudizio e di proposta

**Abilità comunicative.** L'insegnamento intende attivare nello studente le necessarie capacità comunicative e comportamentali nella vendita

Lo sviluppo di tali abilità comunicative, è supportata dalla didattica interattiva (con la redazione di elaborati da parte dello studente e la conseguente correzione) e da momenti di videoconferenza programmati sulla base dello stato di avanzamento del programma. La stessa prova finale d'esame, nella modalità orale, è un momento utile per stimolare lo sviluppo delle abilità comunicative dello studente.

**Capacità di apprendimento.** La capacità di apprendimento sarà stimolata mediante la somministrazione di esercitazioni operative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. Concorrono a sviluppare la capacità di apprendimento anche i supporti didattici integrativi (casi aziendali, esercitazioni scritte, momenti di aula virtuale), soprattutto per i risultati connessi alle capacità applicative.

## Programma didattico

1. La comunicazione interpersonale nell'epoca dei media digitali: nuove forme di connessione personale
2. Il determinismo tecnologico
3. Il dualismo sociale-tecnologico
4. La comunicazione negli spazi digitali
5. L'ambiente digitale e i media sociali
6. La comunicazione, le comunità online e le reti
7. Le nuove relazioni che la comunicazione digitale crea
8. La trasformazione della comunicazione quotidiana tra comunicazione diretta e digitale
9. Le implicazioni comunicative di due generazioni a confronto: il mindset delle vecchie guardie e quello dei nativi digitali
10. I tre livelli della comunicazione diretta: il linguaggio verbale, non verbale e paraverbale
11. Il linguaggio del corpo
12. Credibilità e fiducia: gli "asset" della comunicazione di lungo termine.
13. La costruzione della cornice relazionale di "fiducia": il "rapport".
14. I sistemi rappresentazionali: i diversi modi di elaborare le informazioni e di comunicarle
15. La costruzione della cornice relazione tramite i canali sensoriali
16. I livelli di influenza nella comunicazione
17. L'impatto dei sistemi di convinzioni nella comunicazione
18. L'impatto della scala valoriale nella comunicazione
19. I filtri percettivi
20. Le diverse posizioni percettive in comunicazione
21. Il "clean language"
22. Le cancellazioni, distorsioni e generalizzazioni
23. Le domande di precisione per recuperare informazioni cancellate, generalizzate e distorte
24. L'utilizzo di metafore ai fine di una comunicazione efficace
25. Intelligenza emotiva e comunicazione: self-perception
26. Intelligenza emotiva e comunicazione: self-expression
27. Intelligenza emotiva e comunicazione: relazioni interpersonali
28. L'impatto delle emozioni sulla comunicazione: self-awareness
29. L'impatto delle emozioni sulla comunicazione: self-management
30. L'impatto delle emozioni sulla comunicazione: self-direction
31. Lo storytelling: l'evoluzione del concetto di storia
32. Lo storytelling: cos'è una storia e cosa non è
33. Lo storytelling: la costruzione di una storia
34. Lo storytelling: la "purpose-told story" vs la "fiction-told story"
35. Lo storytelling: la storia al servizio del marketing, del branding e della pubblicità
36. Lo storytelling: la storia al servizio delle vendite
37. Come dare e ricevere feedback
38. Le strategie decisionali: cosa sono e come identificarle attraverso le domande
39. Come gestire le obiezioni
40. L'ascolto attivo
41. Gli stili di comunicazione: assertivo
42. Gli stili di comunicazione: persuasivo
43. Gli stili di comunicazione: collaborativo
44. Gli stili di comunicazione: coaching
45. Gli stili di comunicazione: emotivo
46. Gli stili di comunicazione: passivo, direttivo, logico
47. La comunicazione non violenta: il modello di Rosenberg

48. La comunicazione efficace: il modello di Thomas Gordon
49. Pragmatica della comunicazione: assioma "Non si può non comunicare"
50. Pragmatica della comunicazione: assioma "Contenuto e relazione"
51. Pragmatica della comunicazione: assioma "La punteggiatura delle sequenze di eventi"
52. Pragmatica della comunicazione: assioma "Comunicazione numerica ed analogica"
53. Pragmatica della comunicazione: assioma "Interazione simmetrica o complementare"
54. I media digitali sul piano storico e tecnologico e la cooperazione sociale online"
55. I media collaborativi e il dilemma della partecipazione
56. I media digitali e l'infrastruttura della rete
57. La storia delle tecnologie informatiche
58. L'evoluzione delle reti
59. Dal software libero al peer-to-peer
60. L'identità in rete: l'identità nei media e l'appartenenza a pubblici o comunità
61. Reputazione e influenza sui media digitali
62. L'economia dei media digitali
63. I modelli economici del mondo digitale
64. La produzione immateriale del mondo digitale
65. Le connessioni tra i media digitali e la società dell'informazione
66. Tecnologie e società dell'informazione
67. Le teorie sulla società dell'informazione
68. Società dell'informazione: passato, presente e futuro
69. La socialità e i media digitali
70. Sfera pubblica e il potere nei media digitali
71. La nuova sorveglianza, il controllo e la nuova cultura civica nel mondo dei media digitali
72. I media digitali come forme di "esperienza viva e complessa" cognitiva, emotiva, pratica, interpersonale ed empatica: le innovazioni tecnologiche che cambiano la società

**Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)**

Nessun Raccordo

**Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere**

Lo studente per superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma. Per poter effettuare la prenotazione di esame lo studente deve aver seguito almeno l'80% delle video lezioni.

Il test finale si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte da redigere in 45 minuti.

Nel corso dell'anno sono previste almeno 4 sessioni di esami in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all'inizio dell'anno accademico.

Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alla gestione d'impresa ed alle scelte strategiche;
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano la valutazione rispetto a casi concreti;
- Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alla scelte da compiere ed alle soluzioni da proporre.

Gli esercizi e gli elaborati di Didattica Erogativa consentono invece di verificare i risultati di apprendimento raggiunti rispetto alle Abilità comunicative e alla Capacità di apprendimento.

<b>Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti</b>	<p>L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette sia l'iscrizione ai corsi sia la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico, la comunicazione con il docente e con il tutor.</p> <p>E' previsto un tutor che supporterà gli studenti durante il corso.</p>
<b>Attività di didattica erogativa (DE)</b>	<p>➔ Videolezioni 72</p> <p>Totale 72 ore</p>
<b>Attività di didattica interattiva (DI)</b>	<p>➔ Redazione di un elaborato</p> <p>➔ Partecipazione a una web conference</p> <p>➔ Svolgimento delle prove in itinere con feedback</p> <p>➔ Svolgimento della simulazione del test finale</p> <p>Totale 12 ore</p>
<b>Attività di autoapprendimento</b>	<p>➔ 240 ore per lo studio individuale</p>
<b>Libro di riferimento</b>	<p>Il docente indicherà uno o più testi di riferimento</p>



<b>Denominazione insegnamento</b>	<b>LINGUA FRANCESE</b>
<b>Indicazione del docente</b>	Patrizia Consalvo
<b>Settore disciplinare</b>	L-LIN/04
<b>Anno di corso</b>	Terzo Anno
<b>Tipologia di attività formativa</b>	Base <input type="checkbox"/> Caratterizzante <input type="checkbox"/> Affine <input type="checkbox"/> A scelta studente <input type="checkbox"/> Altre attività X
<b>Area di apprendimento</b>	
<b>Numero di crediti</b>	4
<b>Eventuali propedeuticità</b>	Nessuna
<b>Metodologia di insegnamento</b>	In teledidattica

#### Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti nella Scheda SUA

L'obiettivo del corso è quello di fare acquisire una conoscenza della lingua francese sufficiente da permettere di leggere, tradurre e capire testi di base.

Ai corsisti vengono, forniti gli input teorici e gli strumenti metodologici indispensabili per acquisire le competenze linguistiche finalizzate alla comunicazione con i parlanti nativi di lingua francese. L'impianto metodologico fondato sulle quattro abilità, richiamate dal Quadro Comune Europeo di Riferimento per le lingue, si pone l'obiettivo di rafforzare le capacità di produzione e comprensione orale e scritta, che consentono di esprimersi sia in situazioni formali che informali rinvenibili nel quotidiano.

#### Risultati di apprendimento attesi

**Conoscenza e capacità di comprensione.** Al termine del corso gli studenti:

- avranno acquisito la padronanza degli strumenti grammaticali necessari per il raggiungimento di un livello intermedio di conoscenza della lingua;
- saranno in grado di comprendere testi autentici in lingua francese; consultare materiale bibliografico sia cartaceo che digitale;
- saranno in grado di comprendere e interagire in conversazioni tra soggetti di madrelingua francese. .

**Capacità di applicare conoscenza e comprensione.** Nel corso sono presenti molteplici esercizi applicativi che affiancano gli argomenti metodologici, al fine di permettere allo studente di applicare quanto appreso durante le lezioni.

**Autonomia di giudizio:** Lo studio delle regole grammaticali, affiancato da esempi ed esercitazioni, permetterà allo studente di acquisire e migliorare la propria capacità di giudizio. In questo modo egli sarà capace di comprendere la formula linguistica più adatta ai vari contesti.

**Abilità comunicative.** Il corso favorisce le abilità comunicative in contesti aziendali ed economici.

**Capacità di apprendimento.** La capacità di apprendimento sarà stimolata attraverso la somministrazione di esercitazioni applicative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata anche a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. Altri strumenti didattici integrativi online, quali documenti ufficiali, articoli di riviste e link a siti specifici, permettono di migliorare e sviluppare la capacità di apprendimento.

### Programma didattico

<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dalla teoria alla pratica: come leggere in francese</li> <li>2. La presentazione e l'interazione di base</li> <li>3. Approfondimento grammaticale: uso e formazione dei modi e dei tempi del verbo I</li> <li>4. La descrizione</li> <li>5. L'emploi du temps</li> <li>6. Approfondimento grammaticale: uso e formazione dei modi e dei tempi del verbo II</li> <li>7. Il periodo ipotetico e l'espressione della preferenza</li> <li>8. Il femminile degli aggettivi, il plurale degli aggettivi, gli aggettivi di nazionalità</li> <li>9. Il femminile dei sostantivi, il plurale dei sostantivi - il presente dei verbi di primo gruppo</li> <li>10. Gli articoli definiti, gli articoli indefiniti - la frase interrogativa, gli aggettivi di colore</li> <li>11. Gli articoli partitivi - il verbo préférer</li> <li>12. Gli aggettivi possessivi - i pronomi possessivi - il presente dei verbi "finir" e "sentir"</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>13. Gli aggettivi dimostrativi - i pronomi dimostrativi - la frase negativa</li> <li>14. I gallicismi - il presente dei verbi "venir" e "aller" - gli aggettivi numerali cardinali</li> <li>15. L'imperfetto - Il pronome "on"</li> <li>16. Il "passé composé" - I pronomi relativi</li> <li>17. Il condizionale - i verbi d'opinione - "quel" aggettivo interrogativo e esclamativo</li> <li>18. L'imperativo - il faut - Très, bien, fort - beaucoup</li> <li>19. I pronomi "y" e "en" - I pronomi personali complemento oggetto diretto - "pourquoi - parce que.</li> <li>20. Gli ordinali</li> <li>21. I verbi "recevoir" e "faire" - il congiuntivo</li> <li>22. Il futuro semplice - I pronomi personali complemento oggetto indiretto - "C'est - Il est"</li> <li>23. La costruzione con "ne.....que"</li> <li>24. Gli indefiniti</li> </ol>
---	--

### Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

Nessun raccordo

### Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

Lo studente per superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma. Per poter effettuare la prenotazione di esame lo studente deve aver seguito almeno l'80% delle video lezioni.

Il test finale si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte da redigere in 45 minuti.

Nel corso dell'anno sono previste almeno 4 sessioni di esami in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all'inizio dell'anno accademico.

Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alla gestione d'impresa ed alle scelte strategiche;
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano la valutazione rispetto a casi concreti;
- Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alla scelte da compiere ed alle soluzioni da proporre.

Gli esercizi e gli elaborati di Didattica Erogativa consentono invece di verificare i risultati di apprendimento raggiunti rispetto alle Abilità comunicative e alla Capacità di apprendimento.

<b>Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti</b>	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette sia l'iscrizione ai corsi sia la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico, la comunicazione con il docente. E' previsto un tutor che supporterà gli studenti durante il corso.
<b>Attività di didattica erogativa (DE)</b>	→ Videolezioni 24  Totale 24 ore
<b>Attività di didattica interattiva (DI)</b>	→ Redazione di un elaborato  → Partecipazione a due web conference  → Svolgimento delle prove in itinere con feedback  → Svolgimento della simulazione del test finale  Totale 4 ore
<b>Attività di autoapprendimento</b>	→ 72 ore per lo studio individuale
<b>Libro di riferimento</b>	Bescherelle école : grammaire, orthographe grammaticale, orthographe d'usage, conjugaison, vocabulaire, Paris, Hatier, 2007.

<b>Denominazione insegnamento</b>	<b>LINGUA SPAGNOLA</b>
<b>Indicazione del docente</b>	Dott.ssa Daniela Civitillo, (Docente a contratto)
<b>Settore disciplinare</b>	L-LIN/07
<b>Anno di corso</b>	Terzo Anno
<b>Tipologia di attività formativa</b>	Base X Caratterizzante <input type="checkbox"/> Affine <input type="checkbox"/> A scelta studente <input type="checkbox"/>
<b>Area di apprendimento</b>	RELAZIONALE E APPLICATIVA
<b>Numero di crediti</b>	4
<b>Eventuali propedeuticità</b>	Nessuna
<b>Metodologia di insegnamento</b>	In teledidattica

#### Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti nella Scheda SUA

L'obiettivo del corso è quello di fare acquisire una conoscenza della lingua spagnola sufficiente da permettere di leggere, tradurre e capire testi di base.

Ai corsisti vengono, forniti gli input teorici e gli strumenti metodologici indispensabili per acquisire le competenze linguistiche finalizzate alla comunicazione con i parlanti nativi di lingua spagnola. L'impianto metodologico fondato sulle quattro abilità, richiamate dal Quadro Comune Europeo di Riferimento per le lingue, si pone l'obiettivo di rafforzare le capacità di produzione e comprensione orale e scritta, che consentono di esprimersi sia in situazioni formali che informali rinvenibili nel quotidiano.

#### Risultati di apprendimento attesi

**Conoscenza e capacità di comprensione.** Al termine del corso gli studenti:

- avranno acquisito la padronanza degli strumenti grammaticali necessari per il raggiungimento di un livello intermedio di conoscenza della lingua;
- saranno in grado di comprendere testi autentici in lingua spagnola consultando materiale bibliografico sia cartaceo che digitale;
- saranno in grado di comprendere e interagire in conversazioni tra soggetti di madrelingua spagnola.

**Capacità di applicare conoscenza e comprensione.** Nel corso sono presenti molteplici esercizi applicativi che affiancano gli argomenti metodologici, al fine di permettere allo studente di applicare quanto appreso durante le lezioni.

**Autonomia di giudizio:** Lo studio delle regole grammaticali, affiancato da esempi ed esercitazioni, permetterà allo studente di acquisire e migliorare la propria capacità di giudizio. In questo modo egli sarà capace di comprendere la formula linguistica più adatta ai vari contesti.

**Abilità comunicative.** Il corso favorisce le abilità comunicative in contesti aziendali ed economici.

**Capacità di apprendimento.** La capacità di apprendimento sarà stimolata attraverso la somministrazione di esercitazioni applicative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata anche a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. Altri strumenti didattici integrativi online, quali documenti ufficiali, articoli di riviste e link a siti specifici, permettono di migliorare e sviluppare la capacità di apprendimento.

**Capacità di applicare conoscenza e comprensione.** Nel corso sono presenti molteplici esercizi applicativi che affiancano gli argomenti metodologici, al fine di permettere allo studente di applicare quanto appreso durante le lezioni, con l'obiettivo di usare empiricamente le formule presentate e, soprattutto, interpretare i risultati statistici ottenuti. Vengono inoltre fornite conoscenze basilari di programmi informatici e strumenti web, per una migliore comprensione e applicazione di quanto appreso nel corso.

**Autonomia di giudizio:** Lo studio degli strumenti statistici, in un'ottica critica applicativa, affiancato da esempi ed esercitazioni, permetterà allo studente di acquisire e migliorare la propria capacità di giudizio. In questo modo egli sarà capace di comprendere quale strumento è più appropriato all'analisi in oggetto e come interpretare correttamente i risultati ottenuti.

**Abilità comunicative.** La presentazione e il commento durante il corso di alcuni rapporti statistici connessi al settore del turismo, permette di acquisire un linguaggio tecnico appropriato e di una terminologia specialistica adeguata all'argomento.

Lo sviluppo di abilità comunicative, sia orali che scritte, sarà anche stimolata attraverso la didattica interattiva, con la redazione di elaborati da parte dello studente e l'accesso alla videoconferenza. Si forniscono inoltre le basi tecniche di alcuni strumenti informatici (Excel e Moduli Google) per migliorare e stimolare le capacità comunicative.

**Capacità di apprendimento.** La capacità di apprendimento sarà stimolata attraverso la somministrazione di esercitazioni applicative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata anche a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. Altri strumenti didattici integrativi online, quali documenti ufficiali, articoli di riviste e link a siti specifici, permettono di migliorare e sviluppare la capacità di apprendimento.

**Programma didattico**

<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Qué tal?</li> <li>2. ¿Cómo te llamas?</li> <li>3. Mi familia</li> <li>4. ¿Dígame?</li> <li>5. La ciudad</li> <li>6. Los tiempos del pasado</li> <li>7. Los aeropuertos</li> <li>8. Mi casa</li> <li>9. Hacer deporte</li> <li>10. En el hotel</li> <li>11. Las habitaciones</li> <li>12. Las prendas</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>16. Los beneficios económicos del turismo</li> <li>17. La cultura: ámbito de unión y proyección al futuro</li> <li>18. La dieta mediterránea en España</li> <li>19. El crecimiento económico de España: 1975 hasta hoy</li> <li>20. Historia del Español en América latina</li> <li>21. Arte y arquitectura en rutas románicas de España</li> <li>22. La edad de oro del deporte español</li> <li>23. Historia de España: La Economía de Franquismo.</li> </ol>
--	--

- |   |  |
|---|--|
| <p>13. El turismo: un fenómeno económico y social</p> <p>14. Entrevistas a estudiantes de Tenerife</p> <p>15. El grand tour y los viajeros ilustrados en europa</p> |  |
|---|--|

**Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)**

Nessun raccordo

**Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere**

Lo studente per superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma. Per poter effettuare la prenotazione di esame lo studente deve aver seguito almeno l'80% delle video lezioni.

Il test finale si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte da redigere in 45 minuti.

Nel corso dell'anno sono previste almeno 4 sessioni di esami in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all'inizio dell'anno accademico.

Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alla gestione d'impresa ed alle scelte strategiche;
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano la valutazione rispetto a casi concreti;
- Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alla scelte da compiere ed alle soluzioni da proporre.

Gli esercizi e gli elaborati di Didattica Erogativa consentono invece di verificare i risultati di apprendimento raggiunti rispetto alle Abilità comunicative e alla Capacità di apprendimento

<b>Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti</b>	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette sia l'iscrizione ai corsi sia la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico, la comunicazione con il docente. E' previsto un tutor che supporterà gli studenti durante il corso.
<b>Attività di didattica erogativa (DE)</b>	→ 23 Videolezioni  Totale 24 ore
<b>Attività di didattica interattiva (DI)</b>	→ Redazione di un elaborato → Partecipazione a due web conference → Svolgimento delle prove in itinere con feedback → Svolgimento della simulazione del test finale  Totale 4 ore

<b>Attività di autoapprendimento</b>	➔ 72 ore per lo studio individuale
<b>Libro di riferimento</b>	Gramática práctica del español- ed Clitt; PILAR SANAGUSTÍN VIU • LANG EDIZIONI e-ISBN: 9788861611795 • ISBN cartaceo: 9788861610866; Libro di testo digitale, formato eBOOK; Sueña, vol. I (Libro del alumno), Salamanca, Anaya Esercizi di grammatica spagnola, Milano, Hoepli; Laura Tam, Dizionario spagnolo-italiano, Milano, Hoepli (ed maior); Manuel Carrera Díaz, Grammatica spagnola, Roma Laterza