

<b>FACOLTÀ</b>	ECONOMIA
<b>ANNO ACCADEMICO</b>	2011/2012
<b>LAUREA MAGISTRALE</b>	Scienze economico-aziendali
<b>INSEGNAMENTO</b>	Gestione delle imprese internazionali
<b>TIPO DI ATTIVITÀ</b>	Caratterizzante
<b>AMBITO DISCIPLINARE</b>	Aziendale
<b>CODICE INSEGNAMENTO</b>	
<b>ARTICOLAZIONE IN MODULI</b>	SI
<b>NUMERO MODULI</b>	2
<b>SETTORI SCIENTIFICO DISCIPLINARI</b>	SECS-P/08
<b>DOCENTE RESPONSABILE (MODULO 1)</b>	Filippa Bellante Professore Associato Università degli Studi di Palermo
<b>DOCENTE RESPONSABILE (MODULO 2)</b>	Filippa Bellante Professore Associato Università degli Studi di Palermo
<b>CFU</b>	6
<b>NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO PERSONALE</b>	114
<b>NUMERO DI ORE RISERVATE ALLE ATTIVITÀ DIDATTICHE ASSISTITE</b>	60
<b>PROPEDEUTICITÀ</b>	Nessuna
<b>ANNO DI CORSO</b>	Secondo
<b>SEDE DI SVOLGIMENTO DELLE LEZIONI</b>	Facoltà di Economia
<b>ORGANIZZAZIONE DELLA DIDATTICA</b>	Lezioni frontali
<b>MODALITÀ DI FREQUENZA</b>	Facoltativa
<b>METODI DI VALUTAZIONE</b>	Prova Orale
<b>TIPO DI VALUTAZIONE</b>	Voto in trentesimi
<b>PERIODO DELLE LEZIONI</b>	Primo quadrimestre
<b>CALENDARIO DELLE ATTIVITÀ DIDATTICHE</b>	Lunedì 15-17 Giovedì 15-17
<b>ORARIO DI RICEVIMENTO DEGLI STUDENTI</b>	Martedì 12.00-13.00

<p><b>RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI</b></p> <p><b>Conoscenza e capacità di comprensione</b> Capacità di individuare la rilevanza strategica del processo di internazionalizzazione delle imprese alla luce del contesto operativo globale mondiale.</p> <p><b>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</b> Capacità di individuare i modelli di internazionalizzazione adeguati.</p> <p><b>Autonomia di giudizio</b> Capacità di individuare le modalità di gestione che sollecitano i processi di internazionalizzazione.</p> <p><b>Abilità comunicative</b> Capacità di relazionarsi a livello nazionale e internazionale con tutti i soggetti coinvolti nelle attività di internazionalizzazione.</p> <p><b>Capacità d'apprendimento</b> Capacità di aggiornamento continuo delle dinamiche evolutive dei processi di internazionalizzazione.</p>
---

**OBIETTIVI FORMATIVI DEL MODULO**

L'insegnamento di Gestione delle imprese internazionali ha l'obiettivo di delineare i processi di globalizzazione, definire le possibili strategie di sviluppo internazionale e analizzare le modalità di sostegno pubblico alla internazionalizzazione della impresa. Analizza le modalità di gestione delle funzioni aziendali con particolare riferimento alla internazionalizzazione produttiva, agli aspetti logistici, alle politiche di marketing e agli aspetti finanziari e valutari.

<b>MODULO 1</b>	<b>LEZIONI FRONTALI</b>
<b>ORE FRONTALI</b>	<b>Lo sviluppo internazionale dell'impresa</b>
2	La globalizzazione dei mercati
3	L'internazionalizzazione dell'impresa nelle teorie economiche
3	Le strategie di internazionalizzazione
2	I modelli di internazionalizzazione
2	Il nuovo paradigma metanazionale
2	Il vantaggio metanazionale
2	Il processo di internazionalizzazione della piccola impresa
2	Il sostegno pubblico all'internazionalizzazione dell'impresa
<b>TESTI CONSIGLIATI</b>	Matteo Caroli, Economia e gestione delle imprese internazionali, McGraw Hill, Milano, 2008.
<b>MODULO 2</b>	<b>LEZIONI FRONTALI</b>
<b>ORE FRONTALI</b>	<b>La globalizzazione produttiva. Le politiche di marketing e la gestione finanziaria nelle imprese internazionali</b>
3	La globalizzazione produttiva
2	Il sistema logistico: struttura e modelli
3	Le politiche di marketing internazionale
3	L'internazionalizzazione produttiva in Cina
2	Il ruolo della funzione finanziaria nelle imprese internazionali
3	La gestione della Tesoreria
2	L'analisi e la gestione dei rischi
<b>TESTI CONSIGLIATI</b>	Matteo Caroli, Economia e gestione delle imprese internazionali, McGraw Hill, Milano, 2008. Davide Maddaloni, Investimenti diretti in Cina, Franco Angeli, Milano, 2008.

<b>FACOLTÀ</b>	ECONOMIA
<b>ANNO ACCADEMICO</b>	2011/2012
<b>LAUREA MAGISTRALE</b>	Scienze economico-aziendali
<b>INSEGNAMENTO</b>	Imprese internazionali
<b>TIPO DI ATTIVITÀ</b>	Caratterizzante
<b>AMBITO DISCIPLINARE</b>	Aziendale
<b>CODICE INSEGNAMENTO</b>	
<b>ARTICOLAZIONE IN MODULI</b>	SI
<b>NUMERO MODULI</b>	2
<b>SETTORI SCIENTIFICO DISCIPLINARI</b>	SECS-P/08
<b>DOCENTE RESPONSABILE (MODULO 1)</b>	Filippa Bellante Professore Associato Università degli Studi di Palermo
<b>DOCENTE RESPONSABILE (MODULO 2)</b>	Filippa Bellante Professore Associato Università degli Studi di Palermo
<b>CFU</b>	6
<b>NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO PERSONALE</b>	114
<b>NUMERO DI ORE RISERVATE ALLE ATTIVITÀ DIDATTICHE ASSISTITE</b>	60
<b>PROPEDEUTICITÀ</b>	Nessuna
<b>ANNO DI CORSO</b>	Primo
<b>SEDE DI SVOLGIMENTO DELLE LEZIONI</b>	Facoltà di Economia
<b>ORGANIZZAZIONE DELLA DIDATTICA</b>	Lezioni frontali
<b>MODALITÀ DI FREQUENZA</b>	Facoltativa
<b>METODI DI VALUTAZIONE</b>	Prova Orale
<b>TIPO DI VALUTAZIONE</b>	Voto in trentesimi
<b>PERIODO DELLE LEZIONI</b>	Primo quadrimestre
<b>CALENDARIO DELLE ATTIVITÀ DIDATTICHE</b>	Lunedì 15-17 Giovedì 15-17
<b>ORARIO DI RICEVIMENTO DEGLI STUDENTI</b>	Martedì 12.00-13.00

<p><b>RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI</b></p> <p><b>Conoscenza e capacità di comprensione</b> Capacità di individuare la rilevanza strategica del processo di internazionalizzazione delle imprese alla luce del contesto operativo globale mondiale.</p> <p><b>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</b> Capacità di individuare i modelli di internazionalizzazione adeguati.</p> <p><b>Autonomia di giudizio</b> Capacità di individuare le modalità di gestione che sollecitano i processi di internazionalizzazione.</p> <p><b>Abilità comunicative</b> Capacità di relazionarsi a livello nazionale e internazionale con tutti i soggetti coinvolti nelle attività di internazionalizzazione.</p> <p><b>Capacità d'apprendimento</b> Capacità di aggiornamento continuo delle dinamiche evolutive dei processi di</p>
---

internazionalizzazione.

#### **OBIETTIVI FORMATIVI DEL MODULO**

L'insegnamento di Imprese internazionali ha l'obiettivo di delineare i processi di globalizzazione, definire le possibili strategie di sviluppo internazionale e analizzare le modalità di sostegno pubblico alla internazionalizzazione della impresa. Analizza le modalità di gestione delle funzioni aziendali con particolare riferimento alla internazionalizzazione produttiva, agli aspetti logistici, alle politiche di marketing e agli aspetti finanziari e valutari.

<b>MODULO 1</b>	<b>LEZIONI FRONTALI</b>
<b>ORE FRONTALI</b>	<b>Lo sviluppo internazionale dell'impresa</b>
2	La globalizzazione dei mercati
3	L'internazionalizzazione dell'impresa nelle teorie economiche
3	Le strategie di internazionalizzazione
2	I modelli di internazionalizzazione
2	Il nuovo paradigma metanazionale
2	Il vantaggio metanazionale
2	Il processo di internazionalizzazione della piccola impresa
2	Il sostegno pubblico all'internazionalizzazione dell'impresa
<b>TESTI CONSIGLIATI</b>	Matteo Caroli, Economia e gestione delle imprese internazionali, McGraw Hill, Milano, 2008.
<b>MODULO 2</b>	<b>LEZIONI FRONTALI</b>
<b>ORE FRONTALI</b>	<b>La globalizzazione produttiva. Le politiche di marketing e la gestione finanziaria nelle imprese internazionali</b>
3	La globalizzazione produttiva
2	Il sistema logistico: struttura e modelli
3	Le politiche di marketing internazionale
3	L'internazionalizzazione produttiva in Cina
2	Il ruolo della funzione finanziaria nelle imprese internazionali
3	La gestione della Tesoreria
2	L'analisi e la gestione dei rischi
<b>TESTI CONSIGLIATI</b>	Matteo Caroli, Economia e gestione delle imprese internazionali, McGraw Hill, Milano, 2008. Davide Maddaloni, Investimenti diretti in Cina, Franco Angeli, Milano, 2008.

<b>FACOLTÀ</b>	Economia
<b>ANNO ACCADEMICO</b>	2011/2012
<b>CORSO DI LAUREA</b>	Scienze Economico-Aziendali
<b>INSEGNAMENTO</b>	Gestione e Controllo per la Qualità
<b>TIPO DI ATTIVITÀ</b>	Caratterizzante
<b>AMBITO DISCIPLINARE</b>	Statistico-matematico
<b>CODICE INSEGNAMENTO</b>	632-00009
<b>ARTICOLAZIONE IN MODULI</b>	NO
<b>NUMERO MODULI</b>	
<b>SETTORI SCIENTIFICO DISCIPLINARI</b>	SECS-S/03
<b>DOCENTE RESPONSABILE</b>	Salvatore La Rosa Professore Ordinario a contratto Università di Palermo
<b>DOCENTE COINVOLTO</b>	Eva Lo Franco Già assegnista di Ricerca Università di Palermo
<b>CFU</b>	3
<b>NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO PERSONALE</b>	45
<b>NUMERO DI ORE RISERVATE ALLE ATTIVITÀ DIDATTICHE ASSISTITE</b>	30
<b>PROPEDEUTICITÀ</b>	
<b>ANNO DI CORSO</b>	1°
<b>SEDE DI SVOLGIMENTO DELLE LEZIONI</b>	Aula didattica – Dicap, Facoltà di Economia
<b>ORGANIZZAZIONE DELLA DIDATTICA</b>	Lezioni frontali, Esercitazioni in aula
<b>MODALITÀ DI FREQUENZA</b>	Facoltativa
<b>METODI DI VALUTAZIONE</b>	Prova Orale
<b>TIPO DI VALUTAZIONE</b>	Voto in trentesimi
<b>PERIODO DELLE LEZIONI</b>	2° quadrimestre
<b>CALENDARIO DELLE ATTIVITÀ DIDATTICHE</b>	
<b>ORARIO DI RICEVIMENTO DEGLI STUDENTI</b>	Martedì 10-12    Mercoledì 10-12 Giovedì 10-12

<p><b>RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI</b></p> <p>Si riferiscono all'insegnamento e non ai singoli moduli che lo compongono. Vanno espressi utilizzando i descrittori di Dublino</p> <p><b>Conoscenza e capacità di comprensione</b> Acquisizione degli strumenti statistici e gestionali fondamentali per la gestione ed il controllo in qualità di una organizzazione. Capacità di utilizzare il linguaggio specifico proprio di queste discipline specialistiche.</p> <p><b>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</b> Capacità di selezionare e applicare in autonomia strumenti statistici e gestionali fondamentali per la gestione ed il controllo in qualità di una organizzazione.</p> <p><b>Autonomia di giudizio</b> Essere in grado di valutare le implicazioni e i risultati delle attività di progettazione, gestione e controllo svolte a livello di processo e di sistema.</p>
--

**Abilità comunicative**

Capacità di esporre i risultati delle attività di gestione per la qualità anche ad un pubblico non esperto. Essere in grado di sostenere l'importanza ed i potenziali vantaggi derivanti della diffusione e della applicazione dei principi del Total Quality Management.

**Capacità d'apprendimento**

Capacità di aggiornamento con la consultazione degli standard e delle pubblicazioni scientifiche proprie del settore. Capacità di seguire, utilizzando le conoscenze acquisite nel corso, sia master di secondo livello, sia corsi e seminari d'approfondimento nel settore delle tecniche e dei sistemi di gestione per la qualità.

**OBIETTIVI FORMATIVI DEL MODULO**

I laureati del Corso dovranno acquisire:

- le generali competenze disciplinari di ordine economico aziendale, economico generale, matematico-statistico e giuridico necessarie per apprendere i metodi di conoscenza critica di strutture, funzioni, processi e sistemi relativi a tutte le classi di aziende;
- i contenuti teorici e tecnici delle discipline aziendali (caratterizzanti il Corso) articolati soprattutto secondo gli aspetti di organizzazione, gestione e rilevazione, e secondo le loro applicazioni a tutte le classi di aziende;
- i contenuti delle discipline aziendali che riguardano le aziende istituite e rette in forme di imprese e operanti nei settori industriale, commerciale e dei servizi;
- le conoscenze matematico-statistiche e giuridiche necessarie per indagare le condizioni interne ed esterne d'esistenza e funzionamento delle imprese;
- le conoscenze professionali alla base delle potenziali attività lavorative sopra indicate;
- la conoscenza in forma scritta e orale di almeno due lingue dell'Unione Europea (oltre l'italiano).

<b>MODULO</b>	<b>DENOMINAZIONE DEL MODULO</b>
<b>ORE FRONTALI</b>	<b>LEZIONI FRONTALI</b>
6	Excursus storico del concetto di qualità
4	Lo standard ISO 9001:2008 e sua implementazione nelle PMI
2	Il modello EFQM
4	Le carte di controllo univariate
3	Il controllo di accettazione
2	Il Six Sigma
4	Le carte di controllo multivariate
	<b>ESERCITAZIONI</b>
3	Lo standard ISO 9001:2008 e sua implementazione nelle PMI
2	Le carte di controllo univariate
<b>TESTI CONSIGLIATI</b>	<p>LA ROSA S. 2002. Cultura della qualità e new economy. Radici, itinerari e prospettive di un lungo cammino di civiltà. In: AA.VV. Contributi del Corso di Perfezionamento in Controllo della Qualità. Università degli studi di Bari, Facoltà di Economia.</p> <p>LA ROSA, S. LO FRANCO, E. 2004, edizione italiana a cura di. I sistemi di gestione per la qualità nelle Piccole e Medie Imprese - Linee Guida, pagg. 152, FrancoAngeli Editore.</p> <p>MONTGOMERY D. C., Controllo statistico della qualità, II ed., McGraw Hill</p> <p>PARK SUNG H. Six Sigma for Quality and Productivity Promotion, Asian Productivity Organization, 2003.</p> <p>CONTI, T. 1997, Autodiagnosi organizzativa, Sperling &amp; Kupfer</p>

<b>FACOLTÀ</b>	Economia
<b>ANNO ACCADEMICO</b>	2010-2011
<b>CORSO DI LAUREA (o LAUREA MAGISTRALE)</b>	Scienze Economico Aziendali- Controllo e Informazione Aziendale
<b>INSEGNAMENTO</b>	<b>Economia delle Forme di Mercato</b>
<b>TIPO DI ATTIVITÀ</b>	Opzionale
<b>AMBITO DISCIPLINARE</b>	Dalla Tabella della Classe di Laurea o di Laurea Magistrale
<b>ARTICOLAZIONE IN MODULI</b>	NO
<b>SETTORI SCIENTIFICO DISCIPLINARI</b>	SECS-P/06
<b>DOCENTE RESPONSABILE (MODULO 1)</b>	Antonio Tesoriere Ricercatore non confermato Università di Palermo
<b>CFU</b>	6
<b>NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO PERSONALE</b>	114
<b>NUMERO DI ORE RISERVATE ALLE ATTIVITÀ DIDATTICHE ASSISTITE</b>	Non previste
<b>PROPEDEUTICITÀ</b>	Nessuna
<b>ANNO DI CORSO</b>	II
<b>SEDE DI SVOLGIMENTO DELLE LEZIONI</b>	Da definire
<b>ORGANIZZAZIONE DELLA DIDATTICA</b>	Lezioni frontali
<b>MODALITÀ DI FREQUENZA</b>	Facoltativa
<b>METODI DI VALUTAZIONE</b>	Prova orale
<b>TIPO DI VALUTAZIONE</b>	Voto in trentesimi
<b>PERIODO DELLE LEZIONI</b>	Secondo quadrimestre
<b>CALENDARIO DELLE ATTIVITÀ DIDATTICHE</b>	Da definire
<b>ORARIO DI RICEVIMENTO DEGLI STUDENTI</b>	Da definire in relazione al calendario

#### **RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI**

**Conoscenza e capacità di comprensione.** Conoscenza dei seguenti concetti: esternalità di rete, compatibilità, intermediazione in two-sided markets. Comprensione delle implicazioni economiche delle scelte di prezzo, delle pratiche di abbinamento (tying) e dei contratti di esclusiva in industrie caratterizzate da esternalità di rete e complementarità. Comprensione della logica sottostante la connotazione di queste pratiche come anticompetitive.

**Capacità di applicare conoscenza e comprensione.** Capacità di applicare la conoscenza menzionata sopra a pratiche correntemente diffuse nell'industria dei sistemi operativi client e server e in quella dei beni complementari a questi. Capacità di applicare i concetti tradizionali di equilibrio a queste industrie ed effettuare statica comparata rispetto alle variabili più rilevanti.

**Autonomia di giudizio.** Autonomia nelle valutazioni delle implicazioni normative degli equilibri e nelle valutazioni delle ipotesi sulle quali si fondano i modelli discussi nel corso.

**Abilità comunicative.** Abilità nel descrivere in modo semplice e rigoroso il principale aspetto economico riguardante il fenomeno in considerazione. Abilità nell'introdurre con semplicità e completezza gli elementi principali del modello usato per illustrare il fenomeno.

**Capacità d'apprendimento:** Capacità di descrizione verbale di un modello economico. Capacità di applicazione delle tecniche introdotte nel corso per l'analisi del modello. Capacità di interpretare i risultati dell'analisi del modello.

**OBIETTIVI FORMATIVI DEL MODULO:** Il modulo introduce la classe allo studio di industrie caratterizzate da esternalità di rete e dunque applica i concetti base di questo studio al caso di two-sided markets, cioè mercati dove un intermediario (piattaforma) offre servizi a due tipi diversi di agenti, ciascuno dei quali ha un beneficio dalla partecipazione dell'altro alla transazione. Motivato dalla rilevanza corrente di queste industrie, il corso presenta gli strumenti di base per una analisi delle stesse e discute possibili applicazioni ai casi reali più recenti, con enfasi sulle strategie di prezzo delle imprese. Motivato dalla recente evidenza di comportamenti presumibilmente anticompetitivi in queste industrie, il corso si concentra sulle pratiche più rilevanti in questo senso, con enfasi sulle strategie di standardizzazione e complementarità delle imprese, e illustra, attraverso richiami alla letteratura più recente, la logica legata a queste pratiche.

ORE FRONTALI	LEZIONI FRONTALI
2	<b>1.</b> Motivazione, introduzione, richiamo strumenti necessari. Introduzione verbale al concetto di esternalità di rete e rilevanza delle industrie con esternalità di rete.
3	<b>2.</b> Equilibrio con aspettative razionali in una industria con esternalità di rete. Equilibri multipli e loro interpretazione. Ruolo delle aspettative. Esempi.
3	<b>3.</b> Esternalità di rete indirette e two-sided markets. Rassegna delle industrie caratterizzate da intermediazione. Evidenza empirica sulle strategie di prezzo praticate.
4	<b>4.</b> Scelta di prezzo di un intermediario monopolista e introduzione al sussidio di un lato del mercato. Interpretazione.
4	<b>5.</b> Concorrenza tra piattaforme senza multihoming.
2	<b>6.</b> Multihoming (cenni).
2	<b>7.</b> Microsoft, sua evoluzione e strategie utilizzate. La barriera all'entrata da applicazione. Deterrenza all'entrata di piattaforme alternative.
6	<b>8.</b> Introduzione alle vendite abbinate. Con prodotti indipendenti. Con prodotti complementari. Abbinamento anticompetitivo.
2	<b>9.</b> Abbinamento con esternalità di rete e industria nascente.
2	<b>10.</b> Applicazione ai casi Microsoft.
3	<b>11.</b> Contratti di esclusiva. Profittabilità dell'esclusiva. Ruolo dei contratti di esclusiva in presenza di esternalità di rete.
3	<b>12.</b> Il prezzo di Windows XP e prezzi limite in presenza di esternalità di rete.
<b>TESTI CONSIGLIATI</b>	<p><b>Parte 1 e 2</b> Katz, M. L., Shapiro, C., Network Externalities, Competition, and Compatibility, American Economic Review, 3, 1985, pp. 424-440.</p> <p><b>Parte 3</b> Rochet, J. C., Tirole, J., Platform Competition in Two-sided Markets, Journal of the European Economic Association, June 2003, pp. 990-1029.</p> <p><b>Parte 4, 5, e 6</b> Caillaud, B., Jullien, B., Competing Cybermediaries, European Economic Review, 2009. Caillaud, B., Jullien, B., Chicken &amp; Egg: Competition among Intermediation Service Providers, RAND Journal of Economics, 2, 2003, pp. 309-328</p>

**Parte 7**

Gilbert, R. J., Katz, M. L., An Economist's Guide to U.S. vs Microsoft, The Journal of Economic Perspectives, 2, 2001, pp. 25-44.

**Parte 8**

Whinston, M., Tying, Foreclosure, and Exclusion, American Economic Review, 4, 1990, pp. 837-859

**Parte 9**

Carlton, D., Waldman, M., The strategic Use of Tying to Preserve and Create Market Power in Evolving Industries, RAND Journal of Economics, 2, 2002, pp. 194-220

**Parte 10**

Whinston, M., Exclusivity and Tying in *U.S. v. Microsoft*: What We Know, and Don't Know, Journal of Economic Perspectives, 2, 2001, pp. 63-80.

**Parte 11**

Bernheim, B., D., Whinston, M., Exclusive Dealing, Journal of Political Economy, 1, 1998, pp.64-103.

**Parte 12**

Fudenberg, D., Tirole, J., Pricing a Network Good to Deter Entry, The Journal of Industrial Economics, 4, 2000, pp. 373-389.

<b>FACOLTÀ</b>	Economia
<b>ANNO ACCADEMICO</b>	2011/2012
<b>CORSO DI LAUREA</b>	LM -77 in Scienze Economico-Aziendali, Piano di Studi “Governo Strategico dei Sistemi Aziendali”
<b>INSEGNAMENTO</b>	Sistemi di Pianificazione e Controllo
<b>TIPO DI ATTIVITÀ</b>	Caratterizzante
<b>AMBITO DISCIPLINARE</b>	Aziendale
<b>CODICE INSEGNAMENTO</b>	11309
<b>ARTICOLAZIONE IN MODULI</b>	I. Sistemi di pianificazione e controllo: Parte generale II. Sistemi di pianificazione e controllo: Parte applicata
<b>SETTORI SCIENTIFICO DISCIPLINARI</b>	SECS-P/07
<b>DOCENTI RESPONSABILI</b>	I. Modulo: Corrado Vergara – Professore Ordinario Università di Palermo; II. Modulo: Salvatore Tomaselli – Professore Associato Università di Palermo
<b>CFU</b>	10
<b>NUMERO DI ORE RISERVATE ALLE ATTIVITÀ DIDATTICHE ASSISTITE</b>	60
<b>PROPEDEUTICITÀ</b>	
<b>ANNO DI CORSO</b>	1°
<b>SEDE DI SVOLGIMENTO DELLE LEZIONI</b>	Aula 3
<b>ORGANIZZAZIONE DELLA DIDATTICA</b>	Lezioni frontali + discussione di casi
<b>MODALITÀ DI FREQUENZA</b>	Facoltativa
<b>METODI DI VALUTAZIONE</b>	Prova Orale (I. Modulo) Pre esame scritto + Prova Orale (II. Modulo)
<b>TIPO DI VALUTAZIONE</b>	Voto in trentesimi
<b>PERIODO DELLE LEZIONI</b>	Primo quadrimestre
<b>CALENDARIO DELLE ATTIVITÀ DIDATTICHE</b>	Martedì 17 - 19 Mercoledì 15-17 Giovedì 17-19 Venerdì 15 – 17
<b>ORARIO DI RICEVIMENTO DEGLI STUDENTI</b>	Giovedì 9 – 12

<b>MODULO</b>	<b>SISTEMI DI PIANIFICAZIONE E CONTROLLO: Parte generale</b>
	<b>LEZIONI FRONTALI</b>
	Sviluppo aziendale ed attività di governo
	Il Sistema di pianificazione e controllo quale strumento di governo delle aziende
	La progressiva evoluzione dei Sistemi di pianificazione e controllo
	Gli orientamenti caratterizzanti i sistemi di governo evoluti
	Il ruolo del Sistema di pianificazione e controllo nei processi di apprendimento

	individuale ed organizzativo
	Le dimensioni «organizzativa» e «strategica» dei Sistemi di pianificazione e controllo a supporto dei processi di apprendimento in azienda
	Il Cost management e i suoi strumenti
	L'Activity based costing e L'Activity based management
	La Balanced scorecard
	Il Benchmarking
	Il Value based management
	Il Project management
	Il Business planning
	Note sulla finanziarizzazione dell'economia
<b>TESTI CONSIGLIATI</b>	Picciotto L., <i>Sistemi di pianificazione e controllo e dinamiche di apprendimento in una prospettiva di sviluppo integrale delle aziende</i> , Giuffrè, Milano, 2010 [Capitolo I (paragrafi 1. 2. 3. 4. 6.); Capitolo II (paragrafi 3.1. 6); Capitolo III (esclusi paragrafi 1. 2.); Capitolo V (paragrafi 3. 5. 6.); Capitolo VI (paragrafi 1. 2.1. 2.2. 2.3 2.4.); Capitolo VII (paragrafi 1. 2. 2.1. 3. 4. 4.1 (generalità) 4.2. (generalità) 4.3. (generalità) 4.4.)]. Materiale didattico fornito agli studenti.

<b>MODULO</b>	<b>SISTEMI DI PIANIFICAZIONE E CONTROLLO: Parte applicata</b>
<b>ORE FRONTALI</b>	<b>LEZIONI FRONTALI</b>
	<b>FONDAMENTI PER LO STUDIO DELLE AZIENDE FAMILIARI</b>
	L'evoluzione degli studi sulle aziende familiari Il peso delle aziende familiari nei sistemi economici di diversi paesi Le caratteristiche peculiari delle aziende familiari <b>UN APPROCCIO IN CHIAVE STRATEGICA ALLE AZIENDE FAMILIARI</b>
	Punti di forza e di debolezza delle aziende familiari Sindromi caratteristiche delle aziende familiari Razionalità ed emozionalità nelle aziende familiari Ambiti di influenza della famiglia proprietaria sull'impresa
	Passaggio generazionale ed evoluzione delle aziende familiari
	<b>L'INTENZIONALITA' COME BASE PER LA LONGEVITA' DELLE AZIENDE FAMILIARI</b>
	L'esigenza di coordinare la visione della famiglia proprietaria con le esigenze di sviluppo dell'impresa e le caratteristiche della struttura
	L'importanza dei valori della famiglia proprietaria La ricerca della coesione e del commitment della famiglia proprietaria
	Le scelte in ordine alla proprietà, alla governance, al lavoro
	<b>IL PATTO DI FAMIGLIA COME STRUMENTO DI PIANIFICAZIONE STRATEGICA NELLE AZIENDE FAMILIARI</b>
	Le finalità del Patto di Famiglia Il Modello antropologico di riferimento suggerito per la formulazione di un Patto di Famiglia
	Il Metodo ed il percorso per la redazione del Patto di Famiglia
	I contenuti del Patto di Famiglia Elementi di criticità del Patto di Famiglia

	<b>CASI DI STUDIO</b>
	Caso ARCE
	Caso Molino e Pastificio Tomasello
	Caso Juliet et Godard
	Caso Cardullo Packaging
	Caso Picciariello
<b>TESTI CONSIGLIATI</b>	<p>Tomaselli Salvatore. – <i>Longevità e sviluppo delle Imprese familiari</i>, Giuffrè, Milano 1996;</p> <p>Tomaselli Salvatore. – <i>Il Patto di famiglia quale strumento di gestione della relazione famiglia-impresa</i>, Giuffrè, Milano 2006.</p>

<b>FACOLTÀ</b>	ECONOMIA
<b>ANNO ACCADEMICO</b>	2011/2012
<b>CORSO DI LAUREA (o LAUREA MAGISTRALE)</b>	Laurea Magistrale: Scienze Economico aziendale. LM-77
<b>INSEGNAMENTO</b>	Tecnologie produttive e Merceologia
<b>TIPO DI ATTIVITÀ</b>	formativa
<b>AMBITO DISCIPLINARE</b>	-----
<b>CODICE INSEGNAMENTO</b>	14358
<b>ARTICOLAZIONE IN MODULI</b>	NO
<b>NUMERO MODULI</b>	uno
<b>SETTORI SCIENTIFICO DISCIPLINARI</b>	SECS-P/13
<b>DOCENTE RESPONSABILE (MODULO 1)</b>	ATTILIO MILAZZO ORDINARIO - PALERMO
<b>DOCENTE COINVOLTO (MODULO 2)</b>	-----
<b>DOCENTE COINVOLTO (MODULO 3)</b>	-----
<b>CFU</b>	8
<b>NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO PERSONALE</b>	180
<b>NUMERO DI ORE RISERVATE ALLE ATTIVITÀ DIDATTICHE ASSISTITE</b>	60
<b>PROPEDEUTICITÀ</b>	Nessuna
<b>ANNO DI CORSO</b>	primo
<b>SEDE DI SVOLGIMENTO DELLE LEZIONI</b>	Aula 5
<b>ORGANIZZAZIONE DELLA DIDATTICA</b>	Lezioni frontali, esercitazioni, Visite aziendali
<b>MODALITÀ DI FREQUENZA</b>	Facoltativa
<b>METODI DI VALUTAZIONE</b>	Prova Orale, Presentazione di una Tesina
<b>TIPO DI VALUTAZIONE</b>	Voto in trentesimi
<b>PERIODO DELLE LEZIONI</b>	secondo trimestre
<b>CALENDARIO DELLE ATTIVITÀ DIDATTICHE</b>	Da definire
<b>ORARIO DI RICEVIMENTO DEGLI STUDENTI</b>	Martedì e giovedì ore 10/12

<p><b>RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI</b></p> <p>Si riferiscono all'insegnamento e non ai singoli moduli che lo compongono. Vanno espressi utilizzando i descrittori di Dublino</p> <p><b>Conoscenza e capacità di comprensione</b> Acquisizione delle diverse fonti energetiche per la valutazione dei costi esterni in un sistema di gestione ambientale. Conoscenza di tecnologie appropriate e di tecnologie pulite nei processi produttivi.</p> <p><b>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</b> Capacità di valutare il rapporto impresa e ambiente. Capacità di valutare gli strumenti delle politiche ambientali</p>
---

**Autonomia di giudizio**

Essere in grado di gestire la stagione del cambiamento e valutare i metodi e le finalità di un Rapporto Ambientale

**Abilità comunicative**

Capacità di esporre e valutare i cambiamenti ambientali e delle commodity nell'ambito aziendale; valutare le ricadute in un ciclo produttivo.

**Capacità d'apprendimento**

Capacità di consultazione delle pubblicazioni scientifiche, capacità di sviluppare i principali aspetti tecnici e le maggiori implicazioni economiche delle applicazioni tecnologiche nel campo dei processi di trasformazione industriale subito dalle risorse naturali e nel campo dei servizi resi disponibili dall'"information and communication technology".

**OBIETTIVI FORMATIVI DEL MODULO**

L'obiettivo della prima parte del modulo è approfondire le diverse tematiche relative alla produzione di energia con riferimento alle relative fonti non rinnovabili e rinnovabili.

Nella seconda parte del modulo dopo una breve valutazione dei processi alimentari e tecnologici saranno valutate le tecnologie nei processi produttivi.

Nella terza parte del modulo saranno approfonditi i rapporti tra imprese e ambiente come l'inquinamento, i sistemi di gestione ambientale, l'analisi del ciclo di vita(LCA), il bilancio ambientale e il rapporto ambientale.

<b>MODULO</b>	<b>DENOMINAZIONE DEL MODULO</b>
<b>ORE FRONTALI</b>	<b>LEZIONI FRONTALI</b>
2	<i>LE RISORSE E LE RISERVE:</i> Beni naturali e le risorse naturali; Effetti del progresso tecnologico sulla disponibilità delle risorse; Classificazione delle risorse e delle riserve;
3	<i>LE MATERIE PRIME PER LA PRODUZIONE DI ENERGIA:</i> L'energia e le forme di energia: meccanica, termica e chimica. La misura dell'energia; La misura della potenza; Le fonti di energia: classificazione e caratteristiche fondamentali; Rendimenti nelle trasformazioni di energia; Tipologia delle fonti di energia; Le fonti di energia del bilancio energetico italiano
10	<i>I COMBUSTIBILI FOSSILI:</i> Energia chimica; La misura del potere calorifico; Carboni fossili. Aspetti generali, Classificazione merceologica dei carboni, Ciclo del carbone, Cenni sui processi di trasformazione del carbone: gas illuminante, coke, gassificazione e liquefazione. Il petrolio e i suoi componenti; raffinazione del petrolio e prodotti dell'industria petrolifera, Produzione e commercio internazionale, L'organizzazione mondiale dell'industria petrolifera; il cartello dell'OPEC. Il gas naturale, impieghi e riserve mondiali. Il Commercio Internazionale, La situazione italiana.
6	<i>FONTI DI ENERGIA RINNOVABILI:</i> geotermica; eolica; fotovoltaica; biomassa; Aspetti economici. <i>ENERGIA ELETTRICA:</i> Aspetti generali; Produzione dell'energia elettrica; Energia termoelettrica; Energia idroelettrica; Evoluzione della produzione di energia elettrica in Italia. Il risparmio energetico
10	Significato, natura e varietà dei processi alimentari e biotecnologici. Linee fondamentali di evoluzione delle tecnologie alimentari. Classificazione delle tecnologie alimentari. Miglioramento della qualità: le mild technologies. La certificazione nell'industria alimentare e nella Grande Distribuzione Organizzata: ISO 9000, British Retail Consortium, Internazionale Food Standard. Aspetti tecno-economici della biotecnologia. Finanziamento dell'industria biotecnologia. Potenzialità e prospettive future dell'industria alimentare e biotecnologia.
6	Le tabelle merceologiche per la regolamentazione del commercio al dettaglio. La numerazione Europea degli Articoli di Commercio. Origini delle attuali classificazioni doganali e statistiche. Il sistema Armonizzato. La nomenclatura Combinata. La tariffa Doganale Italiana. La Classificazione Tipo del Commercio Internazionale. Classificazioni merceologiche adottate dall'Istituto Centrale di Statistica (ISTAT).
10	La Merceologia e la Tecnologia dei Cicli Produttivi; Le tecnologie appropriate e le tecnologie pulite

	nei processi produttivi; Il processo produttivo ed il rapporto input e output; Il problema dei rifiuti; Riciclo, reimpiego, riutilizzo; L'automazione della produzione industriale; Il sistema attuale di automazione; Aspetti tecnici dell'automazione; Automazione del controllo di processo; L'automazione della produzione per parti; Automazione rigida, programmabile e flessibile; I principali apparati per l'automazione flessibile; Le macchine utensili a controllo numerico; I robots industriali; Sistemi di movimentazione e magazzinaggio; I sistemi flessibili di produzione;
12	Tecnologie con l'ausilio del calcolatore; Area di progettazione e ingegnerizzazione; Pianificazione del processo di produzione; Gestione automatizzata dei sistemi di produzione; Area dei sistemi di pianificazione e controllo della produzione; Il sistema azienda, l'azienda industriale e lo stabilimento Il sistema azienda e le relative funzioni operative; L'azienda industriale e le sue componenti; L'oggetto della tecnologia; La pianificazione del sistema produttivo; Le principali opzioni; La scelta prioritaria della individuazione del prodotto e i criteri per la sua progettazione; La scelta del processo produttivo; La scelta del macchinario; La scelta del layout; La scelta degli edifici e delle aree; La scelta dell'ubicazione dello stabilimento.
4	Strategia delle operations e gestione del cambiamento. Progettazione del prodotto e selezione dei processi
4	<b>Rapporto impresa e ambiente</b> <i>INTERAZIONE TRA AMBIENTE E SVILUPPO ECONOMICO: L'ambiente, Sviluppo e crescita economica, I «Limiti dello sviluppo», Evoluzione del concetto di Sviluppo Sostenibile, Conferenza di Rio 1992, La dinamica dei sistemi: interazione tra ambiente e sistema produttivo, Principali fenomeni di degrado ambientale.</i>
10	<i>L'INQUINAMENTO: ATMOSFERICO, IDRICO E CHIMICO: La valutazione dei costi esterni. I sistemi di gestione Ambientale (SGA). La valutazione della formula imprenditoriale e il SGA. La contabilità ambientale. L'analisi del ciclo di vita (Life Cycle Assessment - LCA). Ecobilancio. La spesa ambientale. Il concetto di spesa ambientale secondo l'EUROROSTAT. I costi ambientali nel Bilancio di Esercizio. Metodi di contabilità Ambientale. Il bilancio ambientale. Il Rapporto Ambientale. Benchmarking. Certificati Verdi.</i>
10	<i>I RIFIUTI: Definizione tecnico-giuridica di rifiuto. Problematiche relative alla gestione dei rifiuti. Raccolta dei RSU, Sistemi di trattamento dei rifiuti. Processi di riciclaggio. Processi di smaltimento definitivo dei rifiuti. Politiche per una gestione integrata dei rifiuti e degli imballaggi.</i> <i>APPROCCIO ECONOMICO AL PROBLEMA AMBIENTALE: Strumenti delle politiche ambientali. Legislazione e politiche ambientali della UE, Eco-label ed eco-audit. Valutazione di Impatto Ambientale.</i>
	Visita aziendale
24	<b>ESERCITAZIONI</b>
	Reazioni di combustione. Tesine sulle fonti energetiche rinnovabili e non. Calcolo dei certificati verdi. Costi di smaltimento di rifiuti speciali nelle aziende. Valutazione dell'LCA di una merce.
<b>TESTI CONSIGLIATI</b>	<i>MERCEOLOGIA, 1998. AUTORI: L. CIRAULO, M. GIACCIO, A. MORGANTE, V. RIGANTI. MONDUZZI EDITORE, BOLOGNA.</i>  <i>OPERATIONS MANAGEMENT NELLA PRODUZIONE E NEI SERVIZI, 2004. AUTORI: RICHARD B. CHASE, F. ROBERT JACOBS, NICHOLAS J. AQUILANO, ALBERTO GRANDO, ANDREA SIAMESI. MCGRAW-HILL COMPANIES SRI, MILANO.</i>  <i>TUTELA E CONTABILITA' AMBIENTALE, AUTORI: A. MILAZZO &amp; S. SPARACIA. PRESSO IL CENTRO STAMPA.</i>

<b>FACOLTÀ</b>	Economia
<b>ANNO ACCADEMICO</b>	2011/2012
<b>CORSO DI LAUREA (o LAUREA MAGISTRALE)</b>	Scienze Economico aziendali (LM-77)
<b>INSEGNAMENTO</b>	Gestione delle Imprese Commerciali
<b>TIPO DI ATTIVITÀ</b>	Affine
<b>AMBITO DISCIPLINARE</b>	Discipline aziendali
<b>CODICE INSEGNAMENTO</b>	04404
<b>ARTICOLAZIONE IN MODULI</b>	no
<b>NUMERO MODULI</b>	1
<b>SETTORI SCIENTIFICO DISCIPLINARI</b>	SECS-P/08
<b>DOCENTE RESPONSABILE (MODULO 1)</b>	ARABELLA MOCCIARO LI DESTRI Professore Associato Università di Palermo
<b>CFU</b>	8
<b>NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO PERSONALE</b>	147
<b>NUMERO DI ORE RISERVATE ALLE ATTIVITÀ DIDATTICHE ASSISTITE</b>	48
<b>PROPEDEUTICITÀ</b>	
<b>ANNO DI CORSO</b>	Secondo
<b>SEDE DI SVOLGIMENTO DELLE LEZIONI</b>	Facoltà' di Economia - Palermo
<b>ORGANIZZAZIONE DELLA DIDATTICA</b>	Lezioni frontali Lavori di gruppo su casi aziendali
<b>MODALITÀ DI FREQUENZA</b>	Facoltativa
<b>METODI DI VALUTAZIONE</b>	Esame scritto e valutazione lavori di gruppo
<b>TIPO DI VALUTAZIONE</b>	Voto in trentesimi
<b>PERIODO DELLE LEZIONI</b>	18 aprile – 18 giugno 2011
<b>CALENDARIO DELLE ATTIVITÀ DIDATTICHE</b>	Vedi sito Facoltà di Economia
<b>ORARIO DI RICEVIMENTO DEGLI STUDENTI</b>	Giorni: lunedì Orario: 10-14 Luogo: Viale delle Scienze, Ed. 13, Piano IV

#### **RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI**

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

Lo studente al termine del corso avrà acquisito una buona conoscenza delle principali tematiche economico-manageriali correlate alla gestione e al governo delle imprese commerciali. In particolare, lo studente sarà in grado di comprendere le basi sottostanti l'autonomia strategico-operativa acquisita da una parte significativa delle imprese commerciali nei confronti dell'industria, la natura dei servizi commerciali e le differenti forme aziendali e distributive che si sono sviluppate nel contesto italiano ed europeo. Inoltre, lo studente maturerà una buona comprensione degli aspetti teorico-operativi connessi alle attività che rientrano nel cosiddetto "marketing distributivo de-specializzato".

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

Lo studente al termine del corso sarà in grado di comprendere e di interpretare le principali problematiche e criticità inerenti alla gestione e al governo delle imprese commerciali, come pure di applicare le conoscenze acquisite al fine di affrontare e di risolvere le superiori problematiche e criticità.

**Autonomia di giudizio**

Lo studente al termine del corso sarà, non solo in grado di valutare adeguatamente le problematiche operative connesse con l'economia e le tecniche di gestione delle imprese commerciali, ma anche di integrare le nozioni attinenti al presente insegnamento con le conoscenze acquisite in precedenza nel corso del percorso formativo universitario. Per tale via, esso perviene ad una superiore capacità di rielaborazione e di applicazione critica del bagaglio di conoscenze e di competenze complessivamente maturato.

**Abilità comunicative**

Lo studente al termine del corso acquisirà la capacità di esporre i contenuti della disciplina oggetto di studio con un linguaggio tecnico adeguato che gli consentirà, una volta inserito nel mondo del lavoro, di rapportarsi con efficacia alle varie figure professionali con le quali entrerà in contatto.

**Capacità d'apprendimento**

Lo studente al termine del corso sarà in grado di procedere in maniera autonoma a percorsi di ulteriore formazione ed approfondimento delle tematiche che via via si troverà ad affrontare tramite la consultazione di banche dati e di riviste specialistiche (scientifiche e professionali) del settore

## Obiettivi del corso

L'insegnamento di Gestione delle Imprese Commerciali mira a fornire agli studenti una solida ed articolata base teorica relativa alle principali tematiche economico-manageriali connesse con la gestione ed il governo delle imprese commerciali e con il marketing de-specializzato.

A tal fine, dopo aver illustrato le principali motivazioni che consentono un elevato grado di autonomia manageriale e strategico alle imprese commerciali che operano nell'ambito della distribuzione de-specializzata, il corso si propone di addentrarsi nell'esame delle modalità e delle logiche di gestione-funzionamento e di governo che sono distintive di tali forme d'impresa.

In particolare, si intende approfondire il marketing di vendita e di acquisto delle imprese commerciali nel comparto dei beni di largo e generale consumo dove è maggiore l'autonomia imprenditoriale della distribuzione. L'insegnamento è finalizzato alla traduzione dei principi economici in regole empiriche di decisione e alla comprensione del comportamento competitivo delle imprese commerciali. Un rilevante spazio è riservato alla illustrazione delle strategie di collaborazione orizzontale e verticale, che sono il presupposto per affrontare con successo le nuove dimensioni della concorrenza.

Per tale via, al termine del corso, gli studenti avranno maturato un quadro teorico di riferimento che consentirà loro di avere una piena comprensione delle dimensioni sottese ai servizi commerciali e di condurre un'analisi complessiva sul posizionamento delle imprese commerciali, nonché di individuare le differenti sfaccettature connesse alla gestione delle leve caratteristiche della gestione delle imprese di distribuzione, facendo particolare riferimento alla distribuzione de-specializzata.

## Conoscenze propedeutiche

Una buona conoscenza delle tematiche trattate nell'ambito dell'Economia aziendale base e del Marketing sono particolarmente utili per la piena comprensione di Gestione delle Imprese Commerciali.

## Testi consigliati

G. Lugli, *Marketing Distributivo. La creazione di valore nella distribuzione despecializzata*, Torino: Utet, 2009

A. Mocchiari Li Destri & A. Minà, "Coopetitive Dynamics in Distribution Channel Relationships: An Analysis of the Italian Context in the Twentieth Century", in *Finanza, Marketing e Produzione*, Vol. 27, N. 2, pp. 29-59

ORE FRONTALI	LEZIONI FRONTALI
2	Introduzione al corso: principali obiettivi e percorso di svolgimento del programma
2	L'evoluzione del ruolo delle imprese commerciali nell'ambito dei canali distributivi
2	Il ruolo delle imprese commerciali
2	La domanda di servizi commerciali
6	Il prodotto delle imprese commerciali: le forme distributive e le forme aziendali delle imprese commerciali; le dinamiche competitive fra imprese commerciali; l'innovazione
6	La definizione e la gestione dell'assortimento: obiettivi, tecniche e problematicità
6	La definizione e la gestione dei prezzi e del margine commerciale: obiettivi, tecniche e problematicità
6	Il merchandising: obiettivi, tecniche e problematicità
6	La marca commerciale: obiettivi, tecniche e problematicità
4	La negoziazione delle condizioni commerciali: obiettivi, tecniche e

	problematicità
6	Le nuove dimensioni concorrenziali e il ruolo delle strategie di collaborazione orizzontale e verticale fra imprese

<b>FACOLTÀ</b>	Economia
<b>ANNO ACCADEMICO</b>	2011/2012
<b>CORSO DI LAUREA MAGISTRALE</b>	SCIENZE ECONOMICO AZIENDALI
<b>INSEGNAMENTO</b>	Lingua Inglese – Corso Avanzato
<b>TIPO DI ATTIVITÀ</b>	
<b>AMBITO DISCIPLINARE</b>	Altre attività formative-ulteriori conoscenze linguistiche
<b>CODICE INSEGNAMENTO</b>	
<b>ARTICOLAZIONE IN MODULI</b>	NO
<b>NUMERO MODULI</b>	
<b>SETTORI SCIENTIFICO DISCIPLINARI</b>	L-LIN/12
<b>DOCENTE RESPONSABILE</b>	Titolarità
<b>CFU</b>	4
<b>NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO PERSONALE</b>	76
<b>NUMERO DI ORE RISERVATE ALLE ATTIVITÀ DIDATTICHE ASSISTITE</b>	24
<b>PROPEDEUTICITÀ</b>	Nessuna
<b>ANNO DI CORSO</b>	Secondo
<b>SEDE</b>	Aula 5, Edificio 18
<b>ORGANIZZAZIONE DELLA DIDATTICA</b>	Lezioni frontali
<b>MODALITÀ DI FREQUENZA</b>	Facoltativa
<b>METODI DI VALUTAZIONE</b>	Prova Scritta Prova Orale
<b>TIPO DI VALUTAZIONE</b>	Idoneità
<b>PERIODO DELLE LEZIONI</b>	Terzo quadrimestre
<b>CALENDARIO DELLE ATTIVITÀ DIDATTICHE</b>	Martedì 11-14
<b>ORARIO DI RICEVIMENTO DEGLI STUDENTI</b>	Giovedì Ore 10-12 Martedì Ore 10-12

<p><b>RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI</b></p> <p><b>Conoscenza e capacità di comprensione</b>  Il livello di conoscenza atteso è riconducibile parzialmente al livello B2 secondo il <i>Common European Framework</i>. Si prevede l'acquisizione degli strumenti linguistici avanzati ad un uso comunicativo della lingua attraverso l'approfondimento delle quattro abilità linguistiche: <i>writing, reading, speaking, listening</i>, in un contesto di <i>General English</i>.</p> <p><b>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</b>  Capacità di interagire nella lingua target in contesti generali; l'abilità di decodificare documenti scritti in contesti generali, di scrivere una presentazione in contesti generali, di ascoltare e prendere nota nella lingua target.</p> <p><b>Autonomia di giudizio</b>  Essere in grado di esprimere valutazioni e posizioni personali in Lingua Inglese in un contesto di lingua generale.</p> <p><b>Abilità comunicative</b>  Capacità di interagire efficacemente in contesti di lingua generale.</p> <p><b>Capacità d'apprendimento</b>  Capacità di interagire in Lingua Inglese utilizzando le conoscenze acquisite nel corso.</p>
--

**OBIETTIVI FORMATIVI DEL CORSO**

Obiettivo del modulo è completare gli aspetti inerenti l'uso comunicativo della Lingua Inglese in tutte le sue dimensioni in un contesto di *General English*. A tale proposito particolare attenzione viene data all'attività di listening nella lingua target. Gli approfondimenti sulla struttura e sulla descrizione dell'organizzazione della Lingua Inglese saranno finalizzate altresì all'acquisizione da parte dello studente della capacità di organizzare una presentazione in un contesto di lingua generale.

	<b>LINGUA INGLESE</b>
<b>ORE FRONTALI</b>	<b>LEZIONI FRONTALI</b>
1	Objectives of the course.
5	Presentations. Planning and getting started. Presentation technique and preparation. The audience. Structure (1) the introduction. Listening and speaking. Practice. Language checklist. Skills checklist.
5	Image, impact and making an impression. Using visual aids: general principles, talking about the content of visual aids, describing change. Listening and speaking. Practice. Language checklist. Skills checklist.
5	The middle of the presentation. Holding the audience's attention. Structure (2) the main body. Listing information. Linking ideas. Sequencing. Listening and speaking. Practice. Language checklist. Skills checklist.
4	The end of the presentation. Structure (3) the end. Summarizing and concluding. Questions and discussion. Listening and speaking. Practice. Language checklist. Skills checklist.
4	Numbers, dates, numbers as adjectives, semi auxiliaries to express probability and possibility, complex prepositions, marginal prepositions, order and syntactic function of adjectives, conditional sentences and variations of the if-clause, causative verbs.
<b>TESTI CONSIGLIATI</b>	GALLAGHER A., GALUZZI F. (2009), <i>Activating Grammar Multilevel</i> , Edinburgh Gate, Essex, Pearson Longman. SWEENEY S. (2005), <i>English for Business Communication</i> , Cambridge, C. Module 3.