

APPLIED ECONOMICS [EC/0085]

Periodo: Primo Semestre

Obiettivi formativi

Il corso fornisce agli studenti una solida comprensione dei modelli teorici ed empirici dell'economia della crescita e dello sviluppo miscelati con alcuni focus sui temi della globalizzazione.

Inoltre, gli studenti vengono introdotti ai fondamenti della teoria della crescita economica. In particolare, dopo aver indagato le molteplici ragioni che spiegano le differenze di ricchezza e benessere nel mondo, e le corrispondenti differenze nei tassi di crescita, ci concentreremo sui temi legati alle cause che derivano dalla localizzazione delle attività produttive e innovative.

In primo luogo, miriamo a rispondere alla seguente domanda principale: perché alcuni paesi sono ricchi e altri poveri? Come possiamo misurare tale divario e come possiamo analizzare e valutare la relazione tra i diversi fenomeni socioeconomici: alcuni dei quali sono cause e altri sono risultati. Gli studenti vengono introdotti ai più recenti strumenti teorici ed empirici, con particolare attenzione a dati, indicatori e strumenti statistici di base per ottenere una visione rigorosa sui temi oggetto di studio. Mostrando come i dati empirici si relazionano con idee teoriche nuove e antiche, questo corso fornisce agli studenti un'introduzione completa alla disciplina e alle ultime ricerche.

In secondo luogo, il corso offre un'analisi multidimensionale dell'ambiente in cui opera il business internazionale. Cercheremo di vedere come le multinazionali, gli stati nazionali, i blocchi commerciali regionali, i mercati e le istituzioni globali interagiscono per plasmare il sistema economico internazionale. In particolare, cerchiamo di identificare vincitori e vinti del processo di globalizzazione e di valutare se l'internazionalizzazione sta portando a un mondo più globale o più regionale.

In linea con i Descrittori di Dublino, le capacità di apprendimento ottenute alla fine del corso possono essere classificate come segue:

- 1) Conoscenza e capacità di comprensione. Il corso permetterà agli studenti di studiare differenti temi economici, così come presentati nella letteratura. Lo scopo è quello di analizzare con gli studenti la capacità degli strumenti economici di modellare e spiegare i pattern nei dati, e di capire il perché e il conseguente ruolo delle regolamentazioni dei mercati.
- 2) Capacità di applicare conoscenza e comprensione. I temi trattati in classe saranno analizzati tramite l'utilizzo di dati reali e appropriati strumenti statistici per l'analisi dei dati stessi. L'obiettivo è quello di rendere gli studenti consapevoli del funzionamento, delle dinamiche e degli strumenti decisionali all'interno dell'impresa e dei governi e di prendere decisioni economiche adeguate e di prevedere gli effetti di queste decisioni.
- 3) Autonomia di giudizio. Durante le lezioni, gli studenti dovranno esprimere le loro opinioni tecniche sulle decisioni reali, sulle politiche e sulle riforme. Questo sarà fatto sotto diversi punti di vista, cercando di operare nel mondo reale e di valutare l'impatto reale di tali politiche e pratiche. Condizione necessaria per poter fare questo è la consapevolezza della situazione corrente e la possibilità di avere accesso alle informazioni rilevanti per poter prendere le decisioni.
- 4) Abilità comunicative. Gli studenti saranno incoraggiati a partecipare attivamente alle lezioni, discutendo le loro opinioni e mostrando capacità di discussione, motivazione e reciproco scambio di idee con gli altri studenti. In questo ambito, materiale addizionale sarà presentato durante le lezioni al fine di migliorare le abilità comunicative degli studenti, così come richiesto in sede di esame finale.
- 5) Capacità di apprendimento. L'utilizzo di casi reali, le spiegazioni teoriche e attività addizionali permetteranno agli studenti di migliorare le loro capacità di apprendimento, che saranno utilizzate nella loro futura carriera accademica e professionale.

Prerequisiti

Gli studenti devono conoscere i principi base dell'analisi economica, sia micro che macro

Gli strumenti standard della statistica sono inoltre utili per la trattazione empirica di alcuni temi.

Anche se non ci sono propeuticità formalmente previste, si ritiene che lo studente che segue il corso di debba possedere conoscenze di Economia ("utile") e di Statistica ("utile").

Contenuti del corso

Il corso intende offrire una solida base di conoscenze sui principali temi empirici e teorici dell'economia dello sviluppo e dell'economia globale. Verranno trattati anche i temi della localizzazione e delocalizzazione delle attività

produttive e innovative a livello mondiale.

Metodi didattici

Si prevedono lezioni frontali e seminari nei quali si cercherà la massima interazione tra docente e studenti e tra gli stessi studenti. Il corso prevede infatti la preparazione di relazioni in gruppi di lavoro e la discussione in aula dei report preparati dagli studenti.

Modalità di verifica dell'apprendimento

La valutazione verte su un esame scritto (peso 50%) e due valutazioni durante il corso (25% ciascuna). Gli studenti dovranno preparare un report scritto e presentare un caso di studio specifico alla classe. Gli studenti che sceglieranno di scrivere il report e fare la presentazione in classe possono scegliere di rispondere a due domande all'esame finale, (su quattro a disposizione). Si stimano 30 minuti per ogni risposta.

Il report si riferisce a un documento breve di presentazione di un paese/regione/settore per un potenziale committente, sia esso una istituzione pubblica o una società privata.

La presentazione verrà svolta con l'ausilio del power point (o simili) su uno caso-studio concordato con il Professore.

Capacità di ragionamento dal punto di vista economico, padronanza degli strumenti formali di analisi e linguaggio economico appropriato concorreranno alla valutazione.

Tutte le lezioni e il materiale addizionale fornito durante il corso, oltre gli appunti e le letture di riferimento saranno necessari per il perfezionamento dell'esame.

In linea con i descrittori di Dublino, la valutazione finale dovrà verificare:

- 1) la capacità di identificare gli scenari economici a livello di impresa, di settore e di regione sotto diverse prospettive.
- 2) la capacità di discutere fatti economici reali e collegarli agli strumenti presentati a lezione o appresi a livello individuale.
- 3) la capacità di mettere in atto e motivare alcuni specifici interventi sia a livello di singola impresa che a livello aggregato e sostenerne l'adozione, e mostrare gli effetti di breve e lungo periodo legati agli interventi.
- 4) la capacità di sintetizzare i fatti economici e fornire intuizioni economiche.
- 5) la conoscenza dei modelli empirici presentati in classe.

Il voto finale è espresso in una scala in trentesimi. La presentazione dello studente è prevista alla fine di Gennaio e il voto finale sarà una media con il voto conseguito nell'esame finale. Gli studenti che presentano in classe dovranno sostenere l'esame finale entro la sessione estiva.

Una valutazione che consente di superare l'esame:

- 18/30: per un livello di conoscenza elementare della materia, ovvero quando lo studente riesce solo a inquadrare la tematica nell'ottica economica richiesta, sa impostare almeno gli elementi base dei grafici relativi al modello analizzata, e sviluppa l'elaborato con una padronanza di linguaggio appena sufficiente.

- to 30/30, con eventuale lode, se lo studente saprà sistematizzare in maniera logica e coerente le conoscenze che si presuppone abbia acquisito durante il corso, in merito agli effetti reali conseguenti all'adozione di una pratica manageriale o una politica per imprese ed economia e saprà supportare l'analisi con una eccellente elaborazione grafica dei concetti espressi e un'adeguata padronanza di linguaggio tecnico ed economico.

Testi di riferimento

Alcuni capitoli tratti da:

Economic Growth, 3/Edition (2013), Pearson by David N. Weil

The Global Environment of Business (2009), Oxford University Press by Frederick Guy

Letture tratte da:

Multinational and Economic Geography (2013) Edward Elgar , by Iammarino and McCann

Investing in Europe Future, European Commission

EUROPE 2020, A strategy for smart,sustainable and inclusive growth, European Commission

L'attività didattica è offerta in:

SCIENZE ECONOMICHE, GIURIDICHE E POLITICHE

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea	ECONOMIA MANAGERIALE (2018)	International	9	SECS-P/01,

Magistrale Management
Corso di Laurea INTERNATIONAL MANAGEMENT (2024) PERCORSO COMUNE 9
Magistrale

SECS-P/01
SECS-P/06,
SECS-P/06

Stampa del 25/07/2024

ENGLISH [9603]

Periodo: Primo Semestre

Obiettivi formativi

Il corso si propone di approfondire le abilità linguistiche fondamentali, sia ricettive (LISTENING e READING) che produttive (SPEAKING e WRITING), orali e scritte con particolare riguardo per la comprensione di testi scritti specialistici.

In particolare, il corso è volto ad analizzare dal punto di vista linguistico testi specialistici concernenti elementi e concetti chiave del linguaggio manageriale (Livello B2)

1)(Conoscenza e comprensione) Sviluppare e consolidare le conoscenze e la capacità di comprensione dei concetti morfologici, lessicali, sintattici e testuali e le strategie comunicative acquisite nel primo ciclo di studi.

2)(Capacità di applicare conoscenza e comprensione) Sviluppare e consolidare le abilità nell'utilizzo e applicazione dei concetti grammaticali (morfologici, lessicali, sintattici e testuali) e delle strategie comunicative per affrontare tematiche anche non familiari o interdisciplinari;

1) (Autonomia di giudizio) Sviluppare e consolidare la consapevolezza linguistica e discorsiva e la capacità di elaborazione critica, per operare le giuste scelte nella produzione linguistica orale e scritta e nella comprensione di testi specialistici del settore di riferimento.

2) (Abilità comunicative) Sviluppare e consolidare la capacità di comunicare utilizzando anche il linguaggio specialistico appreso dalle letture di carattere specifico.

5)(Capacità di apprendimento) Affrontare lo studio della disciplina anche autonomamente e condurre ricerca nel campo specifico, elaborando e sviluppando idee originali che abbraccino anche contesti più ampi o interdisciplinari.

Prerequisiti

Gli studenti che intendono frequentare le lezioni di Lingua Inglese (consolidamento B2) devono possedere una conoscenza della lingua inglese a livello upper-intermediate (Level B2 del Common European Framework o Quadro Comune Europeo di Riferimento per le Lingue): "È in grado di comprendere le idee fondamentali di testi complessi su argomenti sia concreti sia astratti, comprese le discussioni tecniche nel proprio settore di specializzazione. È in grado di interagire con relativa scioltezza e spontaneità, tanto che l'interazione con un parlante nativo si sviluppa senza eccessiva fatica e tensione. Sa produrre testi chiari e articolati su un'ampia gamma di argomenti e esprimere un'opinione su un argomento d'attualità, esponendo i pro e i contro delle diverse opzioni".

Contenuti del corso

Lo studente avrà l'opportunità di incrementare la propria capacità di comprendere e interpretare testi specialistici in lingua inglese nell'ambito del management, nonché di rinforzare le sue conoscenze linguistiche (grammaticali, sintattiche, lessicali) generali.

Metodi didattici

La didattica sarà erogata in presenza. Le lezioni potranno essere integrate con materiali audiovisivi e con lo streaming.

Modalità di verifica dell'apprendimento

L'esame si articolerà in due parti: la prova scritta valuterà la competenza linguistica e in particolare le abilità di comprensione e produzione scritta, mentre la prova orale valuterà le abilità di comprensione e produzione orale e la competenza comunicativa.

PROVA SCRITTA

Esame scritto di livello B2 secondo i parametri del QCR (Quadro Comune di Riferimento Europeo per le lingue) comprensivo di:

- esercizi di grammatica, lessico e uso dell'inglese;
- prove di lettura e comprensione del testo con esercizi a questo correlati (multiple choice, true/false, domanda aperta, parafrasi e sinonimi/antonimi, word formation...).

Gli ambiti e i contenuti saranno prevalentemente di ambito specialistico, coerenti con i dibattiti accademici

internazionali. La prova verificherà le conoscenze linguistiche relative alla struttura della lingua nonché la capacità dello studente di comprendere testi di tipo specialistico coerenti con i contenuti del corso, parafrasando frasi e variando le parole, partendo dalla forma base, in base al valore grammaticale necessario all'interno di una struttura data. Per il riconoscimento delle certificazioni internazionali (TOEFL, IELTS, Cambridge, ecc.) e le attestazioni dei Centri Linguistici di Ateneo, gli studenti potranno rivolgersi direttamente alla docente responsabile della materia al fine di concordare il programma da presentare all'esame.

PROVA ORALE

La prova orale consisterà in una discussione in lingua inglese sugli argomenti trattati e sviluppati durante il corso con il docente, dimostrando di aver acquisito la terminologia e i concetti studiati, e di poterli applicare a casi pratici. Sarà considerato idoneo chi ottiene un punteggio uguale o superiore al 60% del totale delle prove.

L'iscrizione all'esame online, tramite ESSE3, è obbligatoria. Gli studenti iscritti devono presentarsi alla prova muniti del tesserino universitario.

Testi di riferimento

A. PILBEAM, Market Leader -Working across cultures, Pearson Longman 2015

P. EMMERSON, Business Grammar Builder (for class and self-study), MacMillan 2014

L'attività didattica è offerta in:

SCIENZE ECONOMICHE, GIURIDICHE E POLITICHE

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA MANAGERIALE (2018)	International Management	3	L-LIN/12
Corso di Laurea Magistrale	INTERNATIONAL MANAGEMENT (2024)	PERCORSO COMUNE	3	L-LIN/12

Stampa del 25/07/2024

INTERNATIONAL ECONOMICS [EC/0011]

Periodo: Secondo Semestre

Obiettivi formativi

Questo corso fornisce conoscenze di base sull'economia del commercio internazionale, sulla politica commerciale e sulle scelte strategiche delle imprese operanti nel contesto globale (valutazione della conoscenza e della comprensione). Il corso mira anche a fornire strumenti per valutare il ruolo di un paese e delle sue imprese nel sistema globale (valutazione della capacità di applicare la conoscenza e la comprensione).

Sarà data particolare enfasi nel spiegare perché individui e imprese dovrebbero essere consapevoli della possibilità che, sebbene il commercio generi guadagni a livello aggregato per ciascun paese partecipante, la distribuzione di questi guadagni all'interno di un paese è tipicamente molto disomogenea al punto che il commercio può peggiorare la situazione di una grande parte delle imprese esistenti. Pertanto, il posizionamento strategico delle imprese e degli individui è cruciale per evitare perdite dal commercio.

Alla fine del corso, gli studenti saranno in grado di:

Discutere criticamente le teorie del commercio internazionale più importanti e i principi che guidano le decisioni strategiche delle imprese nel contesto globale; (valutazione della conoscenza e della comprensione; valutazione della capacità di giudizio)

Analizzare le statistiche dei dati sul commercio internazionale per descrivere la posizione di un paese e delle sue imprese nel sistema globale; (valutazione della capacità di applicare la conoscenza e la comprensione)

Prerequisiti

Conoscenze base della microeconomia

Contenuti del corso

Motori della Globalizzazione

Vantaggio Comparativo

Differenze tra paesi

Grandi come Stati: il ruolo delle imprese

Politica e Politiche nell'Economia Mondiale, esiste un caso per gli Stati o per le Imprese

Controversie Attuali nel commercio internazionale

Metodi didattici

Il corso consisterà in 6 ore di lezioni formali a settimana. Gli studenti avranno l'opzione di preparare una presentazione su un argomento concordato. Le catene di valore globali e il loro ruolo nel commercio sono un eccellente esempio (anche se non esclusivo) (ad esempio, Le grandi corporazioni nel commercio internazionale; esiste un caso per produrre un PC in Europa).

Il voto ottenuto dalla presentazione conterà per un terzo del voto dell'esame finale. L'insegnamento sarà principalmente in presenza, integrato e "arricchito" da strategie online per garantire un coinvolgimento innovativo e inclusivo.

Modalità di verifica dell'apprendimento

Un esame scritto con domande a scelta multipla e domande aperte sulle principali teorie e politiche del commercio IT (valutazione della conoscenza e della comprensione). Esempi di domande sono disponibili nel team di MS Teams dedicato al corso. L'uso corretto del linguaggio è un altro elemento cruciale nel processo di valutazione (valutazione delle competenze comunicative). Per determinare il voto finale, verranno considerati i seguenti elementi:

L'uso appropriato del modello

L'uso di grafici

La capacità di spiegare la soluzione in un linguaggio intuitivo

La logica del ragionamento presentato

Il voto finale è su trenta. Per ottenere il punteggio massimo, gli studenti devono dimostrare di aver acquisito una conoscenza eccellente di tutti gli argomenti trattati durante il corso. Per superare l'esame, gli studenti devono dimostrare di aver acquisito una conoscenza sufficiente delle materie.

Testi di riferimento

È disponibile un file PowerPoint con oltre 100 diapositive, che copre tutti gli argomenti inclusi nel corso con dettagli analitici. Per scaricare il file, vai su MS Teams e clicca su "Unisciti a un team o creane uno." Inserisci il codice che riceverai scrivendomi, quando richiesto. Questo ti permetterà di unirti al team di "Economia Internazionale IM" e accedere a tutto il materiale didattico disponibile.

Textbook:

International Economics: Theory and Policy by Paul R. Krugman, Maurice Obstfeld, Marc Melitz
12th edition

or

International Trade John McLaren
ISBN: 978-0-470-40879-7

L'attività didattica è offerta in:

SCIENZE ECONOMICHE, GIURIDICHE E POLITICHE

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA MANAGERIALE (2018)	International Management	6	SECS-P/01
Corso di Laurea Magistrale	INTERNATIONAL MANAGEMENT (2024)	PERCORSO COMUNE	6	SECS-P/01

Stampa del 25/07/2024

INTERNATIONAL FINANCIAL REPORTING [EC/0086]

Periodo: Secondo Semestre

Obiettivi formativi

Questo corso si propone di fornire agli studenti una comprensione avanzata sui temi dell'informativa esterna economica finanziaria delle imprese multinazionali. Concentrandosi sui principi contabili internazionali più complessi, gli studenti impareranno a rappresentare in bilancio gli investimenti in altre società, comprese le società controllate, collegate, le joint venture ecc. Attraverso una combinazione di letture, risoluzione di problemi e analisi di casi, gli studenti svilupperanno competenze analitiche e pratiche per affrontare le complesse fasi della redazione del bilancio consolidato delle imprese quotate, che operano su commessa o su previsione.

Obiettivi formativi:

Al termine di questo corso, gli studenti avranno acquisito le seguenti conoscenze e competenze avanzate relative ai principi contabili internazionali riguardanti:

- le strategie delle imprese operanti in gruppo
- redazione del bilancio consolidato
- redazione del rendiconto finanziario di liquidità
- le diverse regole applicabili per il riconoscimento dei ricavi nelle imprese che operano su previsione e su commessa

Il corso offre contenuti altamente tecnici, con l'obiettivo di trasferire la capacità di applicare conoscenze e competenze nelle seguenti aree:

- Imparare a preparare, presentare e interpretare i bilanci consolidati di imprese commerciali, manifatturiere e di servizi in conformità agli IAS/IFRS. Questo aspetto è fondamentale per valutare lo stato di salute e la performance economica-finanziarie delle imprese multinazionali.

Abilità comunicative:

Gli studenti acquisiscono il linguaggio tecnico della rendicontazione economico-finanziaria, consentendo loro di comunicare efficacemente lo stato di salute dell'impresa ai vari stakeholder, tra cui investitori, autorità di regolamentazione e management.

Ricerca e apprendimento autonomo:

Grazie a ricerche bibliografiche nelle riviste accademiche di settore per approfondire i temi proposti, gli studenti acquisiscono le competenze necessarie per intraprendere una ricerca autonoma e una tesi di laurea nell'area del bilancio delle imprese multinazionali:

Il corso si concentra sull'importanza dell'informativa esterna economico-finanziaria nell'ottica delle imprese multinazionali, in modo che lo studente acquisisca dimestichezza con il sistema dei principi contabili internazionali, acquisendo il linguaggio necessario per garantire un processo decisionale informato a livello transfrontaliero. La padronanza di queste competenze è essenziale per i professionisti che desiderano contribuire al successo delle imprese multinazionali.

Prerequisiti

Gli studenti devono avere una conoscenza di base delle seguenti aree:

- Metodo della partita doppia e rilevazioni di contabilità generale
- Principi di redazione del bilancio fondamentali: competenza economica e prudenza.
- Attività non correnti: Contabilità delle attività immateriali, degli immobili, degli impianti e delle attrezzature, compresa la valutazione e l'ammortamento.
- Attività correnti: Valutazione e contabilizzazione delle scorte e dei crediti, compresi i crediti inesigibili e gli accantonamenti.
- Bilanci: Comprensione del Conto economico e dello Stato Patrimoniale

Contenuti del corso

1) Introduzione ai principi contabili

Quadro concettuale IASB e IAS 1

Si rivede il Quadro concettuale dello IASB e lo IAS 1 per comprendere i principi essenziali e la struttura dei bilanci in ottica IAS/IFRS.

Focus principale: Cogliere gli obiettivi dell'informativa esterna i requisiti per la presentazione dei bilanci, ponendo le basi per argomenti contabili più complessi.

2) Bilancio consolidato (IFRS 10)

Comprendere il concetto di controllo e le tecniche di consolidamento:

Si approfondiscono i concetti di controllo che determinano quando e come le società consolidano i bilanci. Si approfondisce come l'IFRS 10 mira a riflettere la reale posizione economico-finanziaria di un gruppo come un'unica entità economica a se stante rispetto alle imprese legalmente distinte che lo compongono.

Casi di studio: Attraverso i casi di studio, gli studenti analizzeranno strutture organizzative complesse e impareranno ad applicare le tecniche di consolidamento, fornendo una comprensione pratica di come le grandi multinazionali riportano i risultati economico-finanziari.

3) Investimenti in società collegate (IAS 28)

-Studio e comprensione del metodo del patrimonio netto:

Si approfondisce il metodo di contabilizzazione del patrimonio netto per le partecipazioni in società collegate e il concetto di influenza notevole. Ci si sofferma sul diverso contenuto informativo tra questo metodo e il consolidamento integrale.

Consolidated Cash Flow Statement (IAS 7)

• Cash Flow Insights:

Ci si sofferma sulla redazione del rendiconto finanziario di liquidità, sul suo ruolo nel giudicare la situazione finanziaria dell'impresa.

Riconoscimento dei ricavi (IFRS 15)

• Five-Step Model:

Si esamina il modello in 5 fasi per il riconoscimento dei ricavi, come prescritto dall'IFRS 15. Il focus è su come lo standard ha modificato il modo in cui le imprese riconoscono e rappresentano in bilancio i ricavi da contratti con i clienti

Metodi didattici

Il corso si avvale di una combinazione dinamica di lezioni ed esercitazioni per facilitare la comprensione teorica e pratica dei temi proposti.

- Lezioni (36 ore):

Le lezioni introdurranno e spiegheranno i concetti chiave e gli standard, fornendo una solida base teorica. Le sessioni saranno interattive e incoraggeranno gli studenti a confrontarsi con il materiale attraverso domande e discussioni.

- Esercitazioni (12 ore):

Le esercitazioni si concentrano sulla risoluzione di problemi e sull'analisi approfondita di casi di studio. Queste sessioni sono pensate per aiutare gli studenti ad applicare le conoscenze teoriche a situazioni pratiche, migliorando le loro capacità di analisi e di pensiero critico.

- Risoluzione di problemi e casi di studio:

Sia le lezioni che le esercitazioni includeranno esercizi di problem solving e casi di studio reali. Gli studenti lavoreranno individualmente e in gruppo per analizzare scenari finanziari complessi, promuovendo la collaborazione e il lavoro di squadra.

Modalità di verifica dell'apprendimento

L'esame finale mira a verificare la comprensione e l'applicazione del materiale del corso attraverso una combinazione di domande a risposta aperta ed esercizi applicativi.

Si tratta di una verifica scritta strutturata nel modo seguente:

2 Domande a risposta aperta (40% dei voti totali): queste domande valuteranno la capacità degli studenti di analizzare e articolare criticamente la loro comprensione dei concetti e delle questioni chiave del reporting finanziario internazionale.

2 casi applicativi (60% del punteggio totale): questi casi applicativi richiederanno agli studenti di applicare le conoscenze acquisite per risolvere problemi di rendicontazione economica-finanziaria, dimostrando le loro abilità pratiche e capacità analitiche.

Il sistema di valutazione è progettato per riflettere il livello di padronanza dei contenuti del corso da parte degli studenti, con la seguente scala:

- 18-21: Comprensione e capacità di applicazione sufficiente dei concetti fondamentali del corso.

- 22-24: Comprensione e capacità di applicazione discreta delle tematiche del corso, con linguaggio appropriato.

- 25-27: Ottime prestazioni, con forti capacità analitiche e conoscenze complete.

- 28-30 con lode: prestazioni eccellenti, che dimostrano una notevole conoscenza e competenza molto approfondita degli argomenti del corso, pregevoli capacità di applicare le conoscenze acquisite con un linguaggio tecnico forbito ed efficace.

Testi di riferimento

Elliot B., Elliot J.: Financial Accounting and Reporting, Pearson, 2024

Melville A., International Financial Reporting, Pearson, 2022

Altre informazioni

Materiali del corso:

Le slide delle lezioni, gli esercizi proposti e le soluzioni, i principi contabili IAS/IFRS e altre letture rilevanti saranno

disponibili tramite MS Teams, accessibile con questi parametri:
Nome del TEAM: International Financial Reporting
Codice TEAM: 09j8lwc

Assistenza agli studenti:

I docenti sono disponibili per l'attività di ricevimento (in presenza o tramite MS Teams) nei seguenti orari:

- Prof. Alessandro Mura

Orario: Venerdì, 11:00 - 13:00

Email: sandromura@unica.it

- Prof. Silvia Macchia

Orario di ricevimento: Martedì, dalle 12:00 alle 13:00

Email: macchia@unica.it

- Studio: Campus Via S. Ignazio 17, ultimo piano, ufficio n. 27

L'attività didattica è offerta in:

SCIENZE ECONOMICHE, GIURIDICHE E POLITICHE

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA MANAGERIALE (2018)	International Management	6	SECS-P/07
Corso di Laurea Magistrale	INTERNATIONAL MANAGEMENT (2024)	PERCORSO COMUNE	6	SECS-P/07

Stampa del 25/07/2024

INTERNATIONAL MARKETING [4932]

Periodo: Secondo Semestre

Obiettivi formativi

Il corso ha l'obiettivo di fornire agli studenti una comprensione generale dei vari argomenti in tema di marketing internazionale e globale e fornire loro gli strumenti analitici necessari per diventare un marketer internazionale di successo. Nei primi tre quarti del corso, gli studenti impareranno i concetti teorici che, alla fine dell'insegnamento, gli daranno gli strumenti e le conoscenze per analizzare casi reali.

A. Conoscenza e comprensione

A1. Comprendere i fondamenti teorici e pratici alla base del marketing internazionale

A2. Implementare la conoscenza e le capacità di sviluppo di strategie di ingresso nei mercati internazionali A3.

Sviluppare le conoscenze relative all'analisi dei dati di marketing internazionale, con particolare riferimento all'utilizzazione dei dati secondari per valutare le opportunità di business

B. Applicare conoscenza e comprensione

B1. Essere in grado di sviluppare una linea d'azione di marketing completa per un'impresa internazionale utilizzando processi decisionali formali;

B2. Essere in grado di redigere un progetto scritto finale di marketing internazionale utilizzando le competenze acquisite durante il corso;

B3. Essere in grado di applicare le abilità personali e interpersonali appropriate per far parte, in modo efficace, di un team di marketing internazionale.

C. Capacità Critiche

C1. Essere in grado di identificare e ricercare i problemi nelle situazioni di business internazionale, analizzare i problemi e proporre soluzioni appropriate e ben giustificate.

D. Capacità Comunicative

D1. Realizzare presentazioni scritte che siano chiare e concise, utilizzando uno stile di presentazione appropriato per il tipo di audience, lo scopo e il contesto

D2. Realizzare e esporre oralmente presentazioni chiare, focalizzate, ben strutturate ed in modo professionale

E. Capacità Di Apprendimento

E1. Autogestire lo sviluppo delle capacità di apprendimento e di studio, sia individualmente che come parte di un gruppo di apprendimento collaborativo

Prerequisiti

Familiarità con gli argomenti generali del marketing, con particolare riferimento alla segmentazione del mercato e al marketing mix.

Contenuti del corso

Questo corso si propone di trattare i concetti essenziali alla base del marketing internazionale. In particolare dopo un primo riferimento alla globalizzazione dei mercati e della concorrenza, esamineremo in dettaglio l'ambiente economico e culturale in cui operano i marketer internazionali e globali. Il corso discuterà quindi la ricerca di informazioni nel marketing globale, la segmentazione e il posizionamento globali, le strategie di marketing globale e le strategie di ingresso sul mercato disponibili per i global marketer. Si considereranno, inoltre, gli elementi del marketing mix globale: prodotto, prezzo, distribuzione e comunicazioni di marketing. Si affronteranno anche i temi della pianificazione e la gestione del marketing mix in un contesto internazionale, tra cui la ricerca di un equilibrio tra la standardizzazione e l'adattamento del marketing mix attraverso i confini internazionali. Verso la fine del corso, gli studenti saranno divisi in piccoli gruppi che si alterneranno per presentare e discutere una serie di casi di marketing internazionali selezionati che illustreranno come le imprese affrontano concretamente i concetti teorici che sono stati introdotti durante il corso. Gli argomenti principali saranno:

1. Imperativo della globalizzazione
2. Ambiente culturale globale e comportamento d'acquisto
3. Ambiente politico e giuridico
4. Ricerca di mercato globale
5. Segmentazione e posizionamento globali
6. Strategie di marketing globale
7. Strategie di ingresso nel mercato globale
8. Sviluppo di nuovi prodotti per i mercati globali
9. Prodotti e servizi di marketing

10. Strategie di comunicazione globale

Metodi didattici

La didattica verrà erogata in presenza, integrata e "aumentata" con strategie online, allo scopo di garantirne la fruizione in modo innovativo e inclusivo

I metodi di insegnamento comprendono: studi di casi interattivi, lettura diretta, testimonianze, lezioni interattive, interazione con manager, attività di problem-solving e studio individuale guidato.

Modalità di verifica dell'apprendimento

I criteri di valutazione della preparazione personale per gli studenti frequentanti saranno i seguenti:

1. Partecipazione in classe 10% (domande di discussione, commenti verbali, discussione di casi)
2. Esame scritto 30% (tre domande aperte che verteranno sui capitoli 1-4-5-6-7 del libro di testo)
3. Progetto finale 60% (progetto di gruppo e presentazione)

I criteri di valutazione della preparazione personale per gli studenti non frequentanti saranno i seguenti:

100% esame scritto che verterà sui capitoli 1,4,5,6, 7, 8, 9, 10, 11, 12 e 13 del libro di testo: Masaaki Kotabe and Kristiaan Helsen, Global Marketing Management, 7th edition International Student Version. Wiley, 2017

La prova d'esame sarà così strutturata:

- 3 domande aperte tese a valutare le conoscenze acquisite
- 2 domande aperte tese a valutare la capacità di applicare le conoscenze
- l'analisi di un caso aziendale teso a valutare le capacità di comunicazione scritta e di analisi di problemi reali in un contesto di marketing internazionale

La valutazione della partecipazione in classe si baserà sui seguenti criteri:

1. Contributo significativo alle discussioni in classe
2. Preparazione.
3. Miglioramento dell'ambiente di apprendimento in classe
4. Frequenza e puntualità
5. Interazione gentile e professionale con me, ospiti e compagni di classe.

Logica di valutazione:

Per raggiungere un punteggio massimo (30/30) lo studente deve dimostrare di aver acquisito un'ottima conoscenza di tutti gli argomenti trattati durante il corso. In particolare, dovrebbero avere una visione completa dei concetti e delle teorie alla base del marketing internazionale

Per superare l'esame (18/30), lo studente deve dimostrare di aver acquisito una conoscenza sufficiente degli argomenti di base trattati durante il corso.

Testi di riferimento

Masaaki Kotabe and Kristiaan Helsen, Global Marketing Management, 7th edition International Student Version. Wiley, 2017

Altre informazioni

Per facilitare l'apprendimento degli studenti, il docente metterà a disposizione degli studenti le slides delle lezioni e le soluzioni ai casi di studio presentati in aula. Tutto il materiale sarà reso disponibile nella piattaforma TEAMS, nello spazio dedicato all'insegnamento di International Marketing

L'attività didattica è offerta in:

SCIENZE ECONOMICHE, GIURIDICHE E POLITICHE

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA MANAGERIALE (2018)	International Management	6	SECS-P/08
Corso di Laurea Magistrale	INTERNATIONAL MANAGEMENT (2024)	PERCORSO COMUNE	6	SECS-P/08

Stampa del 25/07/2024

PUBLIC MANAGEMENT [EC/0008]

Periodo: Primo Semestre

Obiettivi formativi

Le organizzazioni del settore pubblico sono orientate alla soddisfazione di bisogni mediante l'erogazione di servizi a individui e organizzazioni, oltre a un'ampia gamma di funzioni di regolamentazione. Il corso di Public Management fornisce le competenze per comprendere meglio come gestire in modo efficace ed efficiente le organizzazioni del settore pubblico, come ottenere servizi di buona qualità e migliorare la performance.

Il corso fornisce una conoscenza approfondita delle organizzazioni del settore pubblico e di come esse operino; una migliore comprensione dei processi di selezione dei bisogni di individui e organizzazioni; del modo in cui le organizzazioni del settore pubblico erogano servizi per soddisfare bisogni pubblici; e di come raggiungere più elevati livelli di efficienza, efficacia ed economicità

Il corso in Public Management fornisce, inoltre, un'analisi dello stato dell'arte relativo al public management e governance a livello internazionale. Gli studenti apprendono i principi di base del public management, tramite confronti internazionali e, in particolare, mediante l'analisi delle riforme che hanno avuto luogo in vari paesi.

Il corso tratta sia di analisi empiriche che delle nuove teorie del public management, al fine di aiutare gli studenti ad acquisire le competenze fondamentali per comprendere e operare nel settore pubblico.

Coerentemente con gli obiettivi formativi del Corso di Laurea in Economia manageriale, indirizzo in International Management, i risultati dell'apprendimento attesi sono altresì declinabili in base ai seguenti Descrittori di Dublino, secondo lo schema seguente:

- 1) Conoscenza e capacità di comprensione. Il corso migliora la capacità di comprensione dei fenomeni economico-aziendali con particolare riferimento alle aziende pubbliche e dei fondamentali metodi e strumenti di analisi dei processi decisionali nella pubblica amministrazione e consente di acquisire un linguaggio proprio delle discipline economico-aziendali e del public management.
- 2) Capacità di applicare conoscenza e comprensione. Il corso consente agli studenti di applicare concetti fondamentali del public management a casi concreti aziendali e fornisce le linee guida per l'analisi dei processi decisionali, mediante la connessione tra dimensione politica ed economica;
- 3) Autonomia di giudizio. Il corso migliora le capacità di analizzare la capacità delle aziende pubbliche di erogare beni e servizi per il soddisfacimento dei bisogni dei cittadini e di formulare autonomi giudizi in riferimento alla sostenibilità socio-economica, anche attraverso degli esempi.
- 4) Abilità comunicative. Gli studenti saranno stimolati ad avere un ruolo attivo durante le lezioni, proponendo la propria interpretazione dei concetti trattati; inoltre, il corso contribuisce a migliorare le abilità comunicative degli studenti attraverso la predisposizione e la discussione di lavori di gruppo.
- 5) Capacità di apprendimento. Il corso sviluppa le competenze necessarie per sostenere ulteriori esami, in particolare nelle materie manageriali e professionali.

Prerequisiti

Conoscenze di base di economia aziendale di management.

Contenuti del corso

- 1) Differenze tra organizzazioni pubbliche e private;
- 2) Dal Public Management alla Public Governance;
- 3) New Public Management e le recenti riforme del Public Management;
- 4) Pianificazione e controllo nelle organizzazioni del settore pubblico;
- 5) Misurazione e gestione delle performance nel settore pubblico;
- 6) Verso la creazione di valore pubblico.

Metodi didattici

L'insegnamento si articola in 36 ore di didattica frontale e seminari, durante i quali saranno presentati i contenuti del programma anche con riferimento a specifici casi di studio. Sono, inoltre, previsti lavori di gruppo, nei quali gli studenti dovranno sviluppare un tema connesso agli argomenti affrontati a lezione e attinenti al public management. Il corso unisce lezioni interattive, casi di studio, testimonianze di esperti provenienti da aziende private e pubbliche. Le discussioni in aula sono parte integrante del processo di apprendimento e saranno stimulate durante l'intero svolgimento del corso.

La didattica verrà erogata contemporaneamente sia in presenza sia online, delineando dunque una didattica mista che possa essere fruita nelle aule universitarie ma al contempo anche a distanza. Sarà lo studente all'inizio del

semestre ad optare per la didattica in presenza o a distanza. Qualora il numero degli studenti superi la capienza delle aule, determinata sulla base disposizioni governative in materia sanitaria ai fini del contrasto alla pandemia da Covid-19, l'accesso alle strutture didattiche sarà regolato attraverso un sistema di turnazione che sarà comunicato a tempo debito agli studenti.

Modalità di verifica dell'apprendimento

L'apprendimento viene verificato attraverso:

- Una prova scritta articolata in quesiti a risposta aperta sugli argomenti del programma, nella quale lo studente deve dimostrare di conoscere e applicare adeguatamente principi e metodi caratterizzanti il Public Management. Tale parte ha un peso pari al 70% della valutazione complessiva, con valutazione individuale assegnata ad ogni studente.

- La presentazione di lavori di gruppo sviluppati dagli studenti. Tale parte ha un peso pari al 30% nella valutazione complessiva, con valutazione collettiva assegnata a tutti i componenti di ogni gruppo di lavoro. La partecipazione ai lavori di gruppo è obbligatoria per i frequentanti.

Gli studenti non frequentanti potranno recuperare la parte relativa al 30% della valutazione complessiva mediante lo svolgimento di una relazione integrativa di 5.000 parole su un argomento, da concordare preventivamente con il docente, attinente al programma, un problema da risolvere, un policy brief, ecc. da consegnare prima della prova scritta alla quale lo studente si iscrive.

Il punteggio della prova d'esame è espresso in trentesimi.

Il superamento dell'esame è ottenuto al raggiungimento del voto minimo (18/30) sia nella prova scritta che nel lavoro di gruppo.

L'intervallo di attribuzione del voto finale va:

- dai 18/30: per un livello di conoscenza elementare della materia, ovvero quando lo studente riesce solo a inquadrare la tematica dei fenomeni economico-aziendali nel contesto della pubblica amministrazione e dimostra una conoscenza appena sufficiente degli argomenti del programma, sviluppando la prova scritta e contribuendo al lavoro di gruppo con una padronanza di linguaggio appena sufficiente.

- ai 30/30, con eventuale lode, se lo studente saprà sistematizzare in maniera logica e coerente le conoscenze che si presuppone abbia acquisito durante il corso, sia nell'ambito dei fenomeni economico aziendali sia per quanto riguarda gli strumenti e metodi tipici del public management, e saprà supportare l'analisi con una eccellente elaborazione dei concetti espressi e un'adeguata padronanza di linguaggio tecnico ed economico.

Il programma e le modalità di svolgimento della prova finale di apprendimento sono i medesimi per chi frequenta e per chi non frequenta le lezioni.

Coerentemente con i descrittori individuati negli obiettivi formativi, saranno valutate:

- 1) la chiarezza nell'esprimere i contenuti teorici (valutazione conoscenza e comprensione);
- 2) la capacità di rielaborare i concetti e di spiegarli, anche attraverso il confronto con i casi reali affrontati in classe o approfonditi dallo studente in modo individuale (valutazione capacità di applicare conoscenza e comprensione);
- 3) la capacità di interpretare adeguatamente le conoscenze e le competenze acquisite in riferimento al contesto della pubblica amministrazione (valutazione autonomia di giudizio);
- 4) La chiarezza espositiva, la capacità di sintesi e la padronanza nell'applicazione delle conoscenze acquisite in relazione ai sistemi informativi integrati in ambito aziendale (valutazione abilità comunicative);
- 5) La capacità di applicare le caratteristiche di base del public management e di approfondire le connesse implicazioni in riferimento alle caratteristiche specifiche del contesto pubblico (valutazione capacità di apprendimento).

Testi di riferimento

Public Management and Governance, Tony Bovaird, Elke Löffler, Cengage, 2016

Altre informazioni

Durante il corso saranno offerte testimonianze da parte di operatori e studiosi della pubblica amministrazione sia italiani che stranieri. Sarà favorito lo svolgimento di periodi di tirocini in organizzazioni pubbliche sia italiane che straniere.

L'attività didattica è offerta in:

SCIENZE ECONOMICHE, GIURIDICHE E POLITICHE

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea Magistrale	INTERNATIONAL MANAGEMENT (2024)	PERCORSO COMUNE	6	SECS-P/07

Stampa del 25/07/2024

QUANTITATIVE METHODS FOR MANAGEMENT [EC/0012]

Periodo: Primo Semestre

Obiettivi formativi

Il corso intende fornire agli studenti i concetti di base delle principali tecniche quantitative tradizionalmente utilizzate in azienda. Tali tecniche si possono collocare a grandi linee in due categorie: tecniche di ottimizzazione e tecniche di simulazione. Centrale in entrambi i casi è il concetto di modello, da intendersi come rappresentazione della situazione aziendale ad uso operativo. Il corso ha l'obiettivo di fornire un'ampia panoramica di strumenti modellistici attraverso l'analisi di casi studio aziendali. Tra le applicazioni trattate, la simulazione nel marketing e nella finanza, la pianificazione della produzione, la scelta del product-mix, market share analysis ed account forecasting, la gestione dell'inventario, i modelli per file d'attesa.

In conformità ai descrittori di Dublino gli obiettivi del corso possono essere classificati nelle seguenti categorie:

- 1) Conoscenza e apprendimento. Apprendere i modelli e gli algoritmi risolutivi impiegabili nei processi decisionali tipici delle aziende moderne.
- 2) Capacità di applicare quanto appreso a lezione. Applicare le tecniche trattate nella soluzione in casi-studio aziendali
- 3) Capacità di giudizio critico. Imparare a scegliere la tecnica più appropriata al problema avendo consapevolezza di benefici e limiti.
- 4) Abilità comunicative. Migliorare le proprie capacità espositive attraverso la presentazione di report scritti sui problemi assegnati (homeworks). Rafforzare la propria capacità di parlare e discutere in gruppo nel corso del progetto finale e sua presentazione orale.
- 5) Capacità di apprendimento. Le lezioni, il materiale didattico e le analisi dei casi studio consentiranno agli studenti di i) migliorare le capacità di apprendimento complessive ii) accrescere le conoscenze in ambito matematico-statistico iii) migliorare le competenze di programmazione iv) apprendere come discutere in gruppo i risultati di una analisi presentare in modo efficace i risultati di una analisi v) riflettere sulla centralità del concetto di modello.

Prerequisiti

Conoscenze di base di matematica (funzioni, limiti e derivate, ottimizzazione, sistemi lineari) e statistica (analisi descrittiva dei dati, calcolo delle probabilità e inferenza). Queste conoscenze sono solitamente trattate nei corsi base di un triennio di economia. È utile la previa conoscenza di un linguaggio di programmazione (R, Python)

Contenuti del corso

Ogni anno vengono trattati sei temi, scelti tra i seguenti

1. Ripasso di probabilità e statistica con R
2. Modelli e simulazione
3. Alberi decisionali
4. Programmazione lineare
5. Gestione di inventario
6. Markov switching models
7. Teoria delle code
8. Altri temi (assignment problems, network optimization)

Metodi didattici

Lezioni in presenza. Un numero limitato di incontri on line è previsto per attività specifiche (presentazioni, interventi esterni).

Modalità di verifica dell'apprendimento

La preparazione degli studenti verrà verificata attraverso esercizi periodici (a casa e in aula) e da una presentazione finale su un caso studio da concordare con il docente. Per la presentazione finale gli studenti possono organizzarsi in gruppi (di massimo 3 elementi).

Per gli studenti non frequentanti è prevista una prova scritta al posto degli esercizi da consegnare.

Saranno valutate la capacità di formalizzazione matematica, la capacità di interpretare correttamente i risultati di analisi statistiche, la padronanza dello strumento informatico utilizzato e la qualità della presentazione.

Inoltre, in conformità a quanto previsto dai descrittori di Dublino, la valutazione del profitto mira a verificare:

- 1) La comprensione dei modelli e degli algoritmi trattati (valutazione degli skill di apprendimento).
- 2) la capacità di identificare il metodo statistico più appropriato da applicare per l'analisi di uno specifico dataset (valutazione del livello di conoscenza e di apprendimento).
- 3) la capacità di interpretare correttamente i risultati di un'analisi statistica (valutazione della capacità di saper metter in pratica correttamente i livelli di conoscenza e di apprendimento).
- 4) la capacità di saper utilizzare correttamente il software statistico R e, in generale, di saper utilizzare tale strumento per applicare correttamente il metodo più appropriato per l'analisi di uno specifico dataset.
- 5) la capacità di sintetizzare i risultati di un'analisi statistica e di rappresentare questi ultimi attraverso una formulazione matematica rigorosa e l'utilizzo di appropriate tabelle e rappresentazioni grafiche (valutazione delle abilità comunicative).

La votazione finale è espressa in trentesimi.

Il voto minimo è pari a 18/30 ed è conseguito dallo studente che mostra un livello di conoscenza appena sufficiente. Egli è almeno in grado di identificare correttamente lo scenario di riferimento relativo alla soluzione di un problema in ambito aziendale, conosce gli elementi di base per la stesura di un report in cui si presentano i risultati dell'analisi attraverso opportuni grafici e tabelle e commenta gli stessi risultati con un linguaggio tecnico minimale.

Il voto massimo è pari a 30/30 (con lode) ed è conseguito dallo studente che è in grado di schematizzare gli argomenti trattati in modo logico e coerente ed applicare tali metodi in modo appropriato evidenziando correttamente i vantaggi e gli svantaggi connessi al loro utilizzo

Testi di riferimento

Testi di riferimento

Bertsimas, Freund. Models, Data, Models, and Decisions: quantitative methods for business, South Western Publishing, 2000

Anderson, Sweeney, et al. Quantitative Methods for Management, South Western Publishing, 2014 (12-esima edizione)

Hillier F, Hildebrand G. Introduction to Operations Research, McGraw Hill, 2021 (11-esima edizione).

Altro materiale didattico sarà reso disponibile sul Team del corso.

Altre informazioni

*

L'attività didattica è offerta in:

SCIENZE ECONOMICHE, GIURIDICHE E POLITICHE

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA MANAGERIALE (2018)	International Management	9	SECS-S/01
Corso di Laurea Magistrale	INTERNATIONAL MANAGEMENT (2024)	PERCORSO COMUNE	9	SECS-S/01

Stampa del 25/07/2024

APPLIED ECONOMICS [EC/0085]

Periodo: First Semester

Obiettivi formativi

Contents

Coursework provides students with a solid understanding of theoretical and empirical models of development economics mixed with a few focus on some elements of the current environment of globalization.

Moreover, students are introduced to some basics of economic growth theory. In particular, after having investigated the many reasons that explain the differences in wealth and welfare in the world, and the corresponding differences in growth rates, we will focus on the themes linked to the causes that derive from the localization of productive and innovative activities.

Firstly, we aim at answering the following main question: Why are some countries rich and others poor? How can we measure such a gap and how can we analyse and assess the relationship between different socioeconomic phenomena: some of which are causes and others are outcomes. Students are introduced to the latest theoretical and empirical tools, with a particular focus on data, indicators and basic statistical tools to get a rigorous insight on these pivotal questions. By showing how empirical data relate to new and old theoretical ideas, this course provides students with a complete introduction to the discipline and the latest research.

Secondly, the course offers a multi-dimensional analysis of the environment in which international business operates. We will try to see how multi-national corporations, nation states, regional trade blocs, markets, and global institutions interact to shape the international economic system. In particular, we try to identify winners and losers of the globalization process and to assess if internationalization is leading to a global world, or a regional one.

In line with the Dublin Descriptors, the learning skills acquired at the end of the course can be classified as follows:

- 1) Knowledge and understanding. The course allows students to study different specialized topics in economics, as presented in the literature. The objective is to analyze with students the capacity of economic framework and models to explain patterns of data both along time and across space, and to understand the role of market regulations. In general, the objective is to evaluate the content of reforms and of good managerial practices as advocated at the international level.
- 2) Capacity of applying knowledge and understanding. The topics presented in class will be analysed using real data and appropriate statistical models for data analysis. The objective is to make students able to understand the workings, the dynamics and the decisions tools within firms and to make meaningful economic decisions and forecast their effects in their future professional career.
- 3) Making judgements. During classes, students will be asked to give their technical opinion on real decisions, policies and reforms. This will be done under different points of view, trying to operate as in the real world, and thinking of the real impact of such policies/practices. Basic and real information and data will be made available in order to have the necessary knowledge to make appropriate investigation and make adequate decision.
- 4) Communication skills. Students will be encouraged to actively participate in class by discussing their opinions and showing capacity of speech, motivation and reciprocal exchange of ideas with the other students. In this respect, additional material presented in the classes will allow students to improve their communication skills, as requested in the final exam.
- 5) Learning skills. The use of real cases, theoretical explanations and additional activities will allow students to increase their learning skills that will be used in their academic and professional career.

Prerequisiti

Students should know the basic principles of Economic Analysis, Micro and Macroeconomics.

Standard statistical tools will be useful to familiarize with the topics discussed during the course.

Even though not formally required, students attending the course are expected to have acquired the basic notions in Economics ("useful") and Statistics ("useful").

Contenuti del corso

The course aims to offer a solid base of knowledge on the main empirical and theoretical issues of development economics and the global economy. The issues of localization and delocalization of productive and innovative activities worldwide will also be dealt with.

Metodi didattici

The course consists of lectures and workshops in which there will be as much interaction as possible between students and teacher and among students themselves.

The program includes presentations by students divided in groups, discussion of written reports prepared by students

Modalità di verifica dell'apprendimento

The evaluation will take place through a written exam (50%) and two assessments during the course (25% each). Students will have to prepare a written report and to present a specific study to the class. Students that will write the report and present a study to the class can choose to answer just two out of four questions at the final exam. [30 minutes per question].

The final exam consists of four open questions (closed books) on the topics taught in the course. Students that will not present the report and study to the class will be required to write the entire exam (4 questions instead of 2).

The report refers to a short document of presentation of a country / region / sector for a potential customer, be it a public or a private company

Presentations: 15 minutes power point of one study assigned by the Professor or chosen by the student (and approved by the Professor).

Ability in economic reasoning, managing formal tools and appropriate economic language are also evaluated. All classes and additional material, along with notes and reference books, are necessarily needed for the full completion of the exam.

In line with the Dublin Descriptors, the evaluation process aims also to verify:

- 1) the ability to identify the firm, sectoral, regional and economic scenario from different perspectives.
- 2) the capacity to discuss the economic facts and to relate them to the tools presented in classes or individually studied.
- 3) the capacity to implement and motivate a particular intervention both at the firm and aggregate level and its adoption, and show the short- and long-run real effects arising due to the intervention.
- 4) the capacity of synthesizing the economic facts and to provide economic intuitions and rationale.
- 5) the knowledge of empirical models presented in class.

Final mark is expressed through a 30-point scale. A Student presentation is scheduled at the beginning of January, the final mark will be the average between presentations and written exam. Students that have presented in the class must complete the exam within the summer section.

A passing mark ranges:

- from 18/30: if the student shows a sufficient level of knowledge, that is he/she is able to at least identify the economic situation, knows the basic elements to draw the appropriate conclusions, and expresses comments with an elementary technical language.

- to 30/30, possibly cum laude, if the student is able to schematize in a logic and coherent way the knowledge acquired during the course, namely all the series of effects produced by the adoption of a practices and policies, and the associated real effects for firms and economies, and supports the analysis with an outstanding technical representation, and comments the facts with an excellent use of technical language.

Testi di riferimento

Main readings are taken from

Economic Growth, 3/Edition (2013), Pearson by David N. Weil

The Global Environment of Business (2009), Oxford University Press by Frederick Guy

Other readings are taken from

Multinational and Economic Geography (2013) Edward Elgar , by Iammarino and McCann

Investing in Europe Future, European Commission

EUROPE 2020, A strategy for smart, sustainable and inclusive growth, European Commission

L'attività didattica è offerta in:

ECONOMIC, LAW AND POLITICAL SCIENCES

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
MASTER DEGREE COURSE	MANAGEMENT (2018)	International Management	9	SECS-P/01, SECS-P/01
MASTER DEGREE COURSE	INTERNATIONAL MANAGEMENT (2024)	PERCORSO COMUNE	9	SECS-P/06, SECS-P/06

ENGLISH [9603]

Periodo: First Semester

Obiettivi formativi

The course aims at enhancing the basic language skills, both the receptive (LISTENING and READING) and the productive ones (SPEAKING and WRITING), in both the oral and written forms, with particular regard to the comprehension of specialised written texts.

In particular, the course aims at analysis, from the linguistic point of view, specialised texts concerning elements and key concepts in the language of Management (level B2+ - UPPER INTERMEDIATE)

- 1) Knowledge and understanding - developing and enhancing the knowledge and the ability to understand morphological, lexical, syntactical and textual concepts and the communication skills previously acquired.
- 2) Applying knowledge and understanding: developing and enhancing skills in using and applying grammatical concepts (morphological, lexical, syntactical and textual) and the communication skills necessary to deal with non familiar or interdisciplinary topics;
- 3) Making judgements: developing and enhancing the awareness of language and discourse and of critical analysis, for proper choices in the oral and written production and in the comprehension of specialised texts dealing with the studied topics.
- 4) Communication skills: developing and enhancing communication skills and applying the specialised language acquired through specific readings.
- 5) Learning skills: learning proper strategies for self-study and research in a specific area, conceiving and developing original ideas that may also include wider or interdisciplinary contexts.

Prerequisiti

The students who want to attend this English course should have knowledge of the language at an upper intermediate level, according to the CEFR descriptor (Level B2 of the Common European Framework): "Can understand the main ideas of complex text on both concrete and abstract topics, including technical discussions in his/her field of specialisation. Can interact with a degree of fluency and spontaneity that makes regular interaction with native speakers quite possible without strain for either party. Can produce clear, detailed text on a wide range of subjects and explain a viewpoint on a topical issue giving the advantages and disadvantages of various options".

Contenuti del corso

The students will have the opportunity to improve their skills in understanding and interpreting specialised texts in English in the Management field, as well as to reinforce their knowledge of the English language (grammar, syntax and vocabulary)

Metodi didattici

Frontal lessons integrated with different audiovisual materials and streaming

Modalità di verifica dell'apprendimento

The exam will be divided into two parts: the written part will test the linguistic competence and in particular the comprehension and written production skills, while the oral test will assess the comprehension and oral production skills and the communication competence.

Written exam at a B2 level according to the criteria specified in CEFR (Common European Framework of Reference for languages), will include:

- grammar, vocabulary and use of English exercises;
- reading and comprehension test with exercises related to the text (multiple choice, true/false, open question, paraphrasing and synonyms/antonyms, word formation). Contents and issues will be mostly specialised, consistent with the international debates at an academic level. The written test will assess the students' linguistic knowledge as well as their skills in understanding specialised texts consistent with the course contents, through sentence transformation and word formation exercises. For the recognition of international certifications (TOEFL, IELTS, Cambridge, etc.) and certificates released by University Language Centres, students will have to contact the teacher in order to agree upon the program to be presented at the exam.

The oral exam will require the students to discuss in English the issues dealt with during the course, showing that

they have acquired the right terminology and concepts and that they are able to apply them to practical cases.

FINAL ASSESSMENT:

Those students who will obtain a score equal or higher than 60% over the whole test will pass the exam.

Students have to enlist through ESSE3 to the exam.

The enlisted students are required to bring the University Card with them the day of the exam.

Testi di riferimento

A. PILBEAM, Market Leader -Working across cultures, Pearson Longman 2015

P. EMMERSON, Business Grammar Builder (for class and self-study), MacMillan 2014

L'attività didattica è offerta in:

ECONOMIC, LAW AND POLITICAL SCIENCES

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
MASTER DEGREE COURSE	MANAGEMENT (2018)	International Management	3	L-LIN/12
MASTER DEGREE COURSE	INTERNATIONAL MANAGEMENT (2024)	PERCORSO COMUNE	3	L-LIN/12

Stampa del 25/07/2024

INTERNATIONAL ECONOMICS [EC/0011]

Periodo: Second Semester

Obiettivi formativi

This course provides basic knowledge of international trade economics, trade policy, and the strategic choices of firms operating in the global context (assessment of knowledge and understanding). The course aims to provide tools for evaluating the role of a country and its firms in the global system (assessment of the ability to apply knowledge and understanding).

Particular emphasis will be given to explaining why individuals and firms should be aware of the possibility that while trade generates gains at the aggregate level for each participating country, the distribution of these gains within a country is typically very uneven to the point that trade can make a large share of the existing firms worse off. So, the strategic positioning of firms and individuals is crucial to avoid losses from trade.

At the end of the course, students will be able to:

Critically discuss the most important international trade theories and the principles which drive the strategic decisions of firms in the global context; (assessment of knowledge and understanding; evaluation of judgment ability)

Analyze the statistics of international trade data to describe the position of a country and its firms in the global system (assessment of the ability to apply knowledge and understanding)

Prerequisiti

Basic knowledge of microeconomics

Contenuti del corso

Engines of Globalization

- Comparative Advantage
- Differences across countries
- Big as States: the role of firms

Politics and Policy in the World Economy: is there a case for States or Firms

Current Controversies

Metodi didattici

The course will consist of 6 hours of formal lectures per week. Students will have the option to prepare a presentation on an agreed topic. Global value chains and their role in trade is an excellent (although not exclusive) example (i.e. trade and large corporations; is there a case for producing a PC in Europe).

The mark obtained from the presentation will count as one-third of the final exam mark. The teaching will be primarily face-to-face, supplemented and "augmented" with online strategies to ensure innovative and inclusive engagement.

Modalità di verifica dell'apprendimento

A written examination with multiple choice and open questions on main IT trade theories and policies (assessment of knowledge and understanding). Examples of questions are available in the MS Teams team dedicated to the course. Proper language is another crucial element in the evaluation process (assessment of communication skills). To determine the final grade, the following elements will be considered:

The proper use of the model

The use of graphs

The ability to explain through intuitive language the solution

The logic of the reasoning presented

The final grade is out of thirty. To achieve the maximum score, students must show they have acquired excellent

knowledge of all the topics covered during the course. To pass the exam, students must demonstrate that they have acquired sufficient knowledge of the subjects.

Testi di riferimento

A PowerPoint file with 100+ slides is available, covering all the topics included in the course in analytical detail. To download the file, go to MS Teams and click "Unisciti a un team o creane uno." Enter the code you will get writing me when required. This will allow you to join the "International Economics IM" team and access all the available teaching material.

Textbook:

International Economics: Theory and Policy by Paul R. Krugman, Maurice Obstfeld, Marc Melitz
12th edition

or

International Trade John McLaren
ISBN: 978-0-470-40879-7

L'attività didattica è offerta in:

ECONOMIC, LAW AND POLITICAL SCIENCES

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
MASTER DEGREE COURSE	MANAGEMENT (2018)	International Management	6	SECS-P/01
MASTER DEGREE COURSE	INTERNATIONAL MANAGEMENT (2024)	PERCORSO COMUNE	6	SECS-P/01

Stampa del 25/07/2024

INTERNATIONAL FINANCIAL REPORTING [EC/0086]

Periodo: Second Semester

Obiettivi formativi

This course aims to provide students with an advanced understanding of financial reporting topics essential for multinational enterprises in today's globalized economy. By focusing on complex international accounting standards, students will learn to effectively manage and report on investments in other companies, including subsidiaries, associates, joint ventures, and joint operations. Through a blend of readings, research, problem-solving, and case analysis, students will develop both analytical and practical skills to tackle sophisticated financial reporting challenges in publicly held companies.

Educational Goals:

By the end of this course, students will have acquired the following advanced knowledge and skills related to:

- Group Accounting
- Preparation of Consolidated Financial Statements
- Preparation of Cash Flow Statements
- Revenue Recognition

The course delivers highly technical content, aiming to transfer the ability to apply knowledge and skills in the following areas:

- Consolidated Financial Statements Preparation: Learn to prepare, present, and interpret consolidated financial statements for commercial, manufacturing, and service enterprises in accordance with IAS/IFRS. This is critical for assessing the financial health and performance of multinational companies.
- Accounting Choices and Consequences: Acquire the ability to evaluate and choose among alternative accounting options, understanding their impact on the informativeness and reliability of financial reporting.

Communication Skills:

Students will master the technical language of financial reporting, enabling them to effectively communicate a firm's financial performance to various stakeholders, including investors, regulators, and management.

Research and Independent Learning:

The course encourages students to engage with relevant bibliographies and accounting journals, fostering the skills necessary to undertake independent research and a dissertation in the area of international financial reporting.

Importance for Multinational Enterprises:

This course emphasizes the importance of advanced international financial reporting for multinational enterprises, as it ensures compliance with global standards, enhances transparency, and facilitates informed decision-making across borders. Mastery of these skills is essential for professionals seeking to contribute to the success of firms in the area of financial reporting.

Prerequisiti

Students should have a basic understanding of the following areas:

- Double Entry Bookkeeping: Familiarity with recording transactions and maintaining ledgers.
- Basic Accounting Principles: Knowledge of core concepts like accrual accounting and the matching principle.
- Non-Current Assets: Accounting for intangible assets, property, plant, and equipment, including valuation and depreciation.
- Current Assets: Valuation and accounting for inventories and receivables, including bad debts and provisions.
- Financial Statements: Understanding of the Statement of Profit or Loss and Other Comprehensive Income, and the Statement of Financial Position.

Contenuti del corso

1) Introduction to Financial Reporting Standards

IASB's Conceptual Framework and IAS 1:

Start the course by reviewing the IASB's Conceptual Framework and IAS 1 to understand the essential principles and structure of financial statements. This foundation ensures consistency, clarity, and transparency in global financial reporting.

Key Focus: Grasp the objectives of financial reporting and the requirements for presenting financial statements, setting the stage for more complex accounting topics.

Practical Exercises: Engage in exercises that highlight the role of these frameworks in achieving transparency and comparability in financial reporting.

2) Consolidated Financial Statements (IFRS 10)

- **Understanding Control and Consolidation:**

Gain insights into the principles of control that dictate when and how companies consolidate financial statements. Learn how IFRS 10 helps reflect the true financial position of a group as a single economic entity.

Case Studies: Through case studies, students will analyze complex organizational structures and learn to apply consolidation techniques, providing a practical understanding of how large multinational corporations report financial results.

3) Investments in Associates (IAS 28)

- **Equity Method Mastery:**

Discover the equity method of accounting for investments in associates and understand the nuances of significant influence. Learn why and how companies account for these investments differently from full subsidiaries.

Interactive Projects: Students will undertake projects to apply the equity method in various scenarios, gaining hands-on experience in evaluating the financial impact of investments in associates.

4) Consolidated Cash Flow Statement (IAS 7)

- **Cash Flow Insights:**

Explore the preparation of cash flow statements, emphasizing the importance of cash flow analysis in assessing a company's financial health. Understand how cash flows are consolidated for groups of companies.

Financial Analysis Workshops: Students will participate in workshops to analyze cash flow statements from real companies, developing skills in identifying trends and making informed financial decisions.

5) Revenue Recognition (IFRS 15)

- **Five-Step Model:**

Examine the comprehensive five-step model for revenue recognition introduced by IFRS 15. Understand how this standard revolutionizes the way companies recognize and report revenue from contracts with customers.

Simulations and Role-Playing: Through simulations and role-playing exercises, students will navigate complex revenue recognition scenarios, preparing them for real-life situations where accurate revenue reporting is crucial.

Metodi didattici

The course will employ a dynamic combination of lectures and tutorials to facilitate a comprehensive understanding of international financial reporting.

- **Lectures (36 hours):**

Lectures will introduce and explain key concepts and standards, providing a solid theoretical foundation. These sessions will be interactive, encouraging students to engage with the material through questions and discussions.

- **Tutorials (12 hours):**

Tutorials will focus on problem-solving and in-depth analysis of case studies. These sessions are designed to help students apply theoretical knowledge to practical situations, enhancing their analytical and critical thinking skills.

- **Problem Solving and Case Studies:**

Both lectures and tutorials will incorporate problem-solving exercises and real-world case studies. Students will work individually and in groups to analyze complex financial scenarios, fostering collaboration and teamwork.

Modalità di verifica dell'apprendimento

The final assessment will evaluate students' understanding and application of the course material through a combination of open-ended questions and comprehensive exercises.

- **Written Examination:**

The exam will consist of two components:

Open-Ended Questions (40% of total marks): These questions will assess students' ability to critically analyze and articulate their understanding of key concepts and issues in international financial reporting.

Comprehensive Exercises (60% of total marks): These exercises will require students to apply their knowledge to solve complex financial reporting problems, demonstrating their practical skills and analytical capabilities.

Grading System:

The grading system is designed to reflect students' level of mastery of the course content, with the following scale:

- 18-21: Satisfactory understanding and basic application of course concepts.

- 22-24: Good understanding with competent application and analysis of material.

- 25-27: Very good performance, with strong analytical skills and comprehensive knowledge.

- 28-30 cum laude: Excellent performance, demonstrating outstanding insight and proficiency in financial reporting topics, with potential for honors recognition.

Testi di riferimento

Elliot B., Elliot J.: Financial Accounting and Reporting, Pearson, 2024

Melville A., International Financial Reporting, Pearson, 2022

Altre informazioni

Course Materials:

Lecture slides, lecture notes, class exercises and solutions, IASB original materials, and other relevant readings will be available via MS Teams. Please access the course materials through the following:

TEAM Name: International Financial Reporting

TEAM Code: 09j8lwc

Student Assistance:

Professors are available for assistance either in person or through MS Teams at the following times:

- Prof. Alessandro Mura

Office Hours: Friday, 11:00 AM - 1:00 PM

Email: sandromura@unica.it

- Prof. Silvia Macchia

Office Hours: Tuesday, 12:00 PM - 1:00 PM

Email: macchia@unica.it

- Office Location: Campus Via S. Ignazio 17, Top Floor, Office No. 27

L'attività didattica è offerta in:

ECONOMIC, LAW AND POLITICAL SCIENCES

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
MASTER DEGREE COURSE	MANAGEMENT (2018)	International Management	6	SECS-P/07
MASTER DEGREE COURSE	INTERNATIONAL MANAGEMENT (2024)	PERCORSO COMUNE	6	SECS-P/07

Stampa del 25/07/2024

INTERNATIONAL MARKETING [4932]

Periodo: Second Semester

Obiettivi formativi

The goal of the course is to provide students with a general understanding of the various topics facing international and global marketers and to provide them with the analytical tools necessary to become successful international marketers. In the first three-quarters of the course, students will learn the theoretical concepts that they will then use to analyze actual cases at the end of the course.

A) KNOWLEDGE AND UNDERSTANDING

A1. Provide an understanding of the scope and function of international marketing theory and practice A2. Increase the knowledge and skills to help in developing international market entry strategies.

A3. Develop skills related to the analysis of international marketing data, in particular, the use of secondary data in assessing the international marketing opportunities

(B) APPLYING KNOWLEDGE AND UNDERSTANDING

B1. Be able to develop a comprehensive course of action for an international business firm using formal decision-making processes;

B2. Be able to complete a final written project using skills acquired throughout the course;

B3. Be able to apply personal and interpersonal skills appropriate to being an effective member of an international marketing team.

C) MAKING JUDGEMENTS

C1. Be able to identify and research issues in business situations, analyze the issues, and propose appropriate and well-justified solutions

D) COMMUNICATION SKILLS

D1. Prepare written documents that are clear and concise, using appropriate style and presentation for the intended audience, purpose and context

D2. Prepare and deliver oral presentations that are clear, focused, well-structured, and delivered in a professional manner.

E) LEARNING SKILLS

E1. Self-manage the development of learning and study skills, both individually and as part of a collaborative learning group.

Prerequisiti

Familiarity with the general topic related to marketing, with a special focus on market segmentation and marketing-mix.

Contenuti del corso

After an initial sketch of globalization of markets and competition, we look in detail at the economic and cultural environment in which international and global marketers operate. The course then discusses global marketing research, global segmentation and positioning, global marketing strategies and market entry strategies available to global marketers. We will also take a closer look at the elements of the global marketing mix: product, price, distribution, and marketing communications. We will also deal with the issues that make planning and managing the marketing mix in an international context such a challenge, including finding a balance between standardization and adaptation of the marketing mix across borders. Towards the end of the course, students will be divided into a number of groups that will take turns to present and discuss a number of selected international marketing cases that illustrate how companies concretely face and deal with the theoretical concepts that have been introduced throughout the course. The main topics will be:

1. Globalization imperative
2. Global Cultural Environment and Buying Behavior
3. Political and Legal Environment
4. Global Marketing Research
5. Global Segmentation and Positioning
6. Global Marketing Strategies
7. Global Market Entry Strategies
8. Developing New Products for Global Markets
9. Marketing Products and Services Global Communication Strategies

Metodi didattici

The teaching will be provided in person, but it can be complemented with audiovisual materials and streaming, in order to ensure an innovative and inclusive way of accessing it.

Teaching methods include face-to face and online interactive case studies, directed reading, visiting speakers, lectures, interaction with managers, problem-solving activities and private/guided study.

Modalità di verifica dell'apprendimento

The evaluation criteria for attending students are as follows:

1. 10% Class Participation (discussion questions, verbal comments, case discussion)
2. 30% Written exam (three open questions based on chapters 1, 4, 5, 6- 7)
3. 60% Final Project (Group project report)

The course assessment for non-attending students is the following:

100 % Final written exam with five open questions (2 hours) based on chapters 1,4,5,6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, and 13 of the textbook:

- 3 open questions investigate the knowledge acquired
- 2 open questions investigate the student's capabilities to apply the acquired knowledge
- 1 case analysis to investigate the student's argumentative and judgmental capabilities to interpret and analyze real problems in international marketing management.

Here are the considerations I use in evaluating class participation: Meaningful contribution to class discussions. Preparation.

Enhancement of classroom learning environment beyond specifically dictated preparation. Attendance and punctuality

Polite and professional interaction with me, guests, and classmates.

Assessment logic:

To achieve a maximum score (30/30) the student must show to have acquired an excellent knowledge of all the topics covered during the course. In particular, they should have a comprehensive view on international marketing entry, international cultural and behaviors.

To pass the exam (18/30), the student must demonstrate that they have acquired sufficient knowledge of the essential topics covered during the course.

Testi di riferimento

Masaaki Kotabe and Kristiaan Helsen, Global Marketing Management, 7th edition International Student Version. Wiley, 2017

Altre informazioni

To facilitate student learning, the professor will share the lecture slides and solutions to the case studies discussed in class on the course's TEAMS platform

L'attività didattica è offerta in:

ECONOMIC, LAW AND POLITICAL SCIENCES

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
MASTER DEGREE COURSE	MANAGEMENT (2018)	International Management	6	SECS-P/08
MASTER DEGREE COURSE	INTERNATIONAL MANAGEMENT (2024)	PERCORSO COMUNE	6	SECS-P/08

Stampa del 25/07/2024

QUANTITATIVE METHODS FOR MANAGEMENT [EC/0012]

Periodo: First Semester

Obiettivi formativi

The course aims to provide students with an overview of quantitative techniques traditionally employed in business problems. These techniques broadly fall in two categories: optimization and simulation. In both cases it is central the notion of model, to be understood as an operative representation of the business context. The course emphasizes case studies, from which general models are gradually developed. Applications include market simulation in marketing and finance, market share analysis, accounts receivable analysis, efficient planning and scheduling, network analysis, inventory models and queueing management.

In line with the Dublin Descriptors, the learning skills acquired at the end of the course can be classified as follows:

- 1) Knowledge and understanding. Students learn quantitative models and algorithms used for decision-making processes in modern companies.
- 2) Applying knowledge and understanding. Students learn to apply quantitative tools for solving management problems
- 3) Making judgments. Students are able to apply suitable modelling tools, and they are aware of their benefits and limits
- 4) Communication skills. Students improve their communications skills by discussing homeworks and case study via oral presentation and written reports. Cooperation and team working are encouraged.
- 5) Learning skills. Classes, lecture notes, and case-study analyses help the students to improve their learning abilities by i) mathematical modeling for business problems ii) developing coding capabilities iii) presentation and team working skills iv) critically reflecting on the pervasivity of thinking by models.

Prerequisiti

Students attending the course are expected to have acquired the basic notions of mathematics and statistics: functions, limits, derivatives, optimization, linear systems; univariate and bivariate descriptive statistics, probability distribution, statistical inference. These topics are typically covered in introductory courses during the bachelor. Knowledge of R/ Python is advantageous.

Contenuti del corso

Main topics

1. A review of probability and statistics using R
2. Simulation models
3. Decision trees
4. Linear programming
5. Inventory management
6. Markov models (markov switching, queueing theory)
7. Other topics (network optimization, assignment problems)

Metodi didattici

The course will be held mainly in presence, possibly integrated with online lectures.

Modalità di verifica dell'apprendimento

Students' preparation is verified through homeworks and class tests and a final presentation on a case study. The final presentation can be done in groups of maximum 3 students.

Ability in mathematical formalization, graphical representation, and appropriate statistical language is evaluated.

Also, in line with the Dublin Descriptors, the evaluation process aims to verify:

- 1) the theoretical knowledge of models and algorithms (learning skills assessment).
- 2) the ability to identify and customize the model selected (evaluation of knowledge and understanding).
- 3) the ability in the interpretation of the results (evaluation of applying knowledge and understanding).

- 4) the ability to use the R (or other software) properly to apply the most appropriate method for a specific dataset (evaluation of making judgments).
 5) the ability to appropriately summarize and present the results of the analysis both mathematically and graphically (evaluation of communication skills).

The final mark is expressed through a 30-point scale.

A passing mark ranges from:

- 18/30: if the student shows a sufficient level of knowledge, he can at least identify the scenario in the analysis of a real dataset, knows the essential elements to draw the appropriate graphics and tables, and expresses comments with an elementary technical language.
- to 30/30, eventually cum laude, if the student can schematize logically and coherently the statistical knowledge acquired during the course, namely all the theoretical issues characterizing statistical methods, and is able to apply these methods properly.

Testi di riferimento

Reference texts

Bertsimas, Freund. Models, Data, Models, and Decisions: quantitative methods for business, South Western Publishing, 2000

Anderson, Sweeney, et al. Quantitative Methods for Management, South Western Publishing, 2014 (12th edition)

Hillier F, Hildebrand G. Introduction to Operations Research, McGraw Hill, 2021 (11th edition).

Lecture notes will be available on Teams.

Altre informazioni

*

L'attività didattica è offerta in:

ECONOMIC, LAW AND POLITICAL SCIENCES

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
MASTER DEGREE COURSE	MANAGEMENT (2018)	International Management	9	SECS-S/01
MASTER DEGREE COURSE	INTERNATIONAL MANAGEMENT (2024)	PERCORSO COMUNE	9	SECS-S/0

