



**MA
GES**

CORSO DI LAUREA MAGISTRALE
IN MANAGEMENT E DESIGN DEI SERVIZI

Università degli Studi di Milano-Bicocca

Guida dello studente

AA 2018-2019

CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN MANAGEMENT E DESIGN DEI SERVIZI



Università degli Studi di Milano - Bicocca

Piazza dell'Ateneo Nuovo, 1 - 20126 Milano



www.mages.unimib.it



mages@unimib.it

Guida dello studente AA 2018-2019

Indice

Presentazione	3
Il profilo professionale di riferimento	4
Piano di studi per chi si iscrive per la prima volta nell'anno accademico 2018-2019	5
PRIMO ANNO	5
SECONDO ANNO	6
Informazioni utili	7
INSEGNAMENTI DEL PRIMO ANNO (per gli studenti immatricolatisi nell'anno accademico 2018-2019)	8
Capitale sociale e sistemi socioeconomici locali	8
Economia pubblica e dei servizi	12
Management e scelte strategiche	16
Management delle informazioni e valutazione dei servizi	20
Laboratorio interdisciplinare di analisi e progettazione dei servizi	25
Diritto dei servizi di pubblica utilità	27
Diritto delle società di capitali	29
INSEGNAMENTI DEL SECONDO ANNO (per gli studenti immatricolatisi nell'anno accademico 2017-2018)	31
Strategie per la creazione di valore (in inglese)	31
Diritto del mercato del lavoro	34
Capitale umano e sviluppo aziendale	37
Management e imprenditorialità sociale	39
Le politiche per la salute	41
Behavioral Economics for Decision Making (in inglese)	43
Metodologie per la costruzione di scenari sociali	45
Sistemi informativi	47

Diritto comunitario della concorrenza e del mercato (in inglese).....	50
Diritto amministrativo europeo.....	53

Management e design dei servizi

Guida dello studente AA 2018-2019

Presentazione

Il Corso di Laurea Magistrale in Management e design dei servizi (MAGES) è nato nel 2009 (con la denominazione di Scienze e gestione dei servizi) su iniziativa di un gruppo di ricercatori delle allora Facoltà di Giurisprudenza, Sociologia e Statistica, da anni impegnati in progetti di ricerca sui settori dei servizi. La centralità dei servizi nella maggior parte delle economie, e il ruolo crescente che questi rivestiranno anche in futuro, ha fortemente motivato la scelta di avviare un corso di laurea - primo in Italia - concepito per dare ai suoi studenti strumenti utili per analizzare, gestire e valutare i servizi in un contesto privato e pubblico, e per essere preparati ad affrontare le principali sfide che devono essere gestite dai manager delle imprese di servizi. Tali competenze richiedono una formazione multidisciplinare, e per questa ragione questo Corso di laurea cresce e si sviluppa come un corso interdipartimentale.

Grazie alla collaborazione tra i Dipartimenti di Sociologia e Ricerca Sociale, Statistica, Sistemi giuridici, ed Economia, questo Corso di Laurea interdipartimentale permette di intraprendere un percorso formativo personalizzato e interattivo. Oltre alla didattica frontale, grande spazio è dato alla discussione di casi, alle simulazioni e alla didattica interattiva, con interventi esterni di professionisti e manager di aziende pubbliche e private. Ciò assicura contenuti disciplinari che coniugano un solido quadro teorico con il continuo aggiornamento sulle realtà sociali e dei servizi. Uno spazio importante è riservato ad attività esperienziali e di laboratorio, dove si affrontano temi legati al project management e alla risoluzione di concrete problematiche aziendali.

Dall'anno accademico 2014-2015 il corso di laurea partecipa alla sperimentazione che favorisce la fruibilità dei corsi da parte degli studenti lavoratori, con alcuni insegnamenti erogati in modalità blended learning (massimo 40% ore di didattica tradizionale, e almeno 60% di didattica in distance learning). Accanto ad alcune ore di didattica in aula, funzionali al trasferimento delle conoscenze fondamentali, l'apprendimento a distanza consente di beneficiare di tutti gli strumenti che tipicamente caratterizzano le attività erogate in questa forma (ad es. chat, forum, blog, interazione sincrona e asincrona con docenti e tutor, accesso a materiale audio e video, etc.). Nell'AA 2018-19

- gli insegnamenti erogati in modalità blended learning sono: Capitale sociale e sistemi socioeconomici locali; Strategie per la creazione di valore; Management e imprenditorialità sociale;

- gli insegnamenti erogati in lingua inglese sono: Strategie per la creazione di valore (obbligatorio); Behavioral Economics for Decision Making (opzionale); Diritto comunitario della concorrenza e del mercato (opzionale)

Il profilo professionale di riferimento

Il Corso, proprio per la sua multidisciplinarietà, prepara ad un'ampia gamma di professioni che vanno dallo specialista della gestione e del controllo delle imprese private e nella pubblica amministrazione, di problemi del personale e dell'organizzazione del lavoro, nei rapporti con il mercato agli esperti legali in imprese o enti pubblici; dagli specialisti in analisi economiche e statistiche del settore dei servizi al personale manageriale addetto all'organizzazione dei servizi statistici, di documentazione ed assimilati o ai servizi studi e ricerche Tali sbocchi occupazionali e attività professionali riguardano una varietà di ambiti e settori che vanno dai comparti amministrativi degli organi dello stato, delle amministrazioni statali, degli enti pubblici territoriali e delle associazioni, istituzioni e fondazioni private con finalità di carattere pubblico, con funzioni di elevata responsabilità e compiti organizzativi, gestionali e di controllo proprie delle strutture di governo di organismi nazionali, comunitari e internazionali alle imprese di servizi di pubblica utilità o alle persone.

Piano di studi per chi si iscrive per la prima volta nell'anno accademico 2018-2019

In questo paragrafo si elencano le attività didattiche come previste dal regolamento 2018-2019, valido per gli studenti che si immatricoleranno in questo anno accademico. Gli studenti immatricolati negli anni precedenti sono tenuti a tener conto del Regolamento vigente al momento della propria immatricolazione nella stesura del proprio piano di studi. Per eventuali chiarimenti è possibile contattare la segreteria didattica.

L'attività didattica è articolata in insegnamenti comuni (I e II anno), insegnamenti a scelta (II anno) e attività formative complementari.

PRIMO ANNO

Nel primo anno del corso di laurea magistrale devono essere acquisiti 48 CFU relativi a insegnamenti obbligatori e 6 CFU di altre attività formative obbligatorie (laboratorio), per un totale di 54 CFU.

<i>Anno</i>	<i>Insegnamento</i>	<i>CFU</i>	<i>SSD</i>	<i>Modulo (CFU)</i>
<i>1</i>	Capitale sociale e sistemi socioeconomici locali	<i>6</i>	SPS/09	
<i>1</i>	Economia pubblica e dei servizi	<i>12</i>	SECS-P/03	Economia dei servizi (6), Economia delle scelte di regolamentazione (6)
<i>1</i>	Management e scelte strategiche	<i>12</i>	SECS-P/07	Analisi strategica dei servizi (6), Management dei servizi (6)
<i>1</i>	Management delle informazioni e valutazione dei servizi	<i>12</i>	SECS-S/04 ING- INF/05	Management delle informazioni e gestione della conoscenza (6), Costruzione di scenari socio-economici (6)
<i>1</i>	Laboratorio interdisciplinare di analisi e progettazione dei servizi	<i>6</i>		
<i>1</i>	<i>Un esame a scelta tra i seguenti:</i>	<i>6</i>		
<i>1</i>	Diritto dei servizi di pubblica utilità	<i>6</i>	IUS/10	
<i>1</i>	Diritto delle società di capitali	<i>6</i>	IUS/04	

SECONDO ANNO

Nel secondo anno devono essere acquisiti:

- 24 CFU relativi a insegnamenti obbligatori
- 12 CFU relativi a insegnamenti opzionali (due esami a scelta tra quelli elencati)
- 30 CFU relativi ad altre attività formative obbligatorie

<i>Anno</i>	<i>Insegnamento</i>	<i>CFU</i>	<i>SSD</i>
2	<i>Strategie per la creazione di valore</i>	6	SECS-P/07
2	<i>Sviluppo organizzativo e capitale umano</i>	6	SECS-P/07
2	<i>Cambiamento organizzativo</i>	6	SPS/09
2	<i>Diritto del mercato del lavoro</i>	6	IUS/07
2	Due insegnamenti a scelta tra quelli elencati	12	
2	Insegnamenti a libera scelta dello studente	12	
2	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	6	
2	Prova finale	12	

Elenco insegnamenti a scelta:

<i>Anno</i>	<i>Insegnamento</i>	<i>CFU</i>	<i>SSD</i>
2	<i>Due esami a scelta tra i seguenti:</i>	12	
2	Management e innovazione sostenibile	6	SECS-P/07
2	Le politiche per la salute	6	SPS/07
2	Web marketing and communication management	6	SECS-P/08
2	Basi di dati	6	ING-INF/05
2	Diritto amministrativo europeo	6	IUS/10
2	Diritto comunitario della concorrenza e del mercato	6	IUS/14
2	Metodologie per la costruzione di scenari sociali	6	SECS-S/04

2	Behavioural economics for decision making	6	M-FIL/02
---	---	---	----------

Informazioni utili

Presidente del Consiglio di Coordinamento Didattico del Corso di Laurea Magistrale è il Professor Dario Cavenago (dario.cavenago@unimib.it).

Vice-Presidente del Consiglio di Coordinamento Didattico del Corso di Laurea Magistrale e *responsabile stage* è la Professoressa Elisabetta Marafioti (elisabetta.marafioti@unimib.it).

Responsabile Erasmus e scambi internazionali è la Dottoressa Benedetta Trivellato (benedetta.trivellato@unimib.it).

La *Segreteria didattica* è gestita da Marco Casiraghi ed è collocata presso il Dipartimento di Sociologia e Ricerca Sociale, Edificio U7, 3° piano, stanza 314. Il ricevimento studenti è previsto il martedì e il giovedì dalle 9.30 alle 12.00 o su appuntamento, salvo avvisi di modifica pubblicati sul sito www.mages.unimib.it. Sullo stesso sito sono disponibili gli orari delle lezioni e il calendario degli esami.

La *Segreteria studenti*, che gestisce le carriere degli studenti dal punto di vista amministrativo (immatricolazioni, tasse, libretto on line, ecc...), è collocata in U17, Piazzetta Difesa per le Donne, sportello di Sociologia. È aperta al pubblico il lunedì dalle 13.45 alle 15.45, il giovedì dalle 9.00 alle 12.00. E-mail: segr.studenti.sociologia@unimib.it.

La *piattaforma e-learning* relativa ai corsi erogati nell'ambito del corso di laurea magistrale è accessibile al link: <http://elearning.unimib.it/>, oppure attraverso il link dedicato nell'ambito del sito web Mages.

INSEGNAMENTI DEL PRIMO ANNO (per gli studenti immatricolatisi nell'anno accademico 2018-2019)

Capitale sociale e sistemi socioeconomici locali

Codice: FN6302N002 (6 CFU) - Docente: Alberta Andreotti

OBIETTIVI FORMATIVI

Conoscenza e comprensione

Il corso intende fornire agli studenti gli strumenti teorici e metodologici per comprendere, analizzare e lavorare in un sistema economico (un territorio, ma anche un'azienda). Gli studenti affronteranno quindi alcuni concetti teorici che applicheranno poi ad un caso studio concreto.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Gli studenti si confronteranno con la principale letteratura esistente e applicheranno gli strumenti teorici e metodologici acquisiti per la realizzazione di un caso studio empirico.

CONTENUTI SINTETICI

Il corso è articolato in due parti. Nella prima parte sarà approfondito il concetto di capitale sociale nelle sue diverse forme. Nella seconda si presterà maggiore attenzione alla operazionalizzazione del concetto con riferimento allo sviluppo dei sistemi locali, analizzando i risultati di ricerche e casi concreti.

PROGRAMMA ESTESO

Il corso è articolato in due parti. Nella prima parte sarà approfondito il concetto di capitale sociale nelle sue diverse forme e saranno considerate le principali concezioni teoriche che si riferiscono a tale concetto (Coleman, Putnam, Burt), particolare attenzione sarà prestata al rapporto tra il concetto di capitale sociale, di rete sociale, fiducia, reputazione, bene pubblico (locale). Nella seconda parte del corso si presterà maggiore attenzione alla operazionalizzazione del concetto con riferimento allo sviluppo dei sistemi locali, analizzando i risultati di ricerche empiriche. Gli studenti avranno modo di apprezzare l'utilizzo del concetto di capitale sociale in diverse ricerche empiriche nell'ambito dello sviluppo dei sistemi locali, e

la sua relazione con le reti organizzative. Particolare attenzione sarà data ai cambiamenti che si stanno attuando nei sistemi economici contemporanei con il passaggio dalla proprietà all'accesso (e.g. sharing economy) con riferimento ai concetti teorici visti nella prima parte del corso.

PREREQUISITI

Buona capacità di apprendimento, di scrittura e comunicazione orale, insieme ad una generale conoscenza dei processi economici

METODI DIDATTICI

Lezioni in aula e lavoro di ricerca.

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

Studenti frequentanti: lavoro di ricerca.

Studenti non frequentanti: Verrà comunicato a inizio corso

TESTI DI RIFERIMENTO

Bibliografia per i frequentanti

Riferimenti teorici:

- Coleman, J. (1995) "Fondamenti di teoria sociale", (capp. XII), Bologna, il Mulino;
- Pizzorno A. (1999), Perché si paga il benzinaio. Nota per una teoria del capitale sociale, Stato e mercato», n. 57, pp. 373-394.
- Burt R. (1992) "The social structure of competition", in Structural Holes: the social structure of competition, ch. 1, Cambridge, MA and London, Harvard University Press, pp. 8-30.
- Trigilia, C. (2001) Social Capital and Local Development in European Journal of Social Theory November 4: 427-442.
- Ramella, F. (2014) Sociologia economica dell'innovazione, capp. 4 e 7, Bologna, Il Mulino.

Riferimenti a ricerche empiriche:

- Parrino, L. (2015) Coworking: assessing the role of proximity in knowledge exchange in Knowledge Management Research & Practice, 13, 261–271.
- Barbera, F. (2008) Il patto territoriale del canavese, in Piselli, F.; Ramella, F. (a cura di) Patti sociali per lo sviluppo, Roma, Donzelli.
- Micucci G. e Nuzzo G. (2004) La misurazione del capitale sociale: evidenze da un'analisi sul territorio italiano, in AAVV Economie Locali e modelli di agglomerazione e apertura internazionale, Roma, Banca d'Italia.
- Sabatini, F.; Sarracino, F. (2015) Online social networks and trust, EERI, disponibile in piattaforma

Bibliografia per i non frequentanti

- Coleman, J. (1995) "Fondamenti di teoria sociale", (capp. XII e XXIV), Bologna, il Mulino;
- Pizzorno A. (1999), Perché si paga il benzinaio. Nota per una teoria del capitale sociale, Stato e mercato», n. 57, pp. 373-394.
- Burt R. (1992) "The social structure of competition", in Structural Holes: the social structure of competition, ch. 1, Cambridge, MA and London, Harvard University Press, pp. 8-30.
- Trigilia, C. (2001) Social Capital and Local Development in European Journal of Social Theory November 4: 427-442.
- Ramella, F. (2014) Sociologia economica dell'innovazione, capp. 4 e 7, Bologna, Il Mulino.
- Schor J. (2014) Debating the sharing economy, on line paper: <http://www.greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy>

Per accompagnare i primi 4 testi può essere utile affiancare il testo Andreotti, A. (2009) Che cos'è il capitale sociale, Roma, Carocci, cap. 1, 2, 5.

Ricerche empiriche

- Parrino, L. (2015) Coworking: assessing the role of proximity in knowledge exchange in Knowledge Management Research & Practice, 13, 261–271.
- Micucci G. e Nuzzo G. (2004) La misurazione del capitale sociale: evidenze da un'analisi sul territorio italiano, in AAVV Economie Locali e modelli di agglomerazione e apertura internazionale, Roma, Banca d'Italia.

- Negrelli, S. Pacetti V. (2016) (a cura di) "I contratti di rete: pratiche di capitale sociale tra le imprese italiane", Il Mulino, Introduzione, cap.4 e 5, Conclusioni.
- Sabatini, F.; Sarracino, F. (2015) Online social networks and trust, EERI, disponibile in piattaforma

Economia pubblica e dei servizi

Codice: F6302N006 (12 CFU) Docente: Bruno Bosco

OBIETTIVI FORMATIVI

Il Corso si propone:

- a) di offrire conoscenze di base e specialistiche in materia di Ragioni, Strumenti ed Effetti dell'intervento pubblico nei mercati delle società capitalistiche contemporanee.
- b) di mettere in grado la/lo studentessa/te di valutare in modo critico le politiche di riduzione del suddetto intervento seguite in vari Paesi negli ultimi anni e di analizzare gli effetti della conseguente eliminazione o privatizzazione delle attività precedentemente svolte dal settore pubblico.
- c) di permettere alla/o studentessa/te di acquisire competenze professionali in materia di programmazione e gestione dei servizi pubblici ancora esistenti.

CONTENUTI SINTETICI

Il corso è organizzato in due parti (moduli), non separabili.

La prima parte è denominata Economia dei servizi. Essa è dedicata allo studio della teoria della regolamentazione dei servizi di pubblica utilità in condizioni di perfetta informazione e di asimmetria informativa. In quest'ultimo caso, lo studio riguarderà tanto i modelli bayesiani quanto quelli non bayesiani di regolamentazione del monopolio naturale, a produzione singola o multi-prodotto. Saranno successivamente ripresi i modelli principali di oligopolio ed esaminate le forme più diffuse di regolamentazione di tali mercati. Questa parte si completerà con l'analisi della c.d. concorrenza per il mercato realizzata mediante applicazione di meccanismi selettivi costituiti da aste. Saranno trattati anche casi concreti, relativamente a settori quali elettricità, gas, telecomunicazioni, ecc.

La seconda parte è denominata Economia delle scelte di regolamentazione e tratta dell'attività di regolamentazione, effettuata mediante applicazione delle norme a tutela della concorrenza e del mercato, realizzata mediante l'attività delle autorità indipendenti. Verranno esaminati il profilo storico di tale forma di "intervento" e i principali criteri guida dell'attività di tutela dei consumatori e dei produttori seguiti dalle Autorità. Verranno successivamente trattati alcuni casi ricavati da pronunce specifiche delle Autorità Anti Trust europea e nazionale.

PROGRAMMA ESTESO

- L 1 Efficienza allocativa I
- L 2 Efficienza allocativa II
- L3 Concorrenza perfetta e allocazione efficiente
- L 4 Monopolio Naturale I
- L 5 Monopolio Naturale II
- L 6 Monopolio Naturale multiprodotto
- L7 Rendimenti di scala e subadditività
- L8 Prezzi pari al MC e perdita di bilancio
- L9 Il modello di Hotelling I
- L 10 Il modello di Hotelling II
- L 11 Finanziamento non distorsivo del sussidio
- L 12 Pregi e limiti della tariffazione di FB
- L 13 Il SB
- L14 prezzi di SB I
- L 15 La correzione distributiva dei prezzi di SB
- L 16 Interpretazioni alternative e complementari dei prezzi di SB
- L 17 Il modello di Loeb e Magat
- L 18 Regolamentazione Bayesiana
- L 19 Modello RoR I[^]
- L 20 Modello RoR II[^]
- L 21 Price -cap II[^]
- L 22 Yardstick competion I[^]
- L 23 Critica concorrenza alla Demzets
- L24 Teoria delle aste I

- L 25 Teoria delle aste II
- L26 Teoria delle aste III
- L27 Applicazione Aste per concessioni
- L 28 Critiche meccanismi d'asta e applicazioni
- L 29 Oligopoli e regolamentazione
- L 30 Modello di Cournot I
- L 31 Cournot II
- L32 Cournot con $N > 2$
- L 33 Bertrand I
- L 34 Bertrand con $N > 2$
- L 35 Surplus sociale in Oligopolio I
- L 36 Intervento pubblico Oligopolio
- L 37 Integrazione Verticale I
- L 38 Integrazione Verticale II
- L 39 Alternative all'integrazione verticale
- L 40 Fusioni Orizzontali I
- L 41 Guadagni di Efficienza
- L 42 Effetti Unilaterali
- L 43 Casi di Antitrust I
- L 44 Casi di Antitrust II
- L 45 Casi di Antitrust III
- L46 Casi di Antitrust IV

PREREQUISITI

E' richiesta una formazione di base di Microeconomia e una più che sufficiente conoscenza della teoria della concorrenza, dell'equilibrio e dell'efficienza. (Esempio di testo di riferimento: R. F rank, Microeconomia, McGraw-Hill Companies). E' molto utile (e raccomandata) la conoscenza delle tecniche fondamentali del Calcolo elementare (funzioni, limiti, derivate e integrali, a una o più variabili).

METODI DIDATTICI

Lezioni frontali. Esercizi individuali con correzione in aula. Predisposizione del materiale didattico (testi e files di varia tipologia) nella pagina e-learning del corso.

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

Esame finale scritto (6 domande di cui 3 esercizi; ciascuna domanda è suddivisa in singole parti). Al termine del primo modulo (circa 45 h di lezione frontale) è prevista una prova intermedia relativa al programma trattato sino a quel momento a lezione. Il superamento della prova intermedia (con votazione tra 0 e 16; minimo 9) implica limitazione del contenuto della prova finale alla sola seconda parte del corso (sempre con votazione compresa tra 0 e 16; minimo 9). La prova intermedia non è obbligatoria. In sua assenza la/lo studentessa/studente sostiene la prova completa relativa ad entrambe le parti/moduli (votazione compresa tra 0 e 32=30 con lode; minimo 18).

Gli studenti non frequentanti non possono accedere alla prova intermedia e devono sostenere insieme ai frequentanti la prova completa.

TESTI DI RIFERIMENTO

Prima parte: Dispense del docente distribuite a lezione e reperibili on-line nel sito E-learning del Corso

Seconda parte: M. Motta -M. Polo, Antitrust. Economia e politica della concorrenza, Il Mulino, 2005

Materiale distribuito a lezione

Management e scelte strategiche

Codice: F6302N017 (12 CFU) – Docenti: Elisabetta Marafioti, Alberto Sportoletti

OBIETTIVI FORMATIVI

Conoscenza e comprensione

Dopo aver completato questo corso gli studenti saranno in grado di:

- Riconoscere le principali sfide che riguardano le aziende nei settori dei servizi, nonché quelle del settore manifatturiero che si affidano sempre più alla servitizzazione della propria offerta.
- Identificare i principali problemi di progettazione dei servizi e le loro implicazioni per il management.
- Descrivere i principali componenti e le modalità di funzionamento dei modelli che possono essere utilizzati per progettare e riprogettare i servizi a livello micro, e le strategie a livello funzionale, competitivo e aziendale a livello macro (ad esempio marketing, CRM, innovazione, internazionalizzazione, ecc.).

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Dopo aver completato questo corso gli studenti saranno in grado di:

- Analizzare l'impatto dei principali trend sociali e tecnologici sull'ambiente competitivo in cui operano le aziende (di servizi e manifatturiere) che includono i servizi nella propria offerta.
- Applicare metodologie e strumenti appropriati per i processi decisionali legati alla progettazione dei servizi e alla definizione delle strategie.
- Misurare e interpretare gli indicatori rilevanti nella definizione della strategia e nella valutazione.
- Dimostrare capacità organizzative e di lavoro in team, nonché capacità di presentazione e comunicazione.

Analisi strategica dei servizi

Il modulo riprende in primo luogo alcuni concetti e modelli fondamentali del management, al fine di costituire una base di conoscenza adeguata per gli approfondimenti successivi. Le parti successive entrano nel merito del servizio in quanto diverso dal bene fisico, focalizzando

l'attenzione sull'approccio richiesto nelle attività di analisi e progettazione dei servizi, e infine sviluppando concetti e i modelli rilevanti per la definizione delle strategie competitive nei settori dei servizi. Alle lezioni teoriche si alternano momenti di esemplificazione ed approfondimento con riferimento ad esempi e casi.

Management dei servizi

Il modulo approfondisce alcune tematiche specifiche legate al management dei servizi. In particolare il modulo svilupperà l'analisi delle scelte di posizionamento e di marketing mix sul mercato dei servizi, di internazionalizzazione sui mercati globali e delle strategie di innovazione e di cambiamento strategico. In particolare si cercherà di rispondere alle seguenti domande: quali sono le leve di marketing che possono essere utilizzate per costruire e consolidare la relazione con i propri clienti? Come si fa a rendere sostenibile il successo di oggi? Come si può promuovere e gestire l'innovazione dei servizi? Come l'azienda di servizi può replicare il suo successo sui mercati internazionali? Come un'azienda di servizi oggi in difficoltà può reinserirsi in un sentiero di crescita profittevole?

CONTENUTI SINTETICI

L'insegnamento di Management e Scelte Strategiche si compone di due moduli: "Analisi strategica dei servizi" e "Management dei Servizi". Un approccio esauriente ed equilibrato alla qualità dei servizi richiede di prestare uguale importanza alle caratteristiche cosiddette "hard" dei servizi, come la riduzione dei tempi di attesa o di consegna, che hanno un effetto diretto sul cliente, e alle caratteristiche "soft", cioè agli aspetti intangibili e addirittura impliciti, come l'atteggiamento del personale di contatto. Entrambi gli aspetti si influenzano reciprocamente e devono essere compresi sia nel pacchetto di servizi, sia nella procedura per l'erogazione del servizio, sia nell'intero sistema di management del servizio stesso.

PROGRAMMA ESTESO

ANALISI STRATEGICA DEI SERVIZI

1. Fondamenti di Management
 - I modelli di analisi
 - Le condizioni di sviluppo aziendale
 - Le scelte strategiche fondamentali e gli attori
2. Analisi e progettazione del servizio
 - La progettazione e la gestione del processo di servizio

- La valutazione della performance dei servizi
3. Strategie competitive nel settore dei servizi
- Cos'è la strategia
 - Analisi ambientale (sistema competitivo/segmentazione)
 - Strategie competitive

MANAGEMENT DEI SERVIZI

4. Segmentazione del mercato e scelte di posizionamento
5. Marketing dei servizi
- Analisi del comportamento del cliente
 - Il marketing mix dei servizi e la relazione con il cliente
6. Globalizzazione e strategie di internazionalizzazione nei servizi
7. La gestione dell'innovazione nei servizi
8. Scelte organizzative e la gestione delle risorse umane nei servizi

PREREQUISITI

Buona capacità di apprendimento, di scrittura e comunicazione orale, insieme ad una generale conoscenza dei processi economici. Elementi base di Economia aziendale

METODI DIDATTICI

Lezioni in aula, discussione di casi e lavoro di ricerca.

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

Per gli studenti frequentanti la valutazione sarà strutturata nel seguente modo: prova scritta sui contenuti del primo modulo (35 punti), prova scritta sui contenuti del secondo modulo (35 punti), progetto di gruppo (30).

Per gli studenti non frequentanti è prevista una prova scritta sui testi indicati sul syllabus analitico del corso.

TESTI DI RIFERIMENTO

STUDENTI FREQUENTANTI

Testi (solo i capitoli e i casi indicati nel programma d'aula):

- C. LOVELOCK, J. WIRTZ, Marketing dei servizi - Risorse umane, tecnologie, strategie, Pearson Prentice-Hall, 2007.
- C. LOVELOCK, J. WIRTZ, L. IACOVONE, Marketing dei servizi - Casi di studio, Pearson Prentice-Hall, 2008
- Letture e casi in formato elettronico disponibili sulla piattaforma e-learning

STUDENTI NON FREQUENTANTI

Gli studenti non frequentanti sono tenuti a sostenere l'intero esame da 12 CFU in unica soluzione. Testi:

- C. LOVELOCK, J. WIRTZ, Marketing dei servizi - Risorse umane, tecnologie, strategie, Pearson Prentice-Hall, 2007.
- C. LOVELOCK, J. WIRTZ, L. IACOVONE, Marketing dei servizi - Casi di studio, Pearson Prentice-Hall, 2008
- L.A. BETTENCOURT e A. MARASCO, Innovazione dei servizi - Ideare servizi innovativi centrati sui bisogni dei clienti, Mc-Graw Hill, 2013
- D. CAVENAGO, M. MEZZANZANICA, Scienza dei servizi. Un percorso fra metodologie e applicazioni, Springer Verlag, 2010 (solo capitoli 1 e 2)
- Letture e casi in formato elettronico sono disponibili sulla piattaforma e-learning

Nota Bene: il testo L.A. BETTENCOURT e A. MARASCO (2013), Innovazione dei servizi è disponibile in modalità print-on-demand: gli studenti possono scegliere se prenotarlo in libreria oppure se acquistarlo direttamente sul sito del partner dell'editore che gestisce questa tipologia di testi:

<https://www.ilovebooks.it/innovazione-servizi-p-3945.html>

Management delle informazioni e valutazione dei servizi

Codice: F6302N016 (12 CFU)

L'insegnamento si compone di due moduli:

- Costruzione di scenari socio-economici (6 CFU); Codice Modulo: F6302N017M; Docente: Ortensi Livia
- Management delle informazioni e gestione della conoscenza (6 CFU); Codice Modulo: F6302N018M; Docenti: Mario Mezzanzanica, Roberto Boselli

OBIETTIVI FORMATIVI

COSTRUZIONE DI SCENARI SOCIO-ECONOMICI

Conoscenza e comprensione. Il corso si propone di fornire gli strumenti demografici per studiare le relazioni tra il sistema demografico e il sistema economico

Capacità di applicare conoscenza e comprensione. L'esposizione teorica degli strumenti è affiancata dalla presentazione di esempi reali.

MANAGEMENT DELLE INFORMAZIONI E GESTIONE DELLA CONOSCENZA

Conoscenza e comprensione. Il corso si propone di far conoscere i sistemi informativi aziendali e le tecnologie informatiche a supporto dei sistemi di servizio.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione. Previste esercitazioni pratiche su casi da studiare singolarmente o a gruppi mediante l'utilizzo di tecnologie web, finalizzate alla produzione di documenti oggetto di valutazione.

CONTENUTI SINTETICI

COSTRUZIONE DI SCENARI SOCIO-ECONOMICI

Popolazione e dinamiche demografiche. Relazioni tra sistema demografico e sistema economico. Esempi di applied Demography

MANAGEMENT DELLE INFORMAZIONI E GESTIONE DELLA CONOSCENZA

- Scienza dei servizi

- Sistemi informativi aziendali e servizi

- Business Intelligence
- Media sociali e Social Media Analytics

PROGRAMMA ESTESO

COSTRUZIONE DI SCENARI SOCIO-ECONOMICI

Popolazione e dinamiche demografiche,

- a) fonti nazionali e internazionali;
- b) misura della dinamica demografica: tassi di incremento, tassi di natalità, mortalità e fecondità;
- c) struttura della popolazione: cause e conseguenze dell'invecchiamento;
- d) modelli di mortalità e fecondità (tavole di mortalità, tassi di fecondità totale).

Relazioni tra sistema demografico e sistema economico,

- a) popolazione e sviluppo;
- b) popolazione e mercato: la teoria della produzione familiare;
- c) strumenti di politica demografica: le scale di equivalenza;
- d) aspetti demografici dei sistemi pensionistici.

Applied demography

- a) Contenuti e implicazioni delle dinamiche demografiche sui servizi
- b) Metodi demografici a supporto dei processi decisionali

MANAGEMENT DELLE INFORMAZIONI E GESTIONE DELLA CONOSCENZA

1. Relazione tra scienza, informazione e conoscenza, metodologie di progettazione dei servizi

1.1 Introduzione alla SSME

1.2 Le caratteristiche dei servizi

1.3 Le caratteristiche del processo di erogazione dei servizi

- 1.4 La catena del valore di Porter, la catena del valore dei servizi
- 1.5 Relazione tra SSME e ICT, i sistemi di servizio e l'innovazione
- 1.6 Il ruolo della conoscenza nei servizi
- 1.7 Il ruolo dell'informazione nella SSME
- 1.8 Linee di progettazione di sistemi di servizio (modello ingegneristico vs modello interpretativo)
- 1.9 Confronto tra ciclo di vita del prodotto / del software / di un servizio
- 2. Sistemi informativi aziendali e servizi
 - 2.1 Sistema informativo e sistema organizzativo
 - 2.2 Processi aziendali
 - 2.3 Ciclo di vita del servizio e del SI
 - 2.4 I sistemi informativi direzionali
 - 2.5 Architettura dei sistemi di supporto operativo
 - 2.6 Portafoglio applicativo
- 3. Business Intelligence
 - 3.1 Governare l'informazione
 - 3.2 Valore dell'informazione
 - 3.3 OLAP
 - 3.4 Business Analytics
- 4. Sistemi informativi e social media
 - 4.1 Social Media
 - 4.2 Big Data
 - 4.3 Processi collaborativi
 - 4.4 Social Media Marketing
 - 4.5 Social Media Analytics

4.6 Esercitazioni con Rapidminer

PREREQUISITI

COSTRUZIONE DI SCENARI SOCIO-ECONOMICI

Conoscenza degli strumenti base di statistica descrittiva

MANAGEMENT DELLE INFORMAZIONI E GESTIONE DELLA CONOSCENZA

Generale conoscenza delle principali tecnologie ed applicazioni informatiche.

METODI DIDATTICI

COSTRUZIONE DI SCENARI SOCIO-ECONOMICI

Lezioni in aula.

MANAGEMENT DELLE INFORMAZIONI E GESTIONE DELLA CONOSCENZA

Lezioni in aula e lavoro di ricerca.

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

COSTRUZIONE DI SCENARI SOCIO-ECONOMICI

Prova scritta.

MANAGEMENT DELLE INFORMAZIONI E GESTIONE DELLA CONOSCENZA

Prova scritta.

TESTI DI RIFERIMENTO

COSTRUZIONE DI SCENARI SOCIO-ECONOMICI

Blangiardo G.C., Elementi di Demografia, Il Mulino.

Livi Bacci M. Storia minima della popolazione del mondo. Il Mulino

Racioppi F., Rivellini G. Applied Demography. La Demografia per le aziende e la governante locale.

Ulteriore materiale didattico verrà fornito dal docente durante lo svolgimento del corso.

MANAGEMENT DELLE INFORMAZIONI E GESTIONE DELLA CONOSCENZA

1) M. Mezzanzanica, D. Cavenago, "Scienza dei servizi – Un percorso tra metodologie e applicazioni", Springer-Verlag Italia, (2010) [ISBN: 978 88 470 1363 6]; 2) G. Bracchi, C. Francalanci, G. Motta. Sistemi informativi d'impresa. McGraw-Hill, 2010 (ISBN: 978 88 386 6328 4); nel corso delle lezioni sarà indicato dai docenti ulteriore materiale (slide, articoli...).

Laboratorio interdisciplinare di analisi e progettazione dei servizi

Codice: F6302N004 (6 CFU) - Docente: da definire

OGGETTO

Il laboratorio di Analisi e Progettazione dei Servizi intende offrire agli studenti del primo anno di MAGES l'opportunità di apprendere e sperimentare direttamente sul campo la metodologia progettuale legata all'analisi, all'ideazione e allo sviluppo di un nuovo servizio. Il Design dei Servizi si propone di individuare soluzioni innovative che possano soddisfare bisogni o desideri manifestati e non, migliorando l'esperienza (in termini di qualità e interazione) dei fruitori della prestazione. Cos'è oggi servizio? L'ospedale, la scuola, ma anche il microcredito, il bike-sharing, Starbucks, iTunes e Wikipedia. All'interno del laboratorio si lavorerà dunque sul concetto di servizio come attività di tipo processuale volta a organizzare persone, infrastrutture, componenti materiali e immateriali al fine di risolvere problemi semplici o complessi.

PROGRAMMA

Il laboratorio è offerto in modalità blended learning, ovvero alternando momenti d'aula (40%) a momenti in cui si svolgono attività in remoto utilizzando la piattaforma e-learning.

Dopo un'introduzione teorica (realizzata analizzando casi studio di successo) volta ad uniformare il livello di conoscenza di base della materia, gli studenti inizieranno un percorso progettuale che li porterà a sviluppare, seppur in modo semplificato, un servizio innovativo.

Ogni gruppo dovrà lavorare alla progettazione e realizzazione di un nuovo servizio che possa risolvere efficacemente una problematica legata ad uno o più contesti di riferimento indicati dal docente (ad esempio, ma non necessariamente, il contesto Bicocca: accesso all'informazione, cibo, mobilità, cultura ecc..)

Per farlo, saranno svolte una serie di esercitazioni riguardanti:

- l'analisi approfondita delle problematiche su cui intervenire, attraverso diverse metodologie di ricerca pensate per individuare bisogni non soddisfatti, comprendere fenomeni e andamenti;
- l'ideazione di ipotetiche soluzioni di servizio, attraverso attività di brainstorming e workshop creativi;
- la progettazione della struttura di base del servizio, attraverso l'analisi e l'organizzazione degli elementi che la compongono;

- lo studio dell'esperienza dell'utente, attraverso analisi di scenari di fruizione del servizio e di interfacce dedicate.
- la fattibilità dell'idea imprenditoriale, attraverso indicazioni che consentano di aumentare l'effettiva possibilità di realizzare il progetto;
- la comunicazione dell'idea di servizio, attraverso attività di racconto e presentazione (visuale e non) dell'idea.

Al termine del laboratorio, ciascun gruppo presenterà la nuova idea di servizio al fine di ottenere una valutazione sull'efficacia e la fattibilità della soluzione proposte. Agli studenti saranno proposte lezioni frontali di tipo teorico, esercitazioni progettuali da svolgere in piccoli gruppi, visite di realtà professionali che si occupano di progettazione di servizi, incontri con persone che hanno sviluppato e gestito sistemi di servizi innovativi. E' inoltre prevista l'attivazione della piattaforma e-learning del laboratorio, dove inserire i diversi contenuti prodotti nel corso delle settimane. Sono previsti momenti di revisione in aula. Per gli studenti non frequentanti si potranno concordare revisioni utilizzando il sistema di teleconferencing collegato alla piattaforma e-learning.

TESTI DI RIFERIMENTO

I testi di riferimento verranno indicati in aula dal docente.

MODALITÀ ACQUISIZIONE IDONEITÀ

L'idoneità sarà acquisita mediante presenza in aula non inferiore al 75% del monte ore previsto e discussione finale individuale o di gruppo sulle attività laboratoriali svolte individualmente o in gruppo durante il corso.

Diritto dei servizi di pubblica utilità

Codice: F6302N008M (6 CFU) - Docente: Margherita Ramajoli

OBIETTIVI FORMATIVI

Conoscenza e comprensione

Fornire gli elementi essenziali di conoscenza della disciplina normativa dei servizi di pubblica utilità

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Sviluppare gli approcci e le metodologie di analisi giuridica dei settori di pubblica utilità

CONTENUTI SINTETICI

Servizi d'interesse generale

Dal monopolio alla liberalizzazione

Liberalizzazione e regolazione

Autorità di regolazione

Autorità garante della concorrenza e del mercato

La tutela degli utenti

PROGRAMMA ESTESO

Il corso ha per oggetto il tema dei servizi di pubblica utilità, oggetto di recenti, numerosi e importanti interventi normativi, molti dei quali non ancora pienamente conclusi.

Il corso è organizzato in due parti, la prima dedicata al quadro generale e idonea a fornire le necessarie chiavi di lettura per analizzare i servizi di pubblica utilità, la seconda esamina specificamente singoli settori, al fine di verificare la portata degli annunciati processi di liberalizzazione.

PREREQUISITI

Buona capacità di apprendimento, di scrittura e comunicazione orale, insieme ad una generale conoscenza giuridica

METODI DIDATTICI

Lezioni in aula, discussione di casi e lavoro di ricerca.

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

Prova orale.

TESTI DI RIFERIMENTO

Il testo di riferimento per tutti gli studenti, frequentanti e non, è:

M.CLARICH, Manuale di diritto amministrativo, III ed., il Mulino, Bologna, 2017, da pag. 25 a pag. 101, da pag. 311 a pag. 392

o, in alternativa

G. NAPOLITANO, La logica del diritto amministrativo, II ed., il Mulino, Bologna, 2017, da pag. 1 a pag. 150.

Diritto delle società di capitali

Codice: F6302N033 (6 CFU) - Docente: Alessandro Arrigoni

OBIETTIVI FORMATIVI

Comprendere le dinamiche essenziali dell'impresa e i fondamenti della sua disciplina. Apprendere principali contenuti e logiche del diritto dell'impresa e del diritto societario.

CONTENUTI SINTETICI

Ci si propone innanzitutto di approfondire alcuni temi connessi alle società di capitali (s.p.a. e s.r.l.). L'indagine avrà in primo luogo ad oggetto diversi aspetti relativi alla disciplina in essere per s.p.a. e s.r.l. In particolare, si esaminerà il diverso ruolo del socio e le distinte modalità con cui si possono strutturare amministrazione e controllo nelle s.p.a. e nelle s.r.l. Saranno quindi oggetto di approfondimento i diversi poteri di voice e di exit facenti capo ai soci delle s.r.l. e delle s.p.a., nonché le distinte forme con cui è possibile ottenere capitale di credito e capitale di rischio in tali tipi societari. Nella seconda parte del corso, invece, verrà esaminata la disciplina applicabile alle società quotate, nonché quella relativa alle società facenti parte di un gruppo.

PROGRAMMA ESTESO

Confronto tra s.p.a. e s.r.l.

- Ruolo del socio.
- Amministrazione e controllo.
- Diritto di recesso.
- Invalidità delle decisioni e responsabilità.
- Conferimenti e finanziamenti.

Società quotate.

Gruppi di società.

PREREQUISITI

Elementi di base del diritto privato.

METODI DIDATTICI

Lezioni e discussioni casistiche. Possibilità di partecipare, su base volontaria, a un seminario competitivo basato sulla simulazione di controversie.

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

Esame orale.

TESTI DI RIFERIMENTO

AAVV, Diritto Commerciale, vol. II, a cura di M. Cian, Giappichelli, ultima edizione, unicamente la sezione dedicata alla s.r.l. (sezione 4, parr. 60-62 nell'edizione 2014), la sezione dedicata all'articolazione del rischio d'impresa (sezione 6 nell'edizione 2014), la sezione dedicata ai profili di diritto internazionale privato e dell'UE (sezione 9 nell'edizione del 2014), la sezione dedicata al diritto del sistema finanziario con specifico riferimento alla disciplina dei mercati e degli emittenti (sezione 10, parr. 80 e 81 nell'edizione 2014).

Alternativamente:

G.F. Campobasso, Diritto commerciale, vol. 2 Diritto delle società, Utet, ultima edizione, unicamente le parti dedicate alle s.r.l., ai gruppi di società e alle società quotate.

INSEGNAMENTI DEL SECONDO ANNO (per gli studenti immatricolatisi nell'anno accademico 2017-2018)

Strategie per la creazione di valore (in inglese)

Codice: F6302N005 (6 CFU) - Docente: Elisabetta Marafioti

OBIETTIVI FORMATIVI

Conoscenza e comprensione

Il corso si propone di sviluppare nei partecipanti la capacità di contribuire alla gestione strategica delle aziende di servizi di medie e grandi dimensioni in quanto sistemi dinamici e complessi.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Sviluppare gli approcci e le metodologie di elaborazione, valutazione e gestione utilizzate nello sviluppo di strategia di crescita corporate che creino valore da parte di imprese di servizi.

CONTENUTI SINTETICI

Il corso permetterà ai partecipanti di conoscere i contenuti della corporate strategy, riconoscere la natura sistemica delle scelte di corporate strategy, imparando a enucleare le relazioni più rilevanti tra variabili, interne e esterne all'azienda, applicare alcuni strumenti di analisi e diagnosi applicabili ai problemi di corporate strategy individuando i percorsi di crescita più redditizi delle aziende, valutare le azioni più opportune per realizzare processi di trasformazione aziendale.

Il corso si avvale di metodi didattici interattivi, business game e discussione di casi oltre a momenti di razionalizzazione didattica più tradizionale

Il corso è offerto in modalità blended learning e prevede alcune sessioni (40%) in cui si affronta il tema adottando una prospettiva strategica e una serie di attività applicative da svolgersi sulla piattaforma elearning individualmente e/o in gruppo.

PROGRAMMA ESTESO

Introduzione alla Corporate strategy:

Dal vantaggio competitivo al vantaggio aziendale.

Corporate strategy: le decisioni rilevanti.

Le matrici di portafoglio.

Individuazione e valutazione delle risorse corporate di un'azienda.

La crescita diversificata.

Le strategie di crescita verticale

Le strategie di crescita internazionale

Le strategie nei mercati con demand-side increasing returns

Corporate Strategy e variabili organizzative.

I ruoli del corporate headquarter.

Corporate strategy e mercati dei capitali.

La trasformazione aziendale e le strategie di turnaround

PREREQUISITI

Buona capacità di apprendimento, di scrittura e comunicazione orale, insieme ad una generale conoscenza dei processi economici. Elementi base di Economia aziendale e di strategia competitiva.

METODI DIDATTICI

Lezioni in aula, discussione di casi e business game.

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

Studenti frequentanti

Gli studenti frequentanti saranno valutati in riferimento alle seguenti attività: Business Game (attività di gruppo) 40 punti, Analisi caso/tema (attività di gruppo) 40 punti, Quiz (Esame individuale) 10 punti e Peer to Peer Evaluation 10 punti.

Studenti non frequentanti

Sono considerati non frequentanti gli studenti che scelgono di non frequentare le lezioni e di non partecipare all'attività di gruppo. Gli studenti non frequentanti devono sostenere l'esame scritto sui testi indicati per tale modalità.

L'esame scritto si compone di 4 domande aperte a cui dare risposta in 70 minuti.

TESTI DI RIFERIMENTO

Per gli studenti frequentanti

- Collis, David J., Cynthia A. Montgomery, Giorgio Invernizzi, Mario Molteni, Corporate level strategy - generare valore condiviso nelle imprese multi business 3/ed, Mc-Graw Hill, 2012
- Presentazioni e report in formato elettronico resi disponibili dai gruppi sulla piattaforma e-learning

Per gli studenti non frequentanti

- Collis, David J., Cynthia A. Montgomery, Giorgio Invernizzi, Mario Molteni, Corporate level strategy - generare valore condiviso nelle imprese multi business 3/ed, Mc-Graw Hill, 2012
- Pisano, Paola, Managing innovation. Creare, gestire e diffondere. Innovazione nei sistemi relazionali. libreriauniversitaria. it ed., 2011.

Diritto del mercato del lavoro

Codice: F6302N007 (6 CFU) - Docente: Franco Scarpelli

OBIETTIVI FORMATIVI

Conoscenza e comprensione

Fornire gli elementi essenziali di conoscenza delle regole del mercato del lavoro e dei contratti di lavoro.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Sviluppare la capacità di selezionare, interpretare e applicare le normative rilevanti per l'organizzazione e la gestione dei servizi.

CONTENUTI SINTETICI

La gestione dei rapporti di lavoro, con i limiti derivanti dalle regole del diritto del lavoro (e relativi costi) è uno degli elementi fondamentali della gestione dei servizi. L'insegnamento mira a fornire la conoscenza delle fonti e delle tecniche di regolazione del mercato del lavoro, approfondendo anche con metodo casistico gli istituti più rilevanti per i servizi, pubblici e privati.

PROGRAMMA ESTESO

Il programma dell'insegnamento muove dai principi e meccanismi fondamentali di regolazione del mercato e dei rapporti di lavoro, mirando a fornire consapevolezza dei relativi problemi giuridici, delle tecniche di regolazione, del ruolo delle diverse fonti (in particolare: normativa europea, normativa nazionale, contrattazione collettiva).

La materia verrà tuttavia illustrata e approfondita adottando da subito, anche con l'aiuto di casi reali, la prospettiva applicativa del settore dei servizi, pubblici e privati: dunque in una logica funzionalistica e mirante a chiarire i limiti normativi (ed i costi ad essi connessi) per il management degli stessi servizi.

I temi fondamentali affrontati saranno i seguenti.

- L'evoluzione del diritto del lavoro e le esigenze di progressiva flessibilizzazione del mercato del lavoro: profili storici e di politica legislativa. I rapporti tra l'ordinamento nazionale e quello comunitario; le riforme più recenti.
- Regole del mercato del lavoro: flessibilità in entrata e tipologie contrattuali. Lavoro subordinato e lavoro autonomo. Lavoro a tempo indeterminato, lavoro temporaneo, a tempo parziale, somministrato. I contratti di lavoro a finalità formativa (tirocini, apprendistato). Il lavoro mediante "piattaforme" digitali.
- Il ruolo della contrattazione collettiva e la sua rilevanza per la regolazione e i costi dei servizi pubblici e privati.
- La flessibilità in uscita: regole dei licenziamenti, eccedenze di personale; esternalizzazioni e trasferimenti d'azienda.
- Esternalizzazione dei servizi e appalti: le tutele dei trattamenti; la tutela dell'occupazione nella dinamica dei cambi di appalto; le regole specifiche degli appalti pubblici.

PREREQUISITI

Buona capacità di apprendimento per problemi e di costruzione dell'argomentazione, orale e scritta, insieme ad una generale conoscenza giuridica. La conoscenza delle basi del diritto del lavoro è utile, ma il corso è aperto anche a chi non abbia mai approfondito tale materia

METODI DIDATTICI

Lezioni in aula, discussione di casi e lavoro di ricerca individuale o di gruppo. Incontri con operatori del settore

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

Per gli studenti frequentanti: le modalità di verifica saranno definite durante il corso, mediante prove scritte su parti della materia, redazione di papers, eventuali colloqui orali integrativi.

Per gli studenti non frequentanti: prova orale

TESTI DI RIFERIMENTO

Per coloro che non avessero già sostenuto un esame di diritto del lavoro, durante gli studi precedenti, è necessario consultare di un manuale aggiornato di diritto del lavoro, corso base. Tra i testi consigliati: R. DEL PUNTA, Diritto del lavoro, Giuffrè, Milano, ed. 2017 (nel quale vedere almeno i seguenti capitoli: Sez. prima, I, II, IV, V, VI; Sez. seconda, I, II, III; Sez. terza; Sez. quarta; Sez. quinta, I, II, III, IV, V, VI, VII, VIII, IX, XI; Sez. sesta).

Durante il corso saranno indicati parti di testi monografici, dispense, provvedimenti giudiziari relativi agli argomenti trattati e necessari per superare l'esame. Gli studenti non frequentanti dovranno contattare il docente direttamente via posta elettronica (franco.scarpelli@unimib.it) per ottenere specifiche indicazioni.

Capitale umano e sviluppo aziendale

Codice: F6302N009 (6 CFU) - Docente: Mattia Martini

OBIETTIVI FORMATIVI

Il corso ha come obiettivo quello di trattare il ruolo del capitale umano nello sviluppo delle istituzioni quali imprese, enti pubblici ed organizzazioni non profit.

CONTENUTI SINTETICI

Dopo aver richiamato lo sviluppo del tema del capitale umano secondo diverse prospettive (macro, micro e meso) di studio l'attenzione verrà portata ai modelli interpretativi della dinamica del capitale umano in azienda, con particolare riferimento alle aziende di servizi, richiamando a fini didattici ricerche internazionali ed esperienze nazionali anche con l'aiuto di casi di aziendali e di settore. Nel corso troverà spazio la presentazione di strumenti e logiche di gestione del capitale umano in azienda.

PROGRAMMA ESTESO

Il corso è strutturato in alternanza tra lezioni teoriche, case history e testimonianze, e i temi trattati sono i seguenti:

- Dal capitale umano alla gestione delle risorse umane (GRU)
- Le persone e la pianificazione delle risorse umane
- I mercati del lavoro, il reclutamento e la selezione del personale
- Da contratto collettivo, al contratto individuale, al commitment
- I sistemi di formazione e sviluppo del personale
- La gestione e la valutazione delle performance
- Sistemi di retribuzione, partecipazione e diversity management

PREREQUISITI

Buona capacità di apprendimento, di scrittura e comunicazione orale, insieme ad una generale conoscenza dei processi economici.

METODI DIDATTICI

Lezioni in aula e lavoro di ricerca.

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

Prova scritta e integrazione orale

TESTI DI RIFERIMENTO

Per gli studenti frequentanti

- Costa G., Gianecchini M. (2013) "Risorse umane. Persone, relazioni e valore", McGraw-Hill (III Edizione)
- Slide, casi e letture selezionate a cura del docente

Per gli studenti non frequentanti

- Costa G., Gianecchini M. (2013) "Risorse umane. Persone, relazioni e valore", McGraw-Hill (III Edizione)
- Noe R. A., Hollenbeck J.R., Gerhart B., Wright P.M. (2006) "Gestione delle risorse umane", Apogeo (II edizione) – (Cap. 1-2-3-8-12)

Management e imprenditorialità sociale

Codice: F6302N010 (6 CFU) - Docente: Dario Cavenago

OBIETTIVI FORMATIVI

Conoscenza e comprensione

Fornire gli elementi essenziali di conoscenza sulle più recenti teorie dell'imprenditorialità sociale e sui principali modelli di riferimento in ambito nazionale ed europeo.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Sviluppare gli approcci e le metodologie di pianificazione, valutazione e gestione utilizzate nella pianificazione dei progetti applicabili nel contesto dell'imprenditorialità sociale intesa come eventi e/ gestione strategica interna all'impresa.

CONTENUTI SINTETICI

Il corso è costruito intorno al tema dell'imprenditorialità sociale, delle sue determinanti e degli strumenti e dei modelli di gestione. Il corso è offerto in modalità blended learning e prevede alcune sessioni (40%) in cui si affronta il tema adottando una prospettiva strategica e una serie di attività applicative da svolgersi sulla piattaforma elearning individualmente e/o in gruppo.

PROGRAMMA ESTESO

Management e imprenditorialità sociale:

- 1) Imprenditorialità sociale: definizione, confini e caratteristiche distintive
- 2) Imprenditorialità sociale e corporate social responsibility
- 3) Strumenti di gestione e modelli organizzativi
- 4) Gestire, misurare e bilanciare valore economico e sociale
- 5) I modelli esistenti tra profit e non-profit (impresa sociale italiana e modelli internazionali)

Progettualità

- 1) simulazione dell'identificazione di un progetto;
- 2) simulazione dell'elaborazione di progetti di intrapresa sociale;
- 3) simulazione di un processo di Valutazione di progetti.

PREREQUISITI

Buona capacità di apprendimento, di scrittura e comunicazione orale, insieme ad una generale conoscenza dei processi economici.

METODI DIDATTICI

Il corso è erogato in modalità blended learning che include le seguenti attività: lezioni in aula, discussione di casi, lavoro di ricerca e attività on line.

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

Prova scritta.

TESTI DI RIFERIMENTO

Per studenti frequentanti:

- Sebastiani R. (2013). La corporate sustainability. In Sebastiani R. Corporate sustainability e competitività delle imprese. Lo sviluppo sostenibile come opportunità per un nuovo modo di fare impresa. Franco Angeli (Capitolo 1)
- Slide e materiali caricati sul sito e-learning del corso

Per studenti non frequentanti:

- Grandori A. (2015). 10 tesi sull'impresa. Contro i luoghi comuni dell'economia. Il Mulino.
- Sebastiani R. (2013). Corporate sustainability e competitività delle imprese. Lo sviluppo sostenibile come opportunità per un nuovo modo di fare impresa. Franco Angeli.

Le politiche per la salute

Codice: F6302N023 (6 CFU) - Docente: Mara Tognetti

OBIETTIVI FORMATIVI

Il programma del corso intende affrontare il tema della salute individuale e collettiva. In particolare il modulo è finalizzato ad analizzare l'ambito della salute nelle sue diverse dimensioni, con particolare riferimento allo sviluppo e alla evoluzione della sociologia della salute e della medicina.

Conoscenza e comprensione

Rispetto alla conoscenza e comprensione saranno verificate in momenti di discussione in aula su dati epidemiologici.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Particolare attenzione nello sviluppo dei temi sarà dato alla capacità di applicare le conoscenze acquisite anche con l'analisi di caso.

CONTENUTI SINTETICI

Saranno analizzati i contesti e le organizzazioni relative alle Medicine Integrate e alle Medicine Non Convenzionali sia nei sistemi di salute dei paesi occidentali che nei paesi ad economia frenata. Particolare attenzione verrà rivolta all'impatto della crisi economica sulla salute degli individui.

PROGRAMMA ESTESO

- La sociologia della salute e della medicina, i relativi approcci teorici e sue evoluzioni
- Gli attori e le organizzazioni dei sistemi di cura e per la salute
- I network della salute
- Le disuguaglianze di salute

PREREQUISITI

Buona capacità di apprendimento, di scrittura e comunicazione orale, insieme ad una generale conoscenza dei processi sociali ed economici.

METODI DIDATTICI

Lezioni in aula e lavoro di ricerca.

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

Prova orale.

TESTI DI RIFERIMENTO

- 1) Crivellini, M. Galli, M., *Sanità e salute: due storie diverse. Sistemi sanitari e salute nei paesi industrializzati*, FrancoAngeli, Milano, 2016
- 2) Marmott, M. *La salute disuguale*, Il Pensiero Scientifico editore, Roma, 2016
- 3) Figueras j., McKee M., "Health Systems, Health, Wealth and Societal Well-being", McGrawHill, New York, (2012);
- 4) Heath I, *Contro il mercato della salute*, Bollati Boringhieri, Torino, 2016
- 5) Tognetti Bordogna M., *Nuovi scenari di salute. Per una sociologia della salute e della malattia*, FrancoAngeli, 2017, Milano
- 6) Tognetti Bordogna M., *From Medicalisation to Pharmaceuticalisation – A Sociological Overview. New Scenarios for the Sociology of Health*, in *Social Change Review* ▪ Winter 2014
- 7) Tognetti Bordogna M. *Regional health systems and non-conventional medicine: the situation in Italy*, in "EPMA Journal", 20 July, 2011
- 8) Toth F., "Health policies", Editore LaTerza, Bari, (2009);

Behavioral Economics for Decision Making (in inglese)

Codice: F6302N027 (6 CFU) - Docente: Riccardo Viale

OBIETTIVI FORMATIVI

This course intends to allow students to become familiar with the literature in behavioral economics and decision making. While this approach is based on the experimental data about human reasoning (provided by cognitive psychology and neurosciences), students will be driven to test experimentally properties and assumptions on human decisions. Major goals will be that of enabling students to gain understanding of the major aspects of behavioral decision-making under uncertainty, and applications to economics, politics and finance.

CONTENUTI SINTETICI

The Course aims at introducing the students to the psychological aspects of decision making in organizational, social and political context. In particular some special features of decisions in public policy and international politics will be deepened.

PROGRAMMA ESTESO

1. Reasoning, affect and gut feelings: decision making is also determined by emotional and affective components that are often very adaptive. Neuroeconomics features of affect and emotion in decision making. Readings: Gigerenzer 2007, ch. 1, 8, 9, 10, 11; Viale, 2012, ch. 9, 10. Viale 2017b; Viale 2017 c.
2. Social context and group decisions: the social and organizational context variables constraining the results of decisions. Neurocognitive features of sociality. Readings: Plous 1993, Sections V–VI. Viale, 2012, ch. 5.
3. Conflicts and negotiations in public organizations: the phenomenology and dynamics of collective decisions and how to avoid paralyzed conflicts and sub optimal results in negotiation. Cultural variables of reasoning and conflicts. Readings: Plous 1993, Sections V– VI; Viale, 2012, ch. 14.
4. Improving decisions in public policies: how to discount the psychological processing of the individual citizens in order to optimize the effect of laws, rules, and norms. Nudge and Beyond Nudge. Thaler and Sunstein 2009, Introduction + ch. 10, 11, 12, 13; Viale, 2016; Viale 2017 b; Viale 2017 d.; Viale 2018.

5. Decision making in international relations: how the models of reasoning and decision making can be applied to the decisions in international arena. Readings: Tetlock 2006, ch. 1; Viale, 2012, ch. 8.

TESTI DI RIFERIMENTO

1. Gigerenzer, G. (2007). Gut Feelings. London: Penguin.
2. Plous, S. (1993) The Psychology of Judgment and Decision Making, New York: McGraw-Hill.
3. Tetlock, P. (2006) Expert Political Judgement, Princeton: Princeton University Press.
4. Thaler, R. and Sunstein, C. (2009) Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth and Happiness, London: Penguin.
5. Viale, R. (2012). Methodological Individualism. Vol. 1: Mind, Rationality, and Society. Berlin Heidelberg: Springer.
6. Viale R. "La Razionalità Limitata e le Forme di Paternalismo Libertario", Sistemi Intelligenti- Rivista Quadrimestrale di Scienze Cognitive e Intelligenza Artificiale (Il Mulino), Anno XXVIII, n.1 (2016).
7. Viale R. "Corpo e Razionalità" in Giorgio Coricelli e Duccio Martelli (a cura di) Neurofinanza. Le basi neuronali delle scelte finanziarie. Milano: Egea (2017, a)
8. Viale R. "How To Decide in the Large World of Finance: The Bounded Rational Adaptive Nudges" , in "Ensuring financial competences. Gauging financial knowledge, targeting and delivering educational programmes", Quaderni di Finanza Consob, 84. (2017, b)
9. Viale R. "La Decisione nel Regno dell'Incertezza", Sistemi Intelligenti- Rivista Quadrimestrale di Scienze Cognitive e Intelligenza Artificiale (Il Mulino), Anno XXIX, n.2 (2017, c).
10. Viale R. " Behavioral Insights, Nudging e Politiche Pubbliche Europee", in Europa: un utopia in costruzione, Roma: Istituto della Enciclopedia Italiana (2017, d).
11. Viale R. "Oltre il Nudge", Bologna: Il Mulino (2018).

Metodologie per la costruzione di scenari sociali

Codice: F6302N015 (6 CFU) - Docente: Patrizia Farina

OBIETTIVI FORMATIVI

Il corso si propone di esaminare i requisiti, i metodi e i caratteri salienti delle indagini per valutare ed interpretare le manifestazioni dei fenomeni sociali e demografici.

CONTENUTI SINTETICI

Le trasformazioni sociali, economiche e demografiche degli ultimi decenni hanno generato nuovi bisogni conoscitivi, in parte soddisfatti dalla realizzazione di indagini specifiche.

PROGRAMMA ESTESO

Il corso si propone di esaminare alcune fra le più rilevanti indagini nazionali e internazionali per la realizzazione di un lavoro di ricerca che ha origine nella predisposizione degli obiettivi fino alla restituzione dei risultati. Le differenti finalità delle indagini prese in considerazione e il differente contesto sociale ed economico delle popolazioni oggetto di interesse evidenziano, anche in termini comparativi, valori e nodi problematici nella progettazione delle indagini e nel trattamento delle informazioni. I temi affrontati sono i seguenti:

Ricerca da indagini, ricerca da archivi amministrativi

Agenzie di produzione di dati e qualità dei dati

La raccolta dei dati

Risorse e vincoli dei dati

Qualità dei dati e validità delle misure

Sviluppo storico delle indagini in Italia

Progettazione delle indagini campionarie

Indagini italiane e internazionali

Casi particolari di indagini

Uso dei dati di indagine

PREREQUISITI

Buona capacità di apprendimento, di scrittura e comunicazione orale, insieme ad una generale conoscenza dei processi economici e sociali.

METODI DIDATTICI

Lezioni frontali

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

Prova scritta con integrazione orale.

TESTI DI RIFERIMENTO

La docente fornirà materiale didattico ai frequentanti durante il corso. I non frequentanti sono pregati di mettersi in contatto con la docente

Sistemi informativi

Codice: F6302N012 (6 CFU) - Docente: Mario Mezzanzanica, Mirko Cesarini

OBIETTIVI FORMATIVI

Il Corso intende creare le necessarie conoscenze, sotto il profilo tecnico e metodologico, che consentano la comprensione del modello di una base di dati relazionale per il supporto decisionale (Database e Data warehouse) quale risorsa strategica essenziale al raggiungimento degli obiettivi di un'organizzazione aziendale. Il corso inoltre intende fornire le competenze tecniche per l'interrogazione mediante il linguaggio SQL.

CONTENUTI SINTETICI

Progettazione di basi di dati

La progettazione concettuale e logica

La normalizzazione

Basi di dati per il supporto alle decisioni

Eventuali variazioni saranno comunicate dal docente in aula

PROGRAMMA ESTESO

Progettazione di basi di dati

- o Metodologie e modelli per il progetto
- o Introduzione alla progettazione: il ciclo di vita dei sistemi informativi, metodologie di progettazione e basi di dati.
- o Il modello Entità – Relazione: i costrutti principali del modello, panoramica finale del modello E-R
- o Documentazione di schemi E-R, regole aziendali, tecniche di documentazione.

La progettazione concettuale e logica

- o L'analisi e la specifica dei requisiti
- o Strategie di progetto: strategia top- down, strategia bottom- up, strategia inside-out, strategia mista
- o Qualità di uno schema concettuale
- o Strumenti CASE per la progettazione di basi di dati

La normalizzazione

- o Ridondanze e anomalie
- o Dipendenze funzionali
- o Forma normale di Boyce e Codd: definizione e decomposizione in forma normale di Boyce e Codd
- o Progettazione di basi di dati e normalizzazione: verifiche di normalizzazione su entità e su associazioni, ulteriori decomposizioni di associazioni, ulteriori decomposizioni di schemi concettuali

Basi di dati per il supporto alle decisioni

- o Architetture e paradigmi per l'analisi dei dati
- o Architettura dei data warehouse
- o Schemi dei data warehouse : schema a stella, schema a fiocco di neve
- o Operazioni per l'analisi dei dati, interfacce per la formulazione di query, drill down e roll up, data cube.
- o Data mining: il processo di data mining, problemi di data mining, prospettive del data mining

Eventuali variazioni saranno comunicate dal docente in aula.

PREREQUISITI

Nessuno

METODI DIDATTICI

Lezioni frontali, seminari monotematici, esercitazioni, assegnamenti da svolgere a casa.

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

La modalità di verifica si basa su una prova scritta e una eventuale prova orale.

La prova scritta si svolge al computer ed è composta da domande aperte e chiuse e risposta multipla su tutti gli argomenti del corso.

In sede di valutazione viene considerata la capacità dello studente di rispondere a quesiti specifici facendo riferimento agli aspetti teorici e pratici (mediante esempi) connessi all'argomento richiesto.

La prova scritta è comune sia per gli studenti frequentanti sia per i non frequentanti.

La prova orale è mirata ad accertare la conoscenza teorica dello studente sugli argomenti del corso. Saranno quindi valutate le capacità di ragionare e approfondire le tematiche proposte in sede di esame e il rigore metodologico del loro sviluppo.

TESTI DI RIFERIMENTO

Chianese, Moscato, Picariello e Sansone: Sistemi di basi di dati e applicazioni. Maggioli Editore, 2015.

Diritto comunitario della concorrenza e del mercato (in inglese)

Codice: F6302N013 (6 CFU) - Docente: Benedetta Ubertazzi

OBIETTIVI FORMATIVI

Il corso esamina le regole di concorrenza dell'Unione europea. In particolare le regole comprese negli artt. 101-106 del TFUE.

Il diritto di concorrenza UE si compone di tre pilastri:

- a) divieto di accordi anti-concorrenziali
- b) divieto di abuso di posizione dominante e
- c) regolamentazione di acquisizioni e concentrazioni.

Vi sono poi regole di diritto derivato a integrazione.

La Commissione UE fa rispettare il diritto di concorrenza UE un aspetto importante è l'interrelazione tra diritto ed economia.

Gli studenti non devono aver sostenuto necessariamente l'esame di diritto UE anche se in questo caso sono necessarie letture integrative.

Gli studenti devono prendere parte attivamente durante il corso durante seminari e gruppi di discussione. Devono anche presentare argomenti in aula al resto del gruppo

CONTENUTI SINTETICI

- a) divieto di accordi anti-concorrenziali
- b) divieto di abuso di posizione dominante e
- c) regolamentazione di acquisizioni e concentrazioni.

PROGRAMMA ESTESO

Il diritto di concorrenza UE si compone di tre pilastri:

- a) divieto di accordi anti-concorrenziali

- b) divieto di abuso di posizione dominante e
- c) regolamentazione di acquisizioni e concentrazioni.

Vi sono poi regole di diritto derivato a integrazione.

La Commissione UE fa rispettare il diritto di concorrenza UE: un aspetto importante è l'interrelazione tra diritto ed economia.

PREREQUISITI

Nessuno

METODI DIDATTICI

In coerenza con gli obiettivi formativi del corso, la didattica sarà svolta in lingua inglese e sarà organizzata in:

- lezioni frontali;
- discussione critica degli argomenti trattati
- risoluzione autonoma da parte dello studente di esercizi e compiti
- svolgimento di progetti individuali o in gruppo
- discussione di casi

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

Coerentemente con gli obiettivi formativi e con i metodi didattici del corso, la modalità di verifica dell'apprendimento sarà

- per i frequentanti esame scritto con domande aperte integrato da un esame orale e valutazione della partecipazione attiva in aula. Le modalità di formazione del voto di esame saranno voti in trentesimi, di cui esame scritto 70% e partecipazione in aula 30%.
- per i non frequentanti esame orale con domande aperte . Le modalità di formazione del voto di esame saranno voti in trentesimi.

TESTI DI RIFERIMENTO

Per i non frequentanti:

EU Competition Law 2017

Cases, Texts and Context

Eleanor M. Fox, Walter J. Derenberg Professor of Trade Regulation, New York University, School of Law, US and Damien Gerard, Director, Global Competition Law Center (GCLC) and Visiting Professor, College of Europe and Université catholique de Louvain, Belgium

<https://www.e-elgar.com/shop/eu-competition-law>

Per i frequentanti:

Per i frequentanti non vi è obbligo di alcun testo ma sarà sufficiente il materiale che verrà messo a disposizione degli studenti a lezione

Diritto amministrativo europeo

Codice: F6302N014 (6 CFU) - Docente: Marco Antonioli

OBIETTIVI FORMATIVI

Il corso si prefigge di fornire allo studente la cognizione delle fonti e dei principi del diritto europeo e di analizzare il loro impatto sulle fonti giuridiche interne, sul regime degli atti amministrativi e sull'organizzazione dei poteri pubblici, avendo particolare riguardo alla giurisprudenza della Corte di giustizia.

CONTENUTI SINTETICI

Il corso ha ad oggetto una frazione del diritto amministrativo: e, per questa ragione, è suggerito uno studio congiunto delle due materie.

La nozione di diritto amministrativo europeo oscilla fra una tesi minimalista, ed una massimalista: la prima si pone in termini critici, circa la configurabilità della materia in termini di autonomia; la seconda, invece, tende a riconoscere al diritto amministrativo europeo un ambito proprio, l'ordito del quale è rappresentato da un reticolo di istituti, ritenuti in grado di qualificare la materia con tratti di specificità.

Quest'ultima opinione è propugnata da una tesi che si è andata vieppiù affermando, sin dal corso degli anni '90, in Italia, così come in altri Stati membri: a quale fra le due tesi si intenda accedere, resta, comunque, il fatto che deve registrarsi la crescente diffusione, nel panorama universitario, di corsi di diritto amministrativo europeo.

Il corso muove dall'analisi di tematiche ed istituti tradizionalmente appartenenti al diritto amministrativo nazionale. E, in tale contesto, si colloca l'influenza del diritto dell'Unione europea, l'area della quale permane in costante espansione. Il che determina due concorrenti effetti: il primo riguarda la dinamica – così come la metamorfosi – degli istituti trattati dagli studiosi del diritto amministrativo; il secondo riguarda, invece, regole e principi comunitari confluiti e/o confluenti in ambito interno, suscettibili di incidere sull'azione dei pubblici poteri.

PROGRAMMA ESTESO

Diritto amministrativo nazionale e diritto comunitario. Stati a diritto amministrativo: modelli storici e modelli teorici.

I principi generali del diritto comunitario. Rango dei principi. Le c.d. quattro libertà fondamentali. Il principio di proporzionalità.

Fonti nazionali e fonti comunitarie. Integrazione e separazione fra gli ordinamenti. Corte di giustizia e Corte costituzionale. Legge italiana e norma comunitaria. Art. 11 Cost. Primauté del diritto comunitario e suo fondamento. Art. 117, c. 1, Cost.

Atti amministrativi nazionali. Incidenza del diritto comunitario. Rapporti con la normativa comunitaria.

Disapplicazione e inoppugnabilità degli atti amministrativi.

Politiche comunitarie. Regioni e Unione europea: la riforma del titolo V della Costituzione. La partecipazione delle Regioni alla formazione degli atti normativi: la fase c.d. ascendente e la fase c.d. discendente.

Organizzazione amministrativa. Moduli organizzatori. Procedimenti amministrativi. Procedimenti composti. Coamministrazione.

Partecipazione ed accesso ai documenti. Commissione e potere esecutivo. Amministrazione e funzione pubblica comunitaria.

Tutela giurisdizionale e diritto dell'Unione europea. Ricorso per annullamento. Eccezione di illegittimità.

Rinvio pregiudiziale. Giurisdizione amministrativa e diritto comunitario: profili comparativi.

Le situazioni giuridiche soggettive. Lesione degli interessi legittimi e tutela risarcitoria: dalla normativa sugli appalti pubblici alla sentenza n. 500/99 della Cassazione a Sezioni Unite.

La responsabilità extracontrattuale nel diritto comunitario. Responsabilità delle istituzioni comunitarie e degli Stati membri. La responsabilità per atti normativi.

Amministrazione diretta e indiretta del diritto comunitario. Ambiti di applicazione. Analisi dei settori.

Diritto antitrust: I profili organizzatori e i poteri. Commissione europea e AGCM: poteri e competenze. Violazioni della concorrenza. Disciplina delle concentrazioni. Attività procedimentale e provvedimentale. Misure sanzionatorie. Tutela giurisdizionale. Interpretazione comunitaria del diritto della concorrenza.

Diritto degli appalti pubblici (cenni). Principi. Bando di gara. Aggiudicazione. Provvedimento e contratto. Organismo di diritto pubblico. Società in house. Offerta anomala.

PREREQUISITI

Conoscenze fondamentali in materia di diritto pubblico e di diritto privato.

METODI DIDATTICI

Lezioni e esercitazioni su casi legali con utilizzo di slides.

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

Per frequentanti:

2 prove scritte (open ended questionnaires);

ciclo di esercitazioni aventi ad oggetto leading cases.

Per non frequentanti:

prova orale

TESTI DI RIFERIMENTO

M.P. CHITI, Diritto amministrativo europeo, 4^a ed., Giuffrè, Milano, 2013.

Per gli studenti frequentanti saranno suggerite integrazioni e riduzioni del programma di corso, che terranno conto dell'attività già direttamente svolta dagli studenti.