



## Facoltà di Economia

### L33 – Laurea Triennale (Bachelor) in “Marketing”

#### DESCRIZIONE DEL CORSO DI LAUREA

Il corso di Bachelor (Laurea Triennale) in Economia con specializzazione in “Marketing” prepara lo studente ad affrontare analisi approfondite nel campo del marketing con una speciale attenzione agli aspetti comportamentali del target di riferimento e preparandolo per scenari sia di portata nazionale che di portata internazionale.

Il superamento del presente corso di Laurea prevede il conseguimento di **180 ECTS**.

#### OBIETTIVI FORMATIVI

Al completamento del corso di Laurea Triennale in Economia con specializzazione in “Marketing” lo studente avrà assimilato le conoscenze e sviluppato skill personali tali da consentirgli di pianificare, sviluppare, implementare e rettificare piani di marketing con finalità e specificità ben definite e a curarne lo svolgimento sino al completamento degli obiettivi prefissi.

#### SBOCCHI PROFESSIONALI

La Laurea Triennale in Economia con indirizzo Marketing offre diverse possibilità di impiego nel mondo del lavoro. Di seguito alcuni esempi dei possibili sbocchi occupazionali:

- Consulente di marketing
- Consulente di marketing internazionale
- Esperto di analisi economico-comportamentali



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA  
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

## PIANO DI STUDI LAUREA TRIENNALE (BACHELOR) IN "MARKETING"

### PRIMO ANNO

SETTORE – SSD	INSEGNAMENTO	ECTS INSEGNAMENTO
IUS/01	<a href="#">Diritto privato</a>	10
IUS/09	<a href="#">Diritto pubblico</a>	10
SECS-P/07	<a href="#">Economia aziendale</a>	10
SECS-P/07	<a href="#">Ragioneria generale e applicata</a>	10
MAT/05	<a href="#">Matematica Generale</a>	8
SECS-P/01	<a href="#">Economia Politica</a>	10

### SECONDO ANNO

SETTORE – SSD	INSEGNAMENTO	ECTS INSEGNAMENTO
SECS-S/06	<a href="#">Matematica Finanziaria</a>	8
IUS/14	<a href="#">Diritto Comunitario</a>	10
SECS-P/10	<a href="#">Fondamenti di organizzazione</a>	10
SECS-S/01	<a href="#">Statistica</a>	6
SECS-P/09	<a href="#">Finanza aziendale</a>	10
SECS-P/12	<a href="#">Storia economica</a>	8
IUS/04	<a href="#">Diritto commerciale</a>	10



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA  
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

## TERZO ANNO

SETTORE – SSD	INSEGNAMENTO	ECTS INSEGNAMENTO
SECS-P/08	<a href="#">General Marketing</a>	8
SECS-P/08	<a href="#">Marketing Internazionale (corso base)</a>	8
SECS-P/10	<a href="#">Marketing e Pubblicità degli Eventi</a>	8
SECS-P/10	<a href="#">Marketing del Turismo e delle Strutture</a> <a href="#">Ricettive</a>	8
SECS-P/01	<a href="#">Economia Comportamentale</a>	6
INF/01	<a href="#">Informatica per l'Economia</a>	6
L-LIN/12	<a href="#">Lingua Inglese</a>	6
	<a href="#">Prova finale</a>	10



<b>DIRITTO PRIVATO</b>	
<b>SSD: IUS/01</b>	<b>ECTS: 10</b>
Obiettivi Formativi	Il corso di Diritto Privato esplora i fondamenti della teoria del diritto e i rapporti giuridici tra soggetti privati. Verranno analizzati gli istituti giuridici dell'ordinamento corrente con un particolare approfondimento degli aspetti patrimoniali, dei vari soggetti giuridici, della disciplina della proprietà e una particolare enfasi sulle obbligazioni ed i contratti. Questo corso fornirà allo studente gli strumenti indispensabili per valutare i condizionamenti e l'impatto delle normative sulle attività aziendali.
Competenze Acquisite	Conoscenza e comprensione dei soggetti giuridici e dei rapporti che li regolano, con approfondimenti su quegli aspetti che interessano maggiormente le realtà aziendali. Conoscenza e comprensione dei diritti reali, della loro classificazione e delle loro specificità, sulla loro prescrizione e sulla loro tutela. Conoscenza e comprensione delle obbligazioni, delle loro tipologie, del rapporto obbligatorio e del loro adempimento. Conoscenza e comprensione dei principi generali del contratto e delle sue tipologie più comuni, dei suoi elementi essenziali, della sua validità, nullità e annullabilità; dei principali contratti atipici quali il leasing, il factoring, il franchising, il sale-and-lease-back.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Introduzione al diritto</li> <li>2. Diritto continentale (Civil Law)</li> <li>3. Common Law</li> <li>4. Le fonti del diritto</li> <li>5. I soggetti giuridici</li> <li>6. I contratti e altre fonti di obbligazioni</li> <li>7. L'impresa e l'imprenditore</li> <li>8. Le società</li> <li>9. Cenni di diritto comunitario</li> <li>10. Cenni di diritto privato comparato</li> </ol>



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA  
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ TORRENTE, P. SCHLESINGER, Manuale di diritto privato, ult. ed., a cura di F. Anelli e C. Granelli, Milano, Giuffrè</li><li>▪ Un'edizione aggiornata a scelta dello studente del Codice Civile comprensivo delle principali leggi collegate</li></ul>
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA  
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

<b>DIRITTO PUBBLICO</b>	
<b>SSD: IUS/09</b>	<b>ECTS: 10</b>
Obiettivi Formativi	Il corso si propone di fornire agli studenti, una panoramica complessiva degli aspetti essenziali del diritto pubblico italiano, attraverso la comprensione dei temi relativi all'ordinamento costituzionale, all'organizzazione e alla struttura dei poteri pubblici ed al rapporto tra soggetti pubblici e privati. Gli istituti fondamentali del diritto pubblico saranno adeguatamente approfonditi con un particolare sguardo rivolto alle fonti del diritto italiano e dell'Unione europea nonché ai reciproci rapporti tra Stato, Regioni e Unione Europea. Nell'ambito del corso saranno altresì approfonditi i riflessi fra diritto pubblico ed economia, utili a comprendere lo stretto e legame intercorrente tra organi pubblici, documenti finanziari e disponibilità di risorse.
Competenze Acquisite	Il corso così impostato consentirà ai discenti di acquisire la conoscenza delle principali tematiche giuspubblicistiche nonché la adeguata padronanza linguistica per sviluppare capacità di approfondimento e riflessione critica. Il raggiungimento degli obiettivi descritti avverrà anche mediante l'indicazione delle sentenze e della giurisprudenza in materia, per approfondire e, ove necessario, meglio comprendere gli istituti affrontati. Nel corso verranno sviluppati, altresì, approfondimenti sul settore del turismo.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Stato: nozione e definizione</li> <li>2. Le varie forme di Stato e di Governo nel panorama storico e in quello attuale</li> <li>3. Fonti del diritto</li> <li>4. La divisione dei poteri: il potere legislativo e il parlamento</li> <li>5. La divisione dei poteri: il potere esecutivo e il governo</li> <li>6. La divisione dei poteri: il potere giudiziario e gli organi giudiziari</li> <li>7. La pubblica amministrazione e il suo rapporto con le realtà</li> </ol>



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA  
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

	aziendali
Testi Consigliati	▪ G.F. FERRARI, Diritto pubblico, EGEA, 2019
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA  
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

<b>ECONOMIA AZIENDALE</b>															
<b>SSD: SECS-P/07</b>	<b>ECTS: 10</b>														
Obiettivi Formativi	Il corso introduce lo studente alle conoscenze basilari del settore economico con uno specifico focus sugli argomenti che riguardano le aziende più da vicino. Verranno affrontati ed analizzati casi specifici che comprendono aziende sia del settore pubblico che di quello privato. Verranno illustrate le strutture aziendali più comuni e quelle più rare, sia nell'ambito nazionale che europeo ed internazionale. Lo studente apprenderà a riconoscere tutti gli elementi costitutivi dell'organizzazione aziendale e ad inquadrarli all'interno di schemi sia generali sia ad hoc per armonizzarsi con le strategie e le necessità operative dettate dalla vision e dalla mission aziendale.														
Competenze Acquisite	Conoscenza e comprensione della teoria dell'azienda e degli aggregati di aziende. Conoscenza e comprensione delle strategie e delle politiche aziendali. Conoscenza e comprensione delle tecniche di analisi e progettazione delle strutture e dei processi aziendali.														
Programma	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%;">1. L'attività economica</td> <td style="width: 50%;">6. Bilancio sociale</td> </tr> <tr> <td>2. Teoria dell'azienda</td> <td>7. Le aziende pubbliche</td> </tr> <tr> <td>3. Sistema aziendale</td> <td>8. Le aziende no-profit</td> </tr> <tr> <td>4. Gestione aziendale</td> <td>9. Le aziende italiane e le aziende europee: un'analisi comparativa</td> </tr> <tr> <td>5. Processi aziendali</td> <td>10. Le aziende europee e le aziende extraeuropee: similitudini e differenze</td> </tr> <tr> <td>6. Bilancio sociale</td> <td></td> </tr> <tr> <td>7. Le aziende pubbliche</td> <td></td> </tr> </table>	1. L'attività economica	6. Bilancio sociale	2. Teoria dell'azienda	7. Le aziende pubbliche	3. Sistema aziendale	8. Le aziende no-profit	4. Gestione aziendale	9. Le aziende italiane e le aziende europee: un'analisi comparativa	5. Processi aziendali	10. Le aziende europee e le aziende extraeuropee: similitudini e differenze	6. Bilancio sociale		7. Le aziende pubbliche	
1. L'attività economica	6. Bilancio sociale														
2. Teoria dell'azienda	7. Le aziende pubbliche														
3. Sistema aziendale	8. Le aziende no-profit														
4. Gestione aziendale	9. Le aziende italiane e le aziende europee: un'analisi comparativa														
5. Processi aziendali	10. Le aziende europee e le aziende extraeuropee: similitudini e differenze														
6. Bilancio sociale															
7. Le aziende pubbliche															
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ G. AIROLDI, G. BRUNETTI, V. CODA, Corso di economia aziendale, Bologna, il Mulino, 2005.</li> <li>▪ I. DAGNINO, N. MISANI, F. PERRINI, C. VURRO, Casi di Management, Milano, Egea, 2016.</li> <li>▪ F. PERRINI, Management. Economia e gestione delle imprese, Milano, Egea, 2017.</li> </ul>														
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso														





SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA  
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

	tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.
--	---

<b>RAGIONERIA GENERALE E APPLICATA</b>	
<b>SSD: SECS-P/07</b>	<b>ECTS: 10</b>
Obiettivi Formativi	Il corso si propone di insegnare allo studente tutte le tecniche e le metodologie necessarie per la compilazione e la tenuta delle scritture contabili di un'azienda. Al termine del corso lo studente sarà in grado di leggere ed interpretare tutte le scritture contabili di un'azienda moderna; sarà inoltre in grado di redigere documenti contabili riguardanti situazioni particolari quali fusioni e scissioni, bilanci di società capogruppo, ecc.
Competenze Acquisite	Conoscenza e comprensione dei principi fondamentali della contabilità quali la partita doppia e la partita doppia finanziaria. Conoscenza e comprensione della natura e della modalità di registrazione delle operazioni più comuni quali prestiti e loro rimborsi, acquisto di risorse a credito, crediti saldati, ammortamenti, ecc. Conoscenza e comprensione dei cicli contabili e dei metodi della rendicontazione finanziaria quali ad esempio il metodo diretto e il metodo indiretto. Conoscenza e comprensione della disciplina giuridica nazionale e internazionale sulle frodi aziendali e le relative conseguenze, metodi e tecniche di audit interno per la prevenzione delle frodi.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Definizione degli asset aziendali</li> <li>2. Principi di base della contabilità: sistema della partita doppia, piano dei conti, funzionamento nella gestione aziendale</li> <li>3. Fatture e corrispondenza commerciale, libro giornale, libro degli inventari, libro cassa</li> <li>4. Operazioni di costituzione</li> <li>5. Operazioni di funzionamento</li> <li>6. Operazioni di liquidazione</li> </ol>



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA  
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

	<p>7. Classificazione delle operazioni di gestione</p> <p>8. Audit</p>
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bastia P. I principi contabili - Bologna, CLUEB, 2007.</li> </ul> <p>In alternativa e a scelta dello studente uno dei seguenti testi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Catturi G. Teorie contabili e scenari economico-aziendali - Padova, CEDAM, 2008.</li> <li>▪ Ferrero G. Le analisi di bilancio: indici e flussi - Milano, Giuffrè, 2004.</li> <li>▪ Azzali S. Il sistema delle informazioni di bilancio delle aziende di produzione - Milano, Giuffrè, 2006.</li> </ul>
Modalità di Verifica	<p>Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.</p>



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA  
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

<b>MATEMATICA GENERALE</b>																			
<b>SSD: MAT/05</b>	<b>ECTS: 8</b>																		
Obiettivi Formativi	Il corso fornisce allo studente gli strumenti matematici essenziali per lo studio quantitativo dei processi economici, finanziari e aziendali.																		
Competenze Acquisite	Al termine del corso lo studente avrà acquisito le conoscenze fondamentali dell'algebra di base e del calcolo necessari per la comprensione e interpretazione delle formule e delle dimostrazioni matematiche che incontrerà sia all'interno del presente corso di Laurea che nelle pubblicazioni scientifiche di settore.																		
Programma	<table border="0"> <tr> <td>1. Numeri interi</td> <td>10. Vettori</td> </tr> <tr> <td>2. Frazioni</td> <td>11. Piani cartesiani</td> </tr> <tr> <td>3. Numeri razionali</td> <td>12. Funzioni</td> </tr> <tr> <td>4. Numeri complessi</td> <td>13. Limiti</td> </tr> <tr> <td>5. Monomi</td> <td>14. Continuità</td> </tr> <tr> <td>6. Polinomi</td> <td>15. Teorema fondamentale del calcolo</td> </tr> <tr> <td>7. Matrici</td> <td>16. Successioni</td> </tr> <tr> <td>8. Equazioni</td> <td>17 Serie</td> </tr> <tr> <td>9. Disequazioni</td> <td>18. Applicazioni geometriche: area, volume, arco</td> </tr> </table>	1. Numeri interi	10. Vettori	2. Frazioni	11. Piani cartesiani	3. Numeri razionali	12. Funzioni	4. Numeri complessi	13. Limiti	5. Monomi	14. Continuità	6. Polinomi	15. Teorema fondamentale del calcolo	7. Matrici	16. Successioni	8. Equazioni	17 Serie	9. Disequazioni	18. Applicazioni geometriche: area, volume, arco
1. Numeri interi	10. Vettori																		
2. Frazioni	11. Piani cartesiani																		
3. Numeri razionali	12. Funzioni																		
4. Numeri complessi	13. Limiti																		
5. Monomi	14. Continuità																		
6. Polinomi	15. Teorema fondamentale del calcolo																		
7. Matrici	16. Successioni																		
8. Equazioni	17 Serie																		
9. Disequazioni	18. Applicazioni geometriche: area, volume, arco																		
Testi Consigliati	▪ E. CASTAGNOLI, M. MARINACCI, E. VIGNA, Principi di Matematica per L'Economia, Milano, EGEA, 2017, 2a edizione																		
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.																		



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA  
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

<b>ECONOMIA POLITICA</b>	
<b>SSD: SECS-P/01</b>	<b>ECTS: 10</b>
Obiettivi Formativi	Questo corso ha lo scopo di illustrare allo studente le tecniche per l'analisi della produzione e del commercio, nonché della loro relazione con lo stato e le sue leggi e regolamenti. Dopo aver affrontato le tematiche microeconomiche e macroeconomiche il corso espande lo studio alle relazioni economiche internazionali, alle politiche monetarie interne ed estere, senza tralasciare gli aspetti filosofici ed ideologici che influenzano il processo decisionale politico in campo economico. Data l'incalzante pressione sociale sul settore politico riguardo la crescente scarsità di risorse e l'incremento del deterioramento ambientale verranno introdotti criteri per l'inclusione, dove possibile, di parametri specifici per lo sviluppo sostenibile.
Competenze Acquisite	Conoscenza e comprensione dei sistemi microeconomici e macroeconomici studiati nelle varie aree geoeconomiche mondiali e del loro continuo evolversi nell'ambito dell'attuale panorama globale. Conoscenza e comprensione delle varie teorie monetarie, dei sistemi monetari più importanti con una particolare concentrazione sull'euro e sul suo ruolo nell'attuale crisi mondiale. Conoscenza e comprensione delle attuali correnti di pensiero nell'ambito dell'economia politica, della loro origine, evoluzione e situazione attuale. Comparazione tra i diversi sistemi di pensiero valutando i pro e i contro delle varie dottrine di economia politica.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Introduzione all'economia politica: la microeconomia e la macroeconomia</li> <li>2. I due attori principali dell'economia politica: lo stato e il mercato</li> <li>3. I consumatori</li> <li>4. Domanda e offerta</li> <li>5. Produzione e analisi dei costi; 6. Le forme di mercato e la loro efficienza</li> </ol>



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA  
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

	<p>7. Principi di macroeconomia</p> <p>8. Disoccupazione</p> <p>9. Inflazione</p> <p>10. La moneta: domanda e offerta</p> <p>11. Il sistema finanziario</p> <p>11. Le banche centrali</p> <p>12. Politiche economiche</p>
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bernake, B.S., Frank, R.H., Principi di Economia, McGraw Hill Italia, 2013</li> </ul> <p>Oppure:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Marchionatti, R., Mornati, F., Principi di Economia Politica, Torino, Giappichelli Editore, 2012.</li> </ul>
Modalità di Verifica	<p>Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.</p>



<b>MATEMATICA FINANZIARIA</b>	
<b>SSD: SECS-S/06</b>	<b>ECTS: 8</b>
Obiettivi Formativi	Il corso fornisce allo studente gli strumenti matematici essenziali per lo studio quantitativo dei processi economici, finanziari e aziendali.
Competenze Acquisite	Conoscenza e comprensione dei principali metodi di calcolo delle probabilità e dei concetti di eventi compatibili, incompatibili, complementari, dipendenti e indipendenti, del teorema della probabilità assoluta e di quello di Bayes. Conoscenza e comprensione dei metodi di calcolo degli interessi semplici e composti e dei montanti, delle capitalizzazioni semplici e di quelle composte e dell'ammortamento con i metodi italiano, francese e tedesco. Conoscenza e comprensione della matematica applicata alla ricerca operativa e dei suoi modelli teorici.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Interesse, rendimento nominale e rendimento effettivo</li> <li>2. Ritorno dell'investimento (ROI)</li> <li>3. Rendite, rendita dovuta e perpetuità</li> <li>4. Calcolo dei margini, piani di rateizzazione e piani di ammortamento</li> <li>5. Ammortamento del prestito: la costruzione delle tabelle di ammortamento</li> <li>6. Introduzione ai prodotti a reddito fisso, quotazioni di obbligazioni, terminologia obbligazionario e calcolo del rendimento obbligazionario, sconti e premi</li> <li>7. Introduzione ai prodotti finanziari derivati: opzioni, futures, forward, swaps; 8. Esercitazioni</li> </ol>
Testi Consigliati	▪ E. CASTAGNOLI, M. MARINACCI, E. VIGNA, Principi di Matematica per L'Economia, Milano, EGEA, 2017, 2a edizione
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA  
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

<b>DIRITTO COMUNITARIO</b>	
<b>SSD: IUS/14</b>	<b>ECTS: 10</b>
Obiettivi Formativi	Questo corso offre un quadro sintetico e comprensivo del diritto dell'Unione Europea. Partendo dalle necessità storiche che portarono alla nascita dell'Unione sia arriva subito ad analizzare la situazione corrente del diritto e delle politiche europee alla luce dei delicati rapporti tra gli Stati membri, alla comparazione dei vari ordinamenti nazionali sino ad arrivare ad ipotesi di lavoro per il futuro miranti ad un maggior livello di integrazione. Nel presente corso verranno affrontati temi d'attualità quali la circolazione dei dati digitali, i diritti d'autore in ambito europeo e le conseguenze politiche, economiche e legislative dell'uscita della Gran Bretagna dall'Unione Europea.
Competenze Acquisite	Conoscenza e comprensione dell'ordinamento dell'Unione Europea. Conoscenza e comprensione delle dinamiche giuridiche tra ordinamento dell'UE e ordinamento italiano. Competenza nell'applicazione pratica delle conoscenze acquisite.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fonti primarie e principi del Diritto dell'Unione Europea</li> <li>2. Le fonti derivate</li> <li>3. Elementi procedurali</li> <li>4. Le garanzie del Diritto Comunitario</li> <li>5. I Diritti Fondamentali e la loro tutela</li> <li>6. I ricorsi</li> <li>7. Le procedure di infrazione</li> <li>8. La giurisprudenza in merito alle liberta circolazione di merci e persone</li> <li>9. Giurisprudenza europea sull'immigrazione.</li> </ol>
Testi Consigliati	▪ T. BALLARINO, Manuale breve di diritto dell'Unione Europea, 2a edizione, CEDAM, 2007
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA  
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

	piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.
--	---

<b>FONDAMENTI DI ORGANIZZAZIONE</b>	
<b>SSD: SECS-P/10</b>	<b>ECTS: 10</b>
Obiettivi Formativi	Il presente corso analizza gli aspetti organizzativi aziendali con una significativa enfasi nella gestione delle risorse umane. Alla fine del corso lo studente sarà in grado di identificare i vari comportamenti umani e le complesse dinamiche psicologiche e sociali che intercorrono tra i vari ruoli aziendali. Le conoscenze acquisite costituiranno il fondamento da cui partire per sviluppare una propria cultura aziendale all'interno di strutture sia pubbliche che private.
Competenze Acquisite	Conoscenza e comprensione della psicologia individuale e della motivazione al lavoro, le esigenze del singolo lavoratore, la sua personalità e le sue caratteristiche lavorative, apprendere le tecniche base motivazionali. Conoscenza e comprensione dei processi decisionali individuali tramite lo studio del modello cognitivo e del modello razionale; conoscenza e comprensione delle tecniche di comunicazione aziendale, prevenzione, gestione e risoluzione dei conflitti nell'ottica della comunicazione. Conoscenza e comprensione dei fondamenti teorici dell'organizzazione aziendale, i vari modelli strutturali di base, i processi organizzativi e le loro metodologie, mappatura e analisi. Conoscenza e comprensione dell'applicazione pratica dei principi appresi attraverso simulazioni di progettazione di un'organizzazione aziendale.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Definizioni e funzioni della gestione aziendale</li> <li>2. I manager: funzioni, ruoli e capacità</li> <li>3. L'azienda vista dalla prospettiva locale e da quella globale</li> <li>4. Fasi dello sviluppo economico e organizzazione aziendale</li> <li>5. La pianificazione e le sue diverse tipologie</li> </ol>





SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA  
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

	<p>6. La pianificazione suddivisa per livelli aziendali</p> <p>7. Le tecniche e gli strumenti della pianificazione aziendale</p> <p>8. Il processo decisionale</p> <p>9. Tipologie di strutture organizzative</p> <p>10. Il personale aziendale: selezione, assunzione e training</p> <p>11. Il personale aziendale: valutazioni, retribuzioni e relazioni</p> <p>12. La leadership aziendale</p> <p>13. Le diverse operazioni aziendali nell'ottica dell'organizzazione e del management</p>
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ SALVEMINI, S., Organizzazione aziendale, Egea, 2017</li> </ul>
Modalità di Verifica	<p>Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.</p>



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA  
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

<b>STATISTICA</b>	
<b>SSD: SECS-S/01</b>	<b>ECTS: 6</b>
Obiettivi Formativi	In epoca relativamente recente il mondo ha assistito ad un incremento senza precedenti di dati di varia natura di rilevante interesse aziendale. Tale incremento ha reso ancor più necessario, rispetto al passato, disporre degli strumenti necessari per vagliare, selezionare, processare ed interpretare tali dati in funzione di specifiche necessità strategiche ed operative. Il presente corso introduce gli strumenti basilari per acquisire tali capacità e indirizzare lo studente verso le tecniche e le soluzioni più idonee al raggiungimento dei risultati desiderati.
Competenze Acquisite	Conoscenza e comprensione del linguaggio e dei concetti fondamentali della teoria della probabilità. Conoscenza e comprensione dei principi di base dell'inferenza statistica (sia bayesiana che frequentista). Conoscenza e comprensione delle tecniche di base della statistica apprezzando sia l'utilità che i limiti di queste tecniche. Conoscenza e comprensione dei software statistici.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Probabilità: variabili casuali, distribuzioni, quantità, varianza mediana</li> <li>2. Probabilità condizionale e teorema di Baye</li> <li>3. Statistica: inferenza bayesiana con priori noti, intervalli di probabilità</li> <li>4. Statistica: distribuzione a priori coniugata</li> <li>5. Statistica: inferenza bayesiana con priori ignoti</li> <li>6. Statistica: test di significatività delle frequenze e intervalli di confidenza</li> <li>7. Statistica: metodi di ricampionamento attraverso bootstrap</li> <li>8. Statistica: regressione lineare</li> <li>9. Esercitazioni e simulazioni.</li> </ol>
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ P. NEWBOLD, W.L. CARLSON, B. THORNE, Statistica, Milano, Pearson/Prentice Hall, 2010, 2° edizione.</li> </ul>



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA  
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.
----------------------	--

<b>FINANZA AZIENDALE</b>	
<b>SSD: SECS-P/09</b>	<b>ECTS: 10</b>
Obiettivi Formativi	Il corso introduce lo strumento ai principi e metodi per l'analisi e la valutazione degli investimenti aziendali e dei finanziamenti volti ad aumentare il valore dell'impresa sul mercato. Nello specifico lo studente verrà accompagnato attraverso l'intero percorso decisionale degli investimenti, l'analisi minuziosa di tutti i costi coinvolti, la comparazione e la scelta degli indici di redditività, analisi dei rischi, ecc. Vari modelli di investimento verranno presi in considerazione in base a criteri di partenza riguardanti sia l'impresa che la situazione del mercato finanziario.
Competenze Acquisite	Conoscenza e comprensione della finanza aziendale, dei concetti di investimento, finanziamento, liquidità, capitale circolante, valore delle attività e valore dell'impresa per gli investitori. Conoscenza e comprensione delle principali teorie del valore quali la teoria del valore intrinseco, la teoria del lavoro socialmente necessario, la teoria del valore di scambio, la teoria del valore monetario e la teoria marginalista. Conoscenza e comprensione delle operazioni di finanza aziendale straordinaria quali la fusione, la trasformazione, la scissione e lo scorporo.
Programma\	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La finanza aziendale: un'introduzione</li> <li>2. Il bilancio aziendale</li> <li>3. I rendiconti finanziari</li> <li>4. L'azienda e i titoli</li> <li>5. Risk assessment</li> <li>6. Il rendimento</li> <li>7. Struttura finanziaria</li> </ol>



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA  
PRIVATE FERNSHOCHSCHULE SEIT 1987

	8. La distribuzione degli utili
Testi Consigliati	▪ D. HILLIER, S. ROSS, R. WESTERFIELD, et al. Corporate Finance, (a cura di S. FROVA), McGraw-Hill, 2018, terza edizione
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA  
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

<b>STORIA ECONOMICA</b>	
<b>SSD: SECS-P/12</b>	<b>ECTS: 8</b>
Obiettivi Formativi	L'evoluzione economica della penisola italiana e degli altri principali attori economici mondiali dall'inizio del fenomeno coloniale sino all'attuale situazione economica globale.
Competenze Acquisite	Conoscenza e comprensione dei sistemi economici studiati e del loro ruolo nel plasmare la storia economica e politica degli attori coinvolti, analizzando l'evolvere delle loro caratteristiche originarie e le varie fasi di transizione che hanno portato alla loro adozione oppure al loro declino. Conoscenza e comprensione dei modelli teorici studiati durante il corso e capacità di applicare tali conoscenze ai processi decisionali nel mondo reale, sviluppando allo stesso tempo una capacità applicativa in forma predittiva dei potenziali scenari futuri. Conoscenza e comprensione della natura e del comportamento dei principali attori economici, sia pubblici che privati, che al momento attuale stanno dando forma ad importanti indirizzi economici e politici che influenzeranno l'ambiente sociale, politico ed economico ai livelli delle singole nazioni nonché in riferimento agli enti internazionali e transnazionali dello corrente scenario globale.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cenni di storia economica antica</li> <li>2. Cenni di storia economica medievale e rinascimentale</li> <li>3. La situazione economica europea nel XVIII secolo</li> <li>4. Gli effetti della Rivoluzione Industriale sull'economia e sulla società europea</li> <li>5. Gli effetti delle politiche economiche di fine Ottocento sui mercati europei e sui mercati mondiali</li> <li>6. La Prima Guerra Mondiale: situazione dei mercati e politiche economiche</li> <li>7. La Seconda Guerra Mondiale: situazione dei mercati e politiche economiche</li> <li>8. Il boom economico europeo dal dopoguerra sino agli anni '70</li> </ol>



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA  
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

	<p>9. L'economia europea e mondiale dagli anni '80 alla caduta dell'URSS</p> <p>10. La globalizzazione con i suoi rischi e le sue difficoltà: la Grande Recessione del 2007 e la situazione attuale</p>
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ R. CAMERON, I. NAEAL, Storia economica del mondo, Bologna, Il Mulino</li> <li>▪ A. RONCAGLIA, La ricchezza delle idee, Bari, Laterza</li> </ul>
Modalità di Verifica	<p>Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.</p>



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA  
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

<b>DIRITTO COMMERCIALE</b>	
<b>SSD: IUS/04</b>	<b>ECTS: 10</b>
Obiettivi Formativi	Questo corso introduce lo studente alle principali tipologie societarie e alle loro operazioni fondamentali.
Competenze Acquisite	Al termine di questo corso lo studente avrà un quadro completo delle varie tipologie societarie, delle caratteristiche salienti che le contraddistinguono e delle normative che le regolano. Oltre alla disciplina generale delle imprese commerciali verranno affrontati casi particolari quali trasformazioni societarie, fusioni, scissioni, creazione di holding, scioglimenti e procedure di liquidazione.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La vendita</li> <li>2. I contratti commerciali</li> <li>3. I contratti finanziari</li> <li>4. L'impresa</li> <li>5. L'imprenditore</li> <li>6. Le società di persone</li> <li>7. Le società di capitali</li> <li>8. La disciplina della concorrenza</li> </ol>
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ G.F. CAMPOBASSO, Diritto commerciale. 1. Diritto dell'impresa, Utet, 2017</li> <li>▪ G.F. CAMPOBASSO, Diritto commerciale. 2. Diritto delle società, Utet, 2017</li> <li>▪ G.F. CAMPOBASSO, Diritto commerciale. 3. Contratti. Titoli di credito. Procedure concorsuali, Utet, 2017</li> </ul>
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA  
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

<b>GENERAL MARKETING</b>	
<b>SSD: SECS-P/08</b>	<b>ECTS: 8</b>
Obiettivi Formativi	Questo corso introduce al concetto di marketing e alle sue relazioni sia interne che esterne all'azienda, al ruolo sociale del marketing e suoi effetti sul mercato e sui singoli soggetti, ai principali indirizzi di pensiero nel marketing contemporaneo, agli strumenti di pianificazione strategica del marketing e suoi strumenti operativi e ai metodi e alle tecniche per prevedere e anticipare le fluttuazioni dei trend.
Competenze Acquisite	Al termine di questo corso lo studente avrà acquisito una piena comprensione delle tecniche di analisi comportamentale del consumatore e dei suoi bisogni, delle tecniche di analisi dei target e dei mercati di riferimento e dei metodi di progettazione, sviluppo e applicazione di sistemi d'offerta.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Introduzione ai principi del marketing e alla sua storia</li> <li>2. Il marketing e la strategia aziendale</li> <li>3. Macromarketing e micromarketing</li> <li>4. La gestione delle informazioni nel Marketing</li> <li>5. Analisi comportamentale del consumatore privato</li> <li>6. Analisi comportamentale del consumatore istituzionale</li> <li>7. Posizionamento, segmentazione e targeting</li> <li>8. Pricing</li> <li>9. I canali del marketing</li> <li>10. Lo sviluppo di nuovi prodotti</li> <li>11. Strategia comunicativa, pubblicità e pubbliche relazioni</li> <li>12. Digital marketing e clienti digitali</li> <li>13. Marketing e social media nell'economia del XXI secolo</li> </ol>
Testi Consigliati	▪ Grewal-Levy, Marketing, Egea, 2018
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.





SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA  
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

<b>MARKETING INTERNAZIONALE (CORSO BASE)</b>	
<b>SSD: SECS-P/08</b>	<b>ECTS: 8</b>
Obiettivi Formativi	Nello scenario economico contemporaneo, ormai completamente globalizzato, è imperativo che ogni azienda italiana abbia la consapevolezza della propria collocazione nel contesto internazionale e delle potenzialità di crescita nonché dei rischi posti sia dalle varie situazioni socio-economiche in varie aree del mondo e che dall'attività dei propri competitors e pertanto lo studente apprenderà tutte le metodologie di analisi dei mercati e tecniche del marketing internazionale volte a far progredire la propria azienda all'interno del relativo mercato di riferimento.
Competenze Acquisite	Conoscenza e comprensione della terminologia appropriata, degli ambiti culturali, politici e giuridici che influenzano il commercio internazionale. Conoscenza e comprensione dei vantaggi e degli svantaggi delle varie categorie di prodotti e servizi sottoposti ad analisi comparata a livello locale-globale. Conoscenza e comprensione delle strategie del marketing internazionale, delle strategie di ingresso in nuovi mercati e dell'impatto delle moderne tecnologie informatiche sul commercio globale.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Introduzione al marketing internazionale</li> <li>2. Marketing internazionale: gli ambiti culturali, politici, economici, finanziari e giuridici</li> <li>3. Dall'integrazione regionale all'integrazione globale: il marketing internazionale nel XXI secolo</li> <li>4. Strategie di produzione e distribuzione internazionale</li> <li>5. Strategie di promozione e di pricing</li> <li>6. Analisi interna e analisi delle risorse e delle potenzialità</li> <li>7. Strategie di identificazione dei target internazionali e di posizionamento nei mercati internazionali</li> </ol>
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ G. Bertoli e E. Valdani, Marketing Internazionale, Egea, Seconda Edizione, 2018</li> </ul>



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA  
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.
----------------------	--

<b>MARKETING E PUBBLICITÀ DEGLI EVENTI</b>	
<b>SSD: SECS-P/10</b>	<b>ECTS: 8</b>
Obiettivi Formativi	In questo corso multidisciplinare lo studente apprenderà le nozioni di base del marketing e lo studio proseguirà con un'attenta analisi delle moderne tecniche comunicate attualmente utilizzate nella realizzazione di eventi.
Competenze Acquisite	Al termine del corso lo studente sarà in grado di applicare le tecniche di gestione e marketing degli eventi dalla fase concettuale, alla pianificazione, all'analisi di fattibilità, alla realizzazione e alla valutazione post-evento.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Introduzione al marketing per la gestione degli eventi</li> <li>2. I processi di marketing</li> <li>3. Il Marketing Mix</li> <li>4. Le sponsorizzazioni</li> <li>5. La gestione dell'immagine dell'evento e il branding</li> <li>6. Pubblicità e pubbliche relazioni per l'organizzazione e gestione di eventi</li> </ol>
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ C. A. PRESTON, L. H. HOYLE, Event Marketing, John Wiley &amp; Sons Inc, 2a edizione, 2012</li> <li>▪ T. B. CORNWELL, Sponsorship in Marketing, Routledge, 2a edizione, 2020</li> </ul>
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA  
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

<b>MARKETING DEL TURISMO E DELLE STRUTTURE RICETTIVE</b>	
<b>SSD: SECS-P/10</b>	<b>ECTS: 8</b>
Obiettivi Formativi	Questo corso offre allo studente gli elementi basilari del marketing specifico per il turismo e per le strutture ricettive, illustrando i fattori che influenzano la domanda e l'offerta dei servizi alberghieri e turistici, individuando il marketing mix più idoneo per incrementare la domanda nel settore turistico, determinando quali strumenti promozionali possano essere più efficaci e l'individuazione di nuovi potenziali target.
Competenze Acquisite	Al termine del corso lo studente avrà compreso l'importanza del marketing turistico e il suo impatto economico sulle realtà locali, sarà in grado di identificare i diversi tipi di servizi e prodotti offerti dall'industria del turismo e le loro caratteristiche, sarà in grado di portare avanti indagini di mercato nonché selezionare gli strumenti pubblicitari più idonei per il raggiungimento del target e degli obiettivi prefissi.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. I concetti fondamentali del marketing del turismo</li> <li>2. Il turismo come prodotto</li> <li>3. Le politiche dei prezzi per i servizi turistici</li> <li>4. La promozione turistica</li> <li>5. Il turismo nella pubblicità</li> <li>6. Eventi promozionali</li> <li>7. Marketing e turismo sostenibile</li> <li>8. Psicologia del consumatore</li> <li>9. Marketing research</li> <li>10. Direct marketing</li> <li>11. Codice etico dei servizi turistici</li> </ol>
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ S. HUDSON, Marketing for Tourism, Hospitality &amp; Events: A Global &amp; Digital Approach, SAGE Publications Ltd, 2017.</li> <li>▪ D. CHHABRA, Marketing for Tourism, Hospitality &amp; Events: A Global &amp; Digital Approach, Routledge, 2010.</li> </ul>



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA  
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.
----------------------	--

<b>ECONOMIA COMPORAMENTALE</b>	
<b>SSD: SECS-P/01</b>	<b>ECTS: 6</b>
Obiettivi Formativi	Questo corso si discosta dal modello neoclassico standard e propone una visione dell'economia basata su modelli comportamentali comprovati sperimentalmente e mira ad analizzare ed influenzare alcune caratteristiche comportamentali quali le preferenze, le convinzioni e il processo decisionale dei target di riferimento.
Competenze Acquisite	Al termine del corso lo studente conoscerà l'impatto delle moderne scienze psicologiche sull'economia, saprà analizzare rapidamente e criticamente la documentazione sottopostagli, saprà applicare le teorie dell'economia comportamentale e analizzare i feedback per valutare l'efficacia delle azioni intraprese.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Introduzione all'economia comportamentale</li> <li>2. Preferenze temporali</li> <li>3. Bias di proiezione</li> <li>4. Bias di attribuzione</li> <li>5. Preferenze di rischio e dipendenza dal quadro di riferimento</li> <li>6. Preferenze sociali</li> <li>7. Analisi dei limiti dell'attenzione</li> <li>8. Convinzioni personali e apprendimento</li> <li>9. Sviluppo comportamentale e povertà</li> <li>10. Salute comportamentale ed etica</li> </ol>
Testi Consigliati	▪ C. F. CAMERER, Behavioral Game Theory: Experiments in Strategic Interaction, Princeton University Press, 2003
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA  
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

	trentesimi.
--	-------------

INFORMATICA PER L'ECONOMIA	
SSD: INF/01	ECTS: 6
Obiettivi Formativi	Il corso di informatica introduce lo studente ai concetti e ai principali software presenti sul mercato destinati ad usi aziendali specifici. Particolare enfasi è data alla comprensione profonda e alla dimestichezza con i fogli di calcolo, strumento ormai onnipresente sia nel settore economico che scientifico.
Competenze Acquisite	Conoscenza e comprensione dell'elaboratore elettronico e delle sue componenti hardware. Conoscenza e comprensione dei sistemi operativi e office automation. Conoscenza e comprensione dei metodi di utilizzo integrato delle applicazioni attraverso simulazioni.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. L'elaboratore elettronico: periferiche di input e output</li> <li>2. L'elaboratore elettronico: sistemi operativi e pacchetti applicativi</li> <li>3. I programmi di office automation: MS Office e Libre Office</li> <li>4. Introduzione alle reti e pacchetti applicazioni web</li> <li>5. Esercitazioni pratiche e laboratori virtuali</li> </ol>
Testi Consigliati	▪ M. SCHNEIDER, J. GERSTING, Informatica, Apogeo Education, 2013
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA  
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

<b>LINGUA INGLESE</b>	
<b>SSD: L-LIN/12</b>	<b>CFU: 6</b>
Obiettivi Formativi	Questo corso è stato progettato specificatamente per introdurre lo studente alla lingua inglese, senza la necessità di alcuna formazione pregressa. All'interno di questo corso si studieranno le regole basilari della grammatica e della pronuncia e verrà introdotto infine lo studio dello "slang".
Competenze Acquisite	Al termine del corso lo studente sarà in grado di leggere e comprendere testi in lingua inglese e sarà in grado di intrattenere conversazioni di carattere generale in lingua inglese, aggiungendo elementi basilari dello "slang".
Programma	Indicativamente le lezioni tratteranno i seguenti argomenti: 1. I verbi to be e to have 2. I verbi modali 3. Coniugazione dei verbi regolari 4. Coniugazione dei verbi irregolari 5. Pronomi, sostantivi, aggettivi e avverbi: regole generali 6. Comparativi di maggioranza e di minoranza 7. Lo slang: generalità e specificità 8. Letture scelte settoriali per l'arricchimento del vocabolario dello studente 9. Traduzione delle letture scelte di cui al punto precedente
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ AA. VV., Longman Student Grammar of Spoken and Written English, Pearson Education, 2002</li> <li>▪ AA. VV., Longmans Student Grammar of Spoken and Written English Workbook, Pearson Longman, 2017</li> </ul>
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA  
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

<b>PROVA FINALE</b>	
<b>SSD: -</b>	<b>ECTS: 10</b>
La prova finale consiste in una Tesi di Laurea, compilativa o sperimentale, da concordare con un Docente del corso di Laurea e da consegnare entro i tempi stabiliti come previsto dalle norme di Segreteria cui si rimanda per ulteriori chiarimenti.	