

Testi del Syllabus

Resp. Did.	BARBARO FRANCESCO	Matricola: 011280
Anno offerta:	2016/2017	
Insegnamento:	F5602M018 - SEMINARS IN ECONOMICS AND MANAGEMENT	
Corso di studio:	F5602M - INTERNATIONAL ECONOMICS - ECONOMIA INTERNAZIONALE	
Anno regolamento:	2015	
CFU:	1	
Settore:	NN	
Tipo Attività:	F - Altro	
Anno corso:	2	
Periodo:	Secondo Semestre	



Testi in italiano

Lingua insegnamento	Il corso è insegnato in lingua inglese
Contenuti	<p>I Seminari sono articolati in due turni, T1 e T2.</p> <p>I contenuti per T1 sono: metodi di riclassificazione del bilancio di esercizio con particolare attenzione alla situazione patrimoniale; definizione e struttura del capitale investito e del finanziamento dello stesso</p> <p>I contenuti per T2 sono: identificazione delle principali tecniche statistiche utilizzate dagli “esperti di marketing” al fine di estrarre informazioni strategiche da grandi quantità di dati strutturati e non (big data); selezione delle principali tecniche statistiche utilizzate dagli “esperti di marketing” nella gestione di semplici problemi di marketing; utilizzo di software di analisi statistica dei dati come SPSS e STATA.</p>
Obiettivi formativi	<p>T1: Il corso si prefigge di dare agli studenti una formazione di base, relativamente all'analisi del bilancio aziendale, al fine di metterli in condizione di comprendere le logiche relative ai diversi metodi di misurazione delle performance aziendali.</p> <p>T2: Il corso si propone di fornire un quadro del ruolo che i metodi quantitativi possono giocare nelle decisioni di marketing strategico e operativo all'interno di realtà aziendali complesse. Particolare attenzione sarà rivolta al ruolo strategico dei dati nell'elaborazione delle strategie di marketing nell'attuale contesto competitivo</p>
Metodi didattici	<p>T1: Lezione frontale</p> <p>T2: Lezione frontale e Laboratori</p>
Modalità di verifica dell'apprendimento	Esame orale



Testi in inglese

Lingua insegnamento	The course is taught in English
Contenuti	<p>Seminars are organized in two cycles, T 1 and T2.</p> <p>Contents for cycle T1: methods of reclassification of the Corporate financial statements with emphasis on balance sheet; definition and structure of the invested capital and different ways of financing</p> <p>Contents for cycle T2: identification of the main analytics techniques used by marketers to understand large volumes of both structured and unstructured data (big data); selection of the main analytic techniques to address different types of simple marketing problems; use of analytical software such as SPSS and STATA.</p>
Obiettivi formativi	<p>T1: The course aims to give students basic elements, with regard to the analysis of corporate financial statements, in order to enable them to understand the logic for the different measurement of company performance methods.</p> <p>T2: This course aims to introduce the basic analytics techniques used in marketing to get strategic business decisions. It will focus on providing an understanding of the main statistical methods that underpin more advanced marketing analytic techniques used by marketers in developing marketing strategies</p>
Metodi didattici	<p>T1: Lectures</p> <p>T2: Lectures and Lab Section</p>
Modalità di verifica dell'apprendimento	Oral exam