

**CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN
COMUNICAZIONE D'IMPRESA E POLITICA DELLE RISORSE UMANE**
(Classe LM-59 – Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità)

Primo anno

Sociologia del lavoro e dell'organizzazione
Prof. Fedele Ruggeri

Programma

Titolo del corso: *Società come lavoro e come organizzazione.*

Il corso vuole tematizzare le condizioni teoriche e conoscitive per le quali è possibile e necessario considerare sia il *lavoro* che *l'organizzazione* come luogo cruciale per la comprensione dei tratti salienti degli assetti societari e della loro dinamica. Nel contempo si vogliono indagare le condizioni che rendono possibile uno studio dei relativi fenomeni che risponda a criteri di attendibilità scientifica.

Da qui deriva la necessità di una definizione dei caratteri di un approccio sociologico che sia insieme fondato e coerente sul piano teorico e raccordato alle evidenze proprie dell'esperienza lavorativa e di quella organizzativa sul piano conoscitivo. In questo scenario punti obbligatori di riferimento tematico saranno quelli del *lavoro produttivo*, e della sua *gestione e regolazione sociale* e delle problematiche connesse alle definizioni organizzative e agli sviluppi tecnologici. Il riferimento alla *divisione del lavoro* nelle sue diverse forme rappresenta il filo conduttore teorico su cui lo sviluppo del corso si verrà svolgendo.

L'analisi riguarderà la concettualizzazione relativa al fare lavorativo, alle forme di regolazione sociale, al formarsi del "lavoratore collettivo", alle connessioni concettuali ed epistemologiche del presentarsi dell'organizzazione del lavoro, verificando le possibilità di rappresentazione modellistica.

Il corso ha la durata di 63 ore ed è valido per la Classe LM-59.

L'esame consiste in una prova orale, condotta secondo i criteri definiti dall'art. 23 del Regolamento didattico di Ateneo.

Commissione di esame

Prof. F. Ruggeri (presidente), Prof. M. Villa (membro effettivo), Dott.ssa A. Burchi (membro supplente), Dott. R. Guidi (membro supplente).

Testi richiesti

- Bonazzi G., *Storia del pensiero organizzativo. La questione industriale*, Milano, FrancoAngeli, 2001; per la prova di esame sono da studiare i seguenti capitoli: 1, 2, 6 e 7;
- G. P. Cella e T. Treu, *Relazioni industriali e contrattazione collettiva*, Bologna, il Mulino, 2009;
- Manciuoli M., Potestà L. e Ruggeri F., *Il dilemma organizzativo*, Milano, FrancoAngeli, 1986; per la prova di esame è da studiare la parte III;
- S. Negrelli, *Sociologia del lavoro*, Bari, Editori Laterza, 2005.

Economia aziendale

Prof. Alessandro Capocchi

Programma

Il corso intende analizzare gli elementi, i principi e gli strumenti dell'economia aziendale e del *management*.

In particolare il corso approfondisce le origini della scienza economico-aziendale e degli studi di *management*, con particolare riguardo alle nozioni ed ai principi fondamentali enunciati dalla dottrina nazionale ed internazionale, per poi focalizzare la propria attenzione sulla fenomenologia aziendale come "sistema aperto e dinamico", con particolare riguardo agli elementi che lo compongono, e alle specificità organizzative, gestionali ed informative/che delle aziende.

Con riferimento al fenomeno aziendale il corso intende introdurre ed approfondire i principali strumenti gestionali.

Durante il corso saranno effettuati a titolo di analisi alcuni approfondimenti aventi ad oggetto alcuni casi aziendali con particolare riferimento al settore turismo ed al settore produttivo toscano ed italiano.

Il corso ha la durata di 42 ore ed è valido per la Classe LM-59.

L'esame consiste in una prova di esame orale durante le normali sessioni di esame, condotta secondo i criteri definiti dall'art. 23 del Regolamento didattico di Ateneo. Durante il corso tuttavia potrà essere fatta una prova scritta non obbligatoria rivolta agli studenti frequentanti.

Commissione di esame

Prof. A. Capocchi (Presidente), ulteriori membri da definire.

Testi richiesti

Enrico Cavalieri e Rosella Ferraris Franceschi, Economia aziendale, Torino, UTET, 2008 con esclusione del Capitolo 7.

Alessandro Capocchi, Elementi di Management per l'azienda turistica, Volume Primo, Pisa, Plus, 2005.

Alessandro Capocchi, (a cura di), Elementi di management per l'azienda turistica, Volume Secondo, Pisa, Edizioni PLUS, 2006.

Ulteriori testi di approfondimento:

Jeremy Rifkin, L'era dell'accesso, Milano, Mondadori, 2001.

Il docente riceve al termine di ciascuna lezione oppure su appuntamento previo invio di mail al seguente indirizzo alessandro.capocchi@unimib.it

Economia applicata

Prof. Andrea Mangani

Programma

Il corso ha l'obiettivo di descrivere i meccanismi economici nel sistema dei mezzi di comunicazione di massa. I mass media saranno quindi analizzati in quanto imprese in competizione oligopolistica. La parte finale del corso riguarderà l'economia della pubblicità; in questo caso la prospettiva rilevante sarà quella dell'impresa inserzionista. In sintesi, saranno trattati i seguenti argomenti:

I. Parte introduttiva

1. Introduzione al corso: metodo e contenuti
2. Richiami di microeconomia
3. Elementi fondamentali di economia industriale

II. I mass media

1. La teoria dei mercati a due versanti: esternalità incrociate e prezzi
2. Definizione e struttura del mercato
3. La differenziazione orizzontale, verticale, geografica e temporale dei contenuti
4. Politica, pubblicità e distorsione volontaria delle informazioni
5. Fusioni orizzontali e verticali: cause ed effetti
6. Cenni sulla regolazione dei mercati
7. Sostituibilità e complementarità tra piattaforme online e media tradizionali
8. Nuovi modelli di business: le aste online per gli spazi pubblicitari

9. Elementi del processo di convergenza digitale, software-hardware, fisso-mobile

III. La pubblicità

1. Le funzioni della pubblicità tra persuasione e informazione
2. L'impresa e l'investimento pubblicitario
3. Pubblicità e concorrenza di prezzo
4. Spese pubblicitarie come segnale
5. Pubblicità, barriere all'entrata nel mercato ed oligopoli naturali
6. I rapporti verticali nel settore: inserzionisti, agenzie, centri media, concessionarie

Il corso ha la durata di 42 ore ed è valido per la classe LM-59.

L'esame prevede una prova scritta ed orale, condotta secondo i criteri di cui all'art. 23 del Regolamento didattico di Ateneo. L'ammissione all'orale è subordinata all'esito positivo della prova scritta, costituito da una votazione uguale o superiore a diciotto. Durante il corso saranno discussi dati empirici riguardanti la domanda e l'offerta di contenuti informativi e gli investimenti pubblicitari nazionali e internazionali. Per i frequentanti è prevista la distribuzione di articoli scientifici con successiva discussione in aula. Saranno svolte esercitazioni per la preparazione della prova finale.

Commissione d'esame

Prof. A. Mangani (presidente), Prof. A. PENCH, Prof. A. Balestrino, Prof. A. Chilosi, Prof. M. Morroni.

Testi richiesti

Per la parte introduttiva, il testo di riferimento è

D.W. Carlton, J.F. Perloff, *Organizzazione industriale*, Milano, MacGraw-Hill, 2005, capp. 1-4.

Per le parti II e III saranno distribuite dispense sulla base di quanto trattato a lezione. Gli studenti non frequentanti dovranno quindi mettersi in contatto con il docente.

Organizzazione aziendale

Prof.ssa Maria S. Fiorelli

Programma

Il corso si propone di fornire gli strumenti concettuali e operativi per progettare le strutture organizzative e i loro sistemi di funzionamento, in relazione alla dinamica delle variabili ambientali, strategiche, tecnologiche e culturali con riferimento in particolare ai seguenti aspetti:

- Strategia e progettazione organizzativa
- I fondamenti delle strutture organizzative
- analisi delle funzioni

- L'analisi ambientale
- Le relazioni interorganizzative
- ICT e sistemi di controllo organizzativo
- Dimensione e cultura organizzativa
- Il processo decisionale
- *Network*
- *supply chain* e organizzazione
- sistemi di *diversity management*
- organizzazione e innovazione

Lo studio associa alle teorie organizzative oggetto di indagine l'analisi degli strumenti applicativi.

La durata del corso è di 63 ore. L'intero corso è valido per la Classe LM-59. L'esame consiste in una prova orale, condotta secondo i criteri di cui all'art. 23 del Reg. did. di Ateneo.

Commissione d'esame

Prof.ssa M.S Fiorelli (presidente), Prof. M. Bonti, Prof. G. Padroni, Dott. C. Calabrò

Testi richiesti

DAFT R., *Organizzazione aziendale*, 3^a ed. Apogeo, Milano, 2007, cap. 2,4,7,9,10,11,12,13
 COSTA G., GUBITTA P., *Organizzazione aziendale*, 2^a ed., McGraw-Hill, Milano, 2008

Sociologia dei nuovi media

Prof.ssa Roberta Bracciale

Programma

Il corso di Sociologia dei nuovi media si propone di illustrare i mutamenti in atto negli scenari socio-culturali contemporanei e di chiarire il ruolo che occupa, in tali trasformazioni, la "digitalizzazione" delle informazioni.

Nella prima parte del corso saranno illustrate agli studenti le categorie analitiche utili per comprendere le dinamiche in atto nello scenario mediale contemporaneo e per interpretare i cambiamenti tecnologici e culturali nella società dell'informazione. Si approfondirà, in particolare, l'analisi delle caratteristiche strutturali dei media digitali, della convergenza dei formati, delle interfacce culturali e delle tecnologie come strumenti di relazione sociale. Un'attenzione specifica verrà dedicata agli effetti che l'evoluzione tecnologica ha prodotto nelle esperienze di fruizione mediale degli individui.

Nella seconda parte del corso sarà posto l'accento sul tema delle disuguaglianze digitali e delle nuove forme di esclusione nella società dell'informazione, con particolare attenzione alle dinamiche riguardanti il rapporto tra donne e Internet.

Nella terza parte del corso l'attenzione sarà dedicata allo studio della relazione tra media digitali e democrazia 2.0, approfondendo l'analisi dell'uso delle nuove tecnologie da parte dei soggetti politici.




La durata del corso è di 63 ore (9 crediti). Il corso è valido per la Classe LM-59.

L'esame consiste in una prova orale, condotta secondo i criteri di cui all'art. 23 del regolamento didattico d'Ateneo.

Commissione di esame

Prof.ssa Roberta Bracciale (Presidente), Prof. Raffaello Ciucci, Prof. Andrea Borghini, Prof.ssa Rita Biancheri, Prof. Luca Corchia, Prof.ssa Sonia Paone. Membro supplente: Dr. Stefano Alpini.

Testi richiesti

-  D. Bennato, *Sociologia dei media digitali. Relazioni sociali e processi comunicativi del web partecipativo*, Roma-Bari, Laterza, in corso di stampa.
-  R. Bracciale, *Donne nella rete. Disuguaglianze digitali di genere*, Milano, FrancoAngeli, 2010.
-  S. Bentivegna (a cura di), *Democrazia 2.0: Media digitali e Parlamento*, Milano, FrancoAngeli, in corso di stampa.

Storia contemporanea. La crisi del modello economico italiano

Prof. Mauro Stampacchia

Programma

Lavoro e impresa nella storia contemporanea italiana. Sviluppo e crisi del modello economico italiano dall'Unità ad oggi.

Obiettivo del corso è la acquisizione di conoscenze e orientamenti nella storia contemporanea italiana dall'Unità ad oggi avendo come principale punto di riferimento i rapporti tra lavoro ed impresa all'interno delle problematiche dello sviluppo economico italiano nelle sue diverse varie fasi. La storia del lavoro e dell'impresa verranno inquadrati sia nel loro carattere intrinseco, nella loro specificità e progettualità, che nei reciproci rapporti. Si porrà attenzione, in ogni fase della storia economica italiana, sia al tema della ricaduta in termini di politiche sociali ed economiche delle strategie d'impresa che all'impatto di carattere sociale e politico delle medesime sia sulla storia politica che sulle relazioni industriali in senso stretto. La acquisizione delle conoscenze è mirata allo sviluppo delle capacità critiche dello studente ma anche alla capacità di interpretare i documenti della storia del lavoro, dell'impresa e del contesto economico. Il corso termina con una analisi delle problematiche economiche dal 1992 ad oggi.

Il corso ha la durata di 42 ore. L'esame consiste in una prova orale, condotta secondo i criteri definiti dall'art. 23 del Regolamento didattico di Ateneo.

Commissione di esame

Prof. M. Stampacchia (presidente), ulteriori membri da definire.

Testi richiesti

Stefano Musso, *Storia del lavoro dall'unità ad oggi*, Marsilio editore, 2003;

Franco Amatori, Andrea Colli, *Impresa e industria in Italia dall'Unità ad oggi*, Marsilio ed., 1999;

Salvatore Rossi, *Aspetti della politica economica italiana dalla crisi del 1992-93 a quella del 2008-09*, scaricabile on line: <http://www.astrid-online.it/Dossier-d1/Italia---/index.htm>
(solo quelle parti dei testi che sono state utilizzate a lezione).

Storia della cultura politica organizzativa

Prof. Claudio Palazzolo

Titolo del corso: *Teorie e cultura del lavoro nella storia del pensiero politico*

La durata del corso è di 63 ore.

Il corso è valido per la Classe LM-59 .

L'esame consiste in una prova orale, condotta secondo i criteri definiti dall'art. 23 del Regolamento didattico di Ateneo.

Comissione di esame

Prof. C. Palazzolo (Presidente), Prof. R. Giannetti, Dott. M. Lenci, Dott. C. Calabrò.

Testi richiesti

A.Negri, *Filosofia del lavoro. Storia antologica*, Marzorati, Milano: vol. II, pp. 343-371; vol. III, pp. 21-87; vol. IV, pp. 673-718 e pp. 917-965; vol. V, pp. 21-32; vol. VI, pp. 669- 690.

C. PALazzolo, *Dal Fabianesimo al Neofabianesimo. Itinerario di storia della cultura socialista britannica*, Giappichelli, Torino, 1999.

Storia delle istituzioni politiche

Prof.ssa Marcella Aglietti

Programma

Il corso è volto ad approfondire la storia delle istituzioni politiche, in età moderna e contemporanea, prendendo in esame il rapporto tra costruzione dello Stato ed evoluzione del principio di cittadinanza con particolare riguardo a: l'affermazione dei diritti di rappresentanza, il processo costituzionale, prassi e meccanismi di costruzione delle élites, la partecipazione all'esercizio

del potere politico. Ci si soffermerà inoltre sulla declinazione del concetto di cittadinanza in base al concetto di genere ed alle nuove prospettive d'inclusione e di pari opportunità.

Obiettivo del corso, di taglio monografico, sarà inoltre l'acquisizione della capacità critica di analisi delle fonti storiografiche connesse a suddette tematiche, perciò agli studenti frequentanti sarà richiesto di elaborare una relazione da presentare in forma scritta ed orale.

La durata del corso è di 42 ore (6 crediti). Il corso è valido per la Classi LM-59.

L'esame consiste in una prova orale, condotta secondo i criteri di cui all'art. 23 del Reg. did. di Ateneo.

Per i non frequentanti, l'esame verterà sui testi di riferimento indicati di seguito.

Commissione d'esame

Prof.ssa Marcella Aglietti (Presidente), Prof. Danilo Barsanti, Prof.ssa Emanuela Minuto, Prof. Rino Casella

Testi richiesti

Per i non frequentanti, l'esame verterà su **tre** testi scelti come indicato:

Per tutti:

- Pietro Costa, *Cittadinanza*, Roma-Bari, Laterza, 2009

Un secondo testo, a scelta dello studente, tra i seguenti:

- Angela De Benedictis, *Politica, governo e istituzioni nell'Europa moderna*, Bologna, il Mulino, 2001, pp.243-398.
- *Lo Stato moderno in Europa*, a cura di M.Fioravanti, Roma-Bari, Laterza, 2002, pp.3-162.

E un terzo testo a scelta tra:

- Anne Stevens, *Donne, potere, politica*, Bologna, il Mulino, 2009, pp.51-213
- Elda Guerra, *Storia e cultura politica delle donne*, Bologna, Archetipolibri, 2008, pp.7-78, oltre ai documenti n°1, 3, 4, 6, 7, 8, 12, 14, 17, 22, 36, 40 e 41 alle pp. 79-83, 87-93, 99-112, 127-129, 134-137, 147-150, 169-172, 224-228, 241-248

Per i frequentanti, l'esame verterà sulla prova scritta ed orale concordata con la docente e su ulteriori indicazioni bibliografiche che saranno fornite nel corso delle lezioni.

Secondo anno

Filosofia e teoria dei linguaggi

Prof.ssa Maria C. Pievatolo

Programma

Il corso è dedicato alla comprensione e all'uso delle nuove tecnologie della parola legate alla digitalizzazione dei documenti e al cosiddetto Web 2.0, nonché alla sperimentazione di questi strumenti in un ambiente collaborativo.

Esso avrà i seguenti temi:

1. la pubblicazione scientifica: diritto d'autore e open access.
2. Fondamenti di teoria dell'informazione: software e protocolli, Internet (TCP/IP) e il World Wide Web (http, html, URI)
Web semantico e web 2.0
Linguaggi di mark-up: XHTML, XML-DocBook
Resource Description Framework (RDF)
I fogli di stile a cascata (CSS)
Introduzione all'uso di strumenti bibliografici collaborativi

La seconda parte del corso si svolgerà in forma seminariale, in aula computer.

L'esame consiste in una prova orale, condotta secondo i criteri di cui all'articolo 23 del Regolamento didattico di ateneo, e di una prova applicativa, consistente nella preparazione di un ipertesto da concordarsi con la docente.

È consigliabile che gli studenti non frequentanti abbiano un colloquio preliminare con la docente, allo scopo di orientare la loro preparazione.

Commissione di esame

Prof.ssa Maria Chiara Pievatolo (presidente), Dott. Nico De Federicis – membro supplente: Francesca Di Donato.

Testi richiesti

J.G. Fichte, *Prova dell'illegittimità della ristampa dei libri*

<<http://bfp.sp.unipi.it/hj05b/42>>

I. Kant, *L'illegittimità della ristampa dei libri*

<http://bfp.sp.unipi.it/dida/kant_7/ar01s06.html>

G.E. Lessing, *Vivere e lasciar vivere. Un progetto per scrittori e librai*

<<http://bfp.sp.unipi.it/classici/lessing.html>>

M. Lutero, *Monito agli stampatori*

<<http://bfp.sp.unipi.it/classici/lutero.html>>

Platone, *Fedro* (edizione digitale a cura di P. Sanasi)

<<http://www.ousia.it/SitoOusia/index.htm>>

M.C. Pievatolo, *Il Fedro di Platone*

<<http://bfp.sp.unipi.it/dida/fedro>>

M.C. Pievatolo, *Comunicazione del sapere: la questione del diritto d'autore*

<<http://bfp.sp.unipi.it/dida/fpa/>>

Per la parte applicativa verranno fornite delle *slides* il cui indirizzo verrà comunicato a lezione e indicato sul web di Facoltà.

Diritto del lavoro

L'insegnamento non sarà attivato.

Psicologia del lavoro e delle organizzazioni

Prof. Antonio Aiello

Programma

L'Insegnamento ha lo scopo di fornire una vista sulle principali e più aggiornate teorie, e i relativi sviluppi applicativi, che caratterizzano la disciplina, nelle sue recenti articolazioni metodologiche e professionali.

Il fine è di fornire un quadro di riferimento storico, teorico e metodologico che permetta di avvicinarsi alla psicologia del lavoro e delle organizzazioni al fine di leggere e intervenire sulla complessità dei contesti organizzativi, tenendo conto delle dimensioni soggettive, personali/professionali e strutturali/organizzative.

Le tematiche verteranno sui seguenti principali argomenti: (1) La nascita della soggettività lavorativa; (2) Lo *scientific management*; (3) La "scoperta" della natura sociale del lavoro; (4) Lo Sviluppo organizzativo; (5) La Cultura organizzativa; (6) Il Clima organizzativo; (7) La Comunicazione nelle organizzazioni; (8) Gruppo, gruppo di lavoro, lavoro di gruppo; (9) Potere e leadership; (10) Le Competenze organizzative.

Una parte specifica di approfondimento sarà dedicata all'argomento della prevenzione dei rischi psicosociali e le dinamiche socio-organizzative connesse allo stress lavoro correlato.

Il corso ha la durata di 42 ore ed è valido per la Classe LM-59.

L'esame consiste in una prova orale, condotta secondo i criteri definiti dall'art. 23 del Regolamento didattico di Ateneo.

Commissione di esame

Prof. A. Aiello (Presidente), altri membri di Commissione in corso di definizione.

Testi richiesti per la preparazione all'esame

P. Gabassi: *Psicologia del Lavoro nelle Organizzazioni*. Franco Angeli, Ed. (2006).

A. Aiello, P. Deitingen, C. Nardella: *Il modello «Valutazione dei Rischi Psicosociali» "VARP". Metodologia e strumenti per una gestione sostenibile nelle Organizzazioni: dallo stress lavoro-correlato al mobbing*. Franco Angeli, Ed. (in uscita aprile 2012).

Testi opzionali di approfondimento:

F. Avallone: *Psicologia del Lavoro e delle Organizzazioni. Costruire e gestire relazioni nei contesti professionali e sociali*. Carocci Ed. (2011) (4 capitoli, o una "parte" tra le sei a disposizione, a scelta dello studente)

N. De Carlo, A. Falco, D. Capozza: *Test di valutazione del rischio stress lavoro-correlato nella prospettiva del benessere organizzativo (Qu-Bo)*. Franco Angeli Ed (2008).

F. Fraccaroli, C. Balducci: *Stress e Rischi Psicosociali nelle Organizzazioni*. Il Mulino Ed. (2011)

Economia delle risorse umane e delle organizzazioni

Prof. Giacomo Costa

Programma

Prenderemo come primo libro di riferimento e di testo l'ormai classico *Economia, organizzazione, management* di Milgrom-Roberts. Ne vedremo in dettaglio le Parti:

Prima, Il problema dell'organizzazione economica;
Terza, La motivazione: contratti, informazioni e incentivi;
Quinta, Occupazione, contratti, remunerazione e carriera;
Settima, Progettazione e dinamica delle organizzazioni;

La Parti Terza e Quinta trattano, naturalmente, alcuni importanti aspetti delle "risorse umane", principalmente, ma non esclusivamente, come si pongono nell'ambito di grandi imprese. L'interessante, e molto più recente *L'Economia della cooperazione del non-profit* di Pierangelo Mori presenta, oltre a una Parte Seconda, dedicata a una sintetica esposizione degli elementi di teoria economica dell'impresa, una interessantissima Parte Terza sul funzionamento delle organizzazioni cooperative, nelle quali i problemi delle risorse umane riappaiono in forme diverse e, in un certo senso, inattese.

Se ci sarà tempo e volontà, potremo anche tentare di considerare alcuni contributi dell'economista premio Nobel James Meade alla teoria economica delle imprese cooperative.

Il metodo:

Alle lezioni si alterneranno sessioni dedicate alla discussione degli esercizi proposti nei libri di testo o dal docente.

Il corso ha la durata di 42 ore ed è valido per la Classe LM-59.

L'esame orale, condotto secondo i criteri definiti dall'art. 23 del Regolamento didattico di Ateneo, verterà sui tre migliori esercizi presentati da ciascun studente.

Commissione di esame

Prof. Alberto Chilosi, Prof. Andrea Mangani, Prof. Alberto Pench, Prof. Mauro Sylos Labini.

Libri di riferimento e di testo:

Paul Milgrom e John Roberts, *Economia, organizzazione e management*, Seconda edizione, Il Mulino, Bologna, 2005.

Pierangelo Mori, *Economia della cooperazione e del non-profit: istituzioni, organizzazione, mercato*, Carocci, Roma, 2008.

Altro riferimento

James Meade, *Alternative systems of business organization and of workers' remuneration*, Allen & Unwin, London, 1986.

Metodi statistici per le decisioni aziendali

Prof.ssa Barbara Pacini

Programma

Il corso intende fornire agli studenti logiche e strumenti metodologici di base per il trattamento delle informazioni d'interesse aziendale, in termini sia di raccolta delle informazioni che di analisi dei dati e utilizzo di modelli statistici. Durante il corso saranno trattati i seguenti argomenti: fonti di informazione statistica, tecniche di indagine campionaria, metodi e modelli statistici per lo studio di problematiche legate all'azienda (pubblica o privata). Saranno presentati esempi di applicazione di tecniche statistiche mediante l'utilizzo di foglio elettronico.

La durata del corso è di 42 ore (6 CFU). Il corso è valido per la LM-59.

L'esame consiste di una prova scritta, contenente esercizi da risolvere e domande di teoria, alla quale, purché con esito sufficiente, potrà seguire una prova orale facoltativa, condotta secondo i criteri definiti dall'art. 23 del Regolamento didattico di Ateneo.

Commissione d'esame

Prof.ssa B.Pacini (Presidente), Prof.ssa S. Venturi, Prof. O. Barsotti

Testi richiesti

M. Levine, T.C. Krehbiel, M.L. Berenson, *Statistica*, V edizione, Pearson Prentice Hall, 2010 (con esclusione dei primi tre capitoli).

B. Bracalente, M. Cossignani, A. Mulas, *Statistica Aziendale*, McGraw-Hill, 2009.

Ulteriore materiale, utile alla preparazione dell'esame, sarà messo a disposizione dal docente durante il corso al sito: <http://www.dipstat.ec.unipi.it/persone/docenti/pacini>.

Testi di utile consultazione

A. Agresti, B. Finlay, *Statistica per le Scienze Sociali*, Pearson Prentice Hall, 2009.

M. Middleton, *Analisi statistica con Excel*, Apogeo, 2004.

Gestione delle risorse umane

Prof. Giuseppe Bellandi

Programma

Il corso nella Parte Generale, intende affrontare le tematiche essenziali delle complesse e variegate conoscenze, strumenti e principi che costituiscono oggi le principali fasi della Gestione (*management*) delle Risorse Umane; nella Parte speciale, si affronta invece il tema professionalizzante della capacità di guidare un'organizzazione con la *Leadership* che, nell'attuale ambiente complesso, competitivo, iperveloce ed incerto, può costituire la "bussola" che orienta, motiva e rende proattive le persone e efficace il funzionamento di qualsivoglia organizzazione.

Parte Generale

L'area delle *Human Resource (HR)*, l'organizzazione interna e l'organizzazione della forza lavoro

- l'evoluzione della funzione del personale
- i modelli organizzativi di gestione del personale
- Obiettivi, *targets*, procedure interne e mansionari, in rapporto a funzioni e ruoli, gerarchie e relativi *feedback* di controllo.

La selezione ed il *recruiting*

- reclutamento, selezione e contesto aziendale ed organizzativo: la valutazione dei fabbisogni di *recruiting*
- il processo di selezione, gli attori e gli strumenti del processo
- il colloquio di selezione
- *l'assessment* e l'inserimento in azienda
- la *retention* del personale.

L'attivazione del rapporto

- il contratto individuale di lavoro e la qualificazione del rapporto di lavoro (autonomia, subordinazione, parasubordinazione)
- l'apposizione di clausole al contratto di lavoro: il patto di prova, il patto di non concorrenza, la clausola del termine (nel contratto a tempo determinato)
- la c.d. «Riforma Biagi» del mercato del lavoro e le nuove tipologie di lavoro flessibile: collaborazioni coordinate e continuative; a progetto; il lavoro intermittente o *job on call*; il lavoro ripartito, o *job sharing*; il lavoro occasionale e accessorio
- la riforma dei contratti formativi: dal contratto di formazione e lavoro al contratto di inserimento; dal vecchio apprendistato alla disciplina "degli" apprendistati di cui al d. lgs. 276/2003 e ss. mm.; *stage* e tirocini estivi e di orientamento: cenni
- i fenomeni interpositori, leciti ed illeciti, le fattispecie di triangolazione del rapporto di lavoro e le vicende circolatorie dell'impresa (in particolare: riforma del sistema del collocamento; agenzie per il lavoro e relativo regime autorizzatorio; somministrazione e appalto; distacco;

disciplina del lavoro all'interno di gruppi di impresa; trasferimento d'azienda e di ramo d'azienda); le novità introdotte dal c.d. "Collegato lavoro" (L. 183/2010)

- cenni su: -il contratto collettivo di lavoro applicabile e la definizione del ruolo ed il corretto inquadramento aziendale: qualifiche e categorie; - gli adempimenti preliminari obbligatori per l'attivazione di un rapporto di lavoro di tipo subordinato: obbligazioni contrattuali, comunicazioni obbligatorie, adempimenti previdenziali e assicurativi; - i diritti e gli obblighi dell'impresa e del lavoratore: i poteri (direttivo, disciplinare e di controllo e tutela della *privacy*) ed i doveri (obbligazione retributiva e tutela della salute fisica e della personalità morale del lavoratore) del datore di lavoro e del lavoratore (obbligo di diligenza e di fedeltà).

L'amministrazione, la valutazione e lo sviluppo delle risorse umane. La risoluzione del rapporto di lavoro

- gli elementi della retribuzione, la sua liquidazione e pagamento
- le ferie, i congedi, la malattia e l'infortunio
- il sostituto previdenziale e di imposta: adempimenti obbligatori
- le politiche di progressione di carriera ed i miglioramenti retributivi
- la misurazione dei risultati raggiunti, il sistema premiante ed i benefit aziendali e la partecipazione dei singoli e dei gruppi ai risultati dell'azienda
- la valutazione del potenziale e del talento e la pianificazione delle carriere
- azioni e provvedimenti disciplinari
- la risoluzione del rapporto di lavoro; dimissioni e licenziamento: diritti ed obblighi reciproci
- le indennità a favore del lavoratore in caso di cessazione del rapporto di lavoro: TFR, ratei di retribuzione, ferie e permessi non goduti

La gestione delle relazioni e delle criticità e il ruolo della motivazione, della comunicazione e della formazione

- rapporti azienda – sindacato: le rappresentanze sindacali e quelle interne: le attività di monitoraggio e controllo
- *job enrichment, job enlargement e job rotation* e gestione del *turnover*
- la gestione delle conflittualità interne, specie nei momenti di ristrutturazione e di crisi: gli incentivi all'esodo ed il ricorso ai c.d. ammortizzatori sociali: la cassa integrazione guadagni (CIGS e CIGO), i contratti di solidarietà, l'indennità di disoccupazione e l'indennità di mobilità
- comunicare l'obiettivo strategico dell'azienda: *mission, vision* e codice etico.
- le strategie di *employer branding, di attraction e retention*

Parte speciale: Sviluppare la Leadership

- l'importanza del clima aziendale e della motivazione dei collaboratori
- altri perché della *leadership*: le trasformazioni in atto nell'economia, nelle imprese e nella professionalità come sfide da cogliere
- gli elementi costitutivi della *leadership*: verso la cosiddetta *leadership* responsabile
- la *leadership* al lavoro: come applicarla; lo sviluppo dell'*empowerment*

Il corso ha la durata di 42 ore ed è valido per la Classe LM-59.

L'esame consiste in una prova orale, condotta secondo i criteri definiti dall'art. 23 del Regolamento didattico di Ateneo.

Commissione di esame

Prof. G. Bellani (Presidente), Prof.ssa M.S. Fiorelli, Ing. Riccardo Balsano

Testi richiesti per la preparazione all'esame

Giuseppe Bellandi, *La gestione delle risorse umane: principi, componenti, strumenti*, Dispensa in preparazione;

Giuseppe Bellandi, *il Talento del Leader*, Milano, Franco Angeli ed., 2006

Testi di approfondimento

- Raymond A. Noe, John R. Hollenbeck, Barry Gerhart, Patrick M. Wright, *Gestione delle Risorse Umane*, Milano, Apogeo editore, 2006
- Enrico Auteri, *Management delle Risorse Umane*, Milano, ed. Angelo Guerrini e Associati, quinta ed. aggiornata, 2009
- Giovanni Costa, Martina Gianecchini, *Risorse umane: persone, relazioni e valore*, Milano, Mc Graw Hill, 2° edizione, 2009
- Juani Swart, Clare Mann, Steve Brown, Alan Price, *Lo sviluppo delle risorse umane, Strategia e tattiche*, Milano, Franco Angeli Editor
- Leander Kahney, *Nella Testa di Steve Jobs*, Nuova ed. ampliata e aggiornata, Milano, Sperling e Kupfer editori, Paperback, 2009

Altre indicazioni

L'orario del ricevimento sarà comunicato ad inizio Corso; per contattare il docente, scrivere a: gbel@ing.unipi.it

Metodi statistica per le decisioni aziendali

Prof.ssa Barbara Pacini

Vedi Approfondimento di Comunicazione interna (Risorse umane) – Metodi statistici per le decisioni aziendali – p. 187.

Comunicazione politica

Prof. Massimiliano Andretta

Programma

Prima parte

In questa parte si introdurranno i concetti-chiave dell'ambito di studio proprio della comunicazione politica: in particolare ci soffermeremo sugli aspetti definitori del campo di ricerca, e sui soggetti collettivi e individuali che "fanno" comunicazione politica. Verranno approfonditi poi i temi della interazione tra i *media* e la politica, con particolare riguardo verso le modalità di comunicazione proprie degli attori politici attraverso il sistema dei *media*: quali sono i linguaggi, i rituali e i simboli usati dagli attori che comunicano per ottenere il consenso dei cittadini? E come influiscono i *media* nel determinare e influenzare il modo di comunicare la politica? Cosa si intende con mediatizzazione della politica? E quali sono gli aspetti cognitivi dei cittadini-consumatori di messaggi mediatici che devono essere considerati per capire le modalità di ricezione di tali messaggi? Il sistema dei *media* influenza il processo di ricezione? E come? Accanto ad una breve ricognizione della struttura dei *media* e dei rapporti media-politica in alcuni paesi europei, focalizzandoci sul caso italiano, con questo modulo tenteremo di dare una risposta alle questioni sopra esposte.

Seconda parte

Nella seconda parte verranno approfonditi gli aspetti del ruolo della comunicazione politica nel sistema politico e nella società civile. Innanzitutto vedremo nel dettaglio quali sono gli attori rilevanti per la comunicazione: il Presidente della Repubblica, il Parlamento, il Governo, la Magistratura, i partiti, i gruppi di interesse, i movimenti sociali e il terrorismo organizzato. Vedremo come i diversi attori abbiano modalità e logiche proprie di "comunicare politicamente". Inoltre, approfondiremo il tema delle campagne elettorali e vedremo quali siano le logiche del loro funzionamento (pubblicità e *marketing* elettorale) e come queste contribuiscano a ridefinire la struttura organizzativa, le ideologie e le identità degli attori politici in generale e dei partiti politici in particolare. Infine, ci domanderemo quali siano gli effetti della comunicazione politica (soprattutto mediatizzata) sulla socializzazione politica, sulla conoscenza politica, sulla partecipazione politica, sulle scelte di voto e sull'opinione pubblica in generale.

Infine, si approfondirà la relazione tra comunicazione e movimenti sociali nella società globalizzata e mediatizzata.

Testi richiesti

Prima parte

Gianpietro Mazzoleni, *La comunicazione politica*, Bologna, Il Mulino, 2004: capp. 1, 3, 4 e 7.

Durante il corso verranno anche indicate alcune letture aggiuntive.

Lorenzo Mosca, a cura di. *Partecipare Comunicando in una Società mediatizzata*, in "Partecipazione e Conflitto", n. 1, 2008.

Seconda parte

Gianpietro Mazzoleni, *La comunicazione politica*, Bologna, Il Mulino, 2004: capp. 1, 2, 5, 6, e 8.

Lorenzo Mosca, a cura di. *Partecipare Comunicando in una Società mediatizzata*, in "Partecipazione e Conflitto", n. 1, 2008.

Diritto dell'informazione

Prof. Saulle Panizza

Programma

Il corso si svolgerà nel secondo semestre e affronterà i seguenti argomenti: i principi costituzionali rilevanti in ordine al diritto dell'informazione; la libertà di manifestazione del pensiero nella Costituzione; la disciplina della stampa e la professione giornalistica; la disciplina del sistema radiotelevisivo.

Il corso ha la durata di 42 ore. L'esame consiste in una prova orale.

Commissione d'esame

Prof. S. Panizza (Presidente), dott.ssa F. Nugnes, dott.ssa E. Stradella (membro supplente)

Testi richiesti

P. Caretti, *Diritto dell'informazione e della comunicazione*, Bologna, Il Mulino, 2009.

Economia e gestione delle imprese

Prof. Mario Morroni

Programma

Il corso è dedicato all'analisi economica delle imprese con particolare riferimento agli aspetti organizzativi e gestionali.

- 1) La tecnologia
- 2) I costi di produzione
- 3) Le condizioni di base e i meccanismi decisionali
- 4) Strutture proprietarie
- 5) Diritti di proprietà e contratti incompleti
- 6) I costi di transazione
- 7) Lo sviluppo delle competenze.

La durata complessiva del corso è di ore 42 ore.

L'esame consiste in una prova orale condotta secondo i criteri di cui all'art. 23 del Regolamento didattico di Ateneo.

Commissione d'esame

Prof. M. Morroni (presidente), Prof. Giacomo Costa, Prof. A. Chilosi, Prof. A. Mangani, dott. Mauro Sylos Labini

Testi richiesti

HART, O., "Il punto di vista degli economisti sulla teoria dell'impresa" in L. Filippini e A. Santani (a cura di), *Razionalità, impresa e informazione*, Giappichelli, Torino, 1993.

MORRONI, M., "Un'applicazione del modello fondi-flussi alla produzione di apparecchiature per telecomunicazioni", *Quaderni Didattici*, n. 10, Dipartimento di Scienze Economiche, Università di Pisa, Edizioni Il Campano, Pisa, 2003.

MORRONI, M., *L'impresa competitiva. Sviluppo e conoscenza in condizioni di incertezza*, Luiss University Press, Roma, 2010.

Filosofia della comunicazione

L'insegnamento non sarà attivato.

Tipologie testuali

L'insegnamento non sarà attivato.