

**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 (titoli relativi: 1. l'organizzazione scientifica del lavoro, ovvero il taylorismo, 2. dopo Taylor. Nascita e fortuna delle «Relazioni Umane», 6. Nuove professionalità e consenso operaio, 7. Modello giapponese, produzione snella e miglioramento continuo);
- G. P. Cella e T. Treu, *Relazioni industriali e contrattazione collettiva*, Bologna, il Mulino, 2009;
- Manciuilli 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*

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

Il programma del corso sarà pubblicato nelle pagine web del Dipartimento di Scienze politiche (<http://www.sp.unipi.it>).

### **Economia applicata**

*Prof. Andrea Mangani*

#### **Programma**

Il corso ha l'obiettivo di descrivere i meccanismi economici del 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**

1. Introduzione ai contenuti e agli strumenti del corso
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. La regolazione dei mass media
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, concorrenza di prezzo e segnali di qualità
4. Pubblicità, barriere all'entrata nel mercato ed oligopoli naturali
5. 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. Saranno svolte esercitazioni per la preparazione della prova finale.

#### **Commissione d'esame**

Prof. A. Mangani (Presidente), Prof. A. Pench, Prof. A. Balestrino, Prof. A. Prof. M. Morroni, Dott. M. Guerrazzi.

#### **Testi richiesti**

Per la parte introduttiva, il testo di riferimento è D.W. Carlton, J.F. Perloff, *Organizzazione industriale*, Milano, McGraw-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**

*Docente da definire*

Il nominativo del docente e il programma del corso saranno pubblicati nelle pagine web del Dipartimento di Scienze politiche.

## **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.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, 2011.
- R. Bracciale, *Donne nella rete. Disuguaglianze digitali di genere*, Milano, FrancoAngeli, 2010.
- S. Bentivegna (a cura di), *Parlamento 2.0. Strategie di comunicazione politica in internet*, Milano, FrancoAngeli, 2012.

**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. Lavoro e 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, al tema della ricaduta in termini di politiche sociali ed economiche delle strategie d'impresa e 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 si conclude con una analisi delle problematiche economiche legate alla crisi del 1992-93 e a quella tuttora in corso.

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 di cui al Reg. didattico di Ateneo.

**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;

Antonio Bassanetti, Martina Cecioni, Andrea Nobili e Giordano Zevi, *Le principali recessioni italiane: un confronto retrospettivo*, in *Questioni di Economia e Finanza (Occasional papers)*, Banca d'Italia, scaricabile in rete:

[http://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/econo/quest\\_ecofin\\_2/qf\\_46](http://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/econo/quest_ecofin_2/qf_46)

Antonio Accetturo, Anna Giunta e Salvatore Rossi, *Le imprese italiane tra crisi e nuova globalizzazione*, in *Questioni di economia e finanza (Occasional papers)*, Banca d'Italia, scaricabile in rete:

[http://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/econo/quest\\_ecofin\\_2/QF\\_86](http://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/econo/quest_ecofin_2/QF_86)

Gli studenti non frequentanti sono invitati al ricevimento del docente.

Il ricevimento si tiene il Martedì, ore 11-13, Palazzina di Scienze Politiche primo piano, via della Sapienza 11.

Per comunicare con il docente utilizzare ambedue questi indirizzi:

[stampacchia@dsp.unipi.it](mailto:stampacchia@dsp.unipi.it)

[mauro.stampacchia@gmail.com](mailto:mauro.stampacchia@gmail.com)

## **Storia della cultura politica organizzativa**

*Prof. Claudio Palazzolo*

### **Programma**

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.

### **Commissione 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.

I suoi temi saranno i seguenti:

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: HTML5, XHTML, XML-DocBook  
Resource Description Framework (RDF)

I fogli di stile a cascata (CSS)

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 d'esame**

Prof. Maria Chiara Pievatolo (presidente), Dott. Nico De Federicis, Dott. Francesca Di Donato (Membro supplente).

### **Testi richiesti**

J.G. Fichte, *Prova dell'illegittimità della ristampa dei libri* <[http://commentbfp.sp.unipi.it/?page\\_id=25](http://commentbfp.sp.unipi.it/?page_id=25)>

I. Kant, *L'illegittimità della ristampa dei libri* <[http://bfp.sp.unipi.it/dida/kant\\_7/ar01s06.html](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, *Ione*, <<http://www.ousia.it/SitoOusia/SitoOusia/TestiDiFilosofia/TestiPDF/Platone/IONE.PDF>> con l'ipertesto dedicato, il cui indirizzo verrà segnalato a lezione.

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 dipartimento.

*Approfondimento di Comunicazione interna (Risorse umane)*

## **Diritto del lavoro**

L'insegnamento sarà mutuato presso il Dipartimento di Giurisprudenza. Ulteriori informazioni saranno fornite sul sito web del Dipartimento di Scienze politiche (<http://www.sp.unipi.it>).

## Psicologia del lavoro e delle organizzazione

Prof. Antonio Aiello

### Programma

L'Insegnamento ha lo scopo di fornire una vista sulle principali e più aggiornate teorie psicologiche, e i relativi sviluppi applicativi, che caratterizzano la disciplina, nelle sue recenti articolazioni metodologiche e ricadute professionali con particolare riguardo per l'ambito gestionale delle politiche delle risorse umane e della comunicazione d'impresa.

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 e la Comunicazione d'Impresa; (8) Il 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 durata di 42 ore ed è valido per la Classe di Laurea Magistrale 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), Dott. C. Nardella.

### Testi di studio per l'a.a. 2012-2013.

(1) P. Gabassi, *Psicologia del Lavoro nelle Organizzazioni*, Franco Angeli, Ed. (2006) (primi 10 capitoli).

(2) 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. (2012).

Testi opzionali di approfondimento:

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

(B) 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).

Ricevimento studenti e tesisti

Il Docente riceve gli studenti e i tesisti il mercoledì dalle 12 alle 14 (eventuali cambiamenti saranno comunicati tempestivamente).

Per contatti si può impiegare anche la posta elettronica ([antonio.aiello@sp.unipi.it](mailto:antonio.aiello@sp.unipi.it)) specificando il CdL di appartenenza.

## **Economia delle risorse umane e delle organizzazioni**

L'insegnamento non sarà attivato.

### **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). Elementi di base di statistica descrittiva e teoria della probabilità sono prerequisiti per la frequenza del corso.

La durata del corso è di 42 ore (6 CFU).

Il corso, valido per la classe LM59, mutua parte del corso di Metodi statistici per le decisioni aziendali valido per la LM63 (9 CFU). L'esame consiste di una prova scritta, contenente esercizi da risolvere e domande di teoria. Per la prova è consentito il solo uso di calcolatrice e tavole statistiche.

#### **Commissione d'esame**

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

#### **Testi richiesti**

L. Biggeri, M. Bini, A. Coli, L. Grassini, M. Maltagliati, *Statistica per le decisioni aziendali*, Pearson Prentice Hall, 2012

M. Levine, T.C. Krehbiel, M.L. Berenson, *Statistica*, V edizione, Pearson Prentice Hall, 2010.

Ulteriore materiale, utile alla preparazione dell'esame, sarà messo a disposizione dal docente durante il corso.

## **Gestione delle risorse umane**

*Prof. Giuseppe Bellandi*

### **Programma**

#### **Gli obiettivi formativi del corso**

Il corso, inserito nella Classe LM-59, nella Parte Generale, intende affrontare le tematiche essenziali della Gestione amministrativa, operativa e strategica delle Risorse Umane, con un approccio professionalizzante, combinando norme e principi coerenti alla strategia e cultura aziendale, con le conoscenze di base ed avanzate e con la capacità di usare tecniche e metodologie utili a questo fine, in un'ottica di accrescimento dell'efficienza e dell'efficacia. Da qui l'uso di forme di didattica attiva (esercitazioni e cas) e di testimonianze esterne, che rendono fortemente auspicabile la frequenza al Corso. 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, rappresenta il modello più evoluto di gestione delle HR e può costituire la "bussola" che orienta, motiva e rende proattive le persone e efficace il funzionamento di qualsivoglia organizzazione.

### **Parte Generale**

#### **Modulo I: L'area delle risorse umane**

- 1- l'evoluzione della funzione del personale
- 2 - La funzione RU :criteri, comportamenti, effetti
- 3 – Analisi delle mansioni e dei processi: il BPMN (*Business Process Management and notes*)
- 4 - La misurazione dei carichi di lavoro e dimensionamento dell'organico
- 5- Produttività, efficienza ed efficacia
- 6- *Job enrichment, job enlargement, job rotation* ed effetti sulla produttività, l'efficienza e la flessibilità,
- 7 – I modelli di gestione del personale e le modalità del "controllo" operativo e direzionale- Dall'uso dei mansionari alle procedure interne ed al *management by objectives*

#### **Modulo II: Il reclutamento e la selezione**

- 1 - La misurazione e la valutazione del *turnover* e le tecniche per la programmazione dei fabbisogni
- 2 - Il *recruiting* e le strategie di reclutamento
- 3 - Le configurazioni demografiche ed il portafoglio delle HR
- 4 – Il processo di selezione: le fasi, gli attori e gli strumenti
- 5 – L' *outsourcing* alle società di selezione del personale. Gli strumenti di web 2.0 per le HR

- 6 - Progettare e gestire l'*assessment centre*
- 7 La *retention* del personale. Il *work life balance*

### **Modulo III: Il rapporto di lavoro**

- 1 - L'inserimento in azienda: la scelta del tipo di contratto attivabile e adempimenti preliminari.
- 2- Il contratto individuale di lavoro: forma, disciplina, clausole e adempimenti preliminari per la sua attivazione. Diritti ed obblighi dell'impresa e del lavoratore
- 3- La c.d. «Riforma Biagi» e le tipologie di lavoro flessibile
- 4- I contratti formativi (apprendistato e tirocinio)
- 5- I contratti di lavoro dopo la «Riforma Fornero»
- 6 - La riforma del sistema del collocamento: le agenzie per il lavoro e le novità introdotte dal c.d. "Collegato lavoro" (L. 183/2010)
- 7 - Le azioni ed i provvedimenti disciplinari ( codice disciplinare)
- 8 - La risoluzione del rapporto di lavoro (dimissioni e licenziamento): diritti ed obblighi reciproci.
- 9- I vari contratti collettivi di lavoro
- 10 - La tutela dei dati personali: il D.Lgs. n. 196/2003 per la *Privacy*
- 11- La sicurezza sul lavoro: il D. Lgs. n. 81/2008

### **Modulo IV: La gestione amministrativa, la valutazione e lo sviluppo delle risorse umane**

- 1-La busta paga e gli elementi della retribuzione
- 2 - L'orario di lavoro; le ferie, la maternità, la malattia; la sospensione; l'infortunio; il TFR
- 3 -Il sostituto previdenziale e di imposta: gli adempimenti obbligatori
- 4 - La valutazione del personale e la pianificazione delle carriere
- 5- Politiche retributive incentivanti e salari di risultato: caratteristiche, evoluzioni, criticità e forme dei benefit.
- 6- La valutazione del potenziale: *performance* e potenziale personale
- 

### **Modulo V : La gestione delle relazioni e delle criticità e il ruolo della motivazione, della produttività, della comunicazione interna e della formazione**

- 1- I rapporti azienda – sindacato : le rappresentanze sindacali e quelle interne. Le attività di monitoraggio e controllo
- 2 - La gestione delle conflittualità interne, specie nei casi di ristrutturazione e di crisi: gli incentivi all'esodo ed il ricorso ai c.d. ammortizzatori sociali
- 3 -La cassa integrazione guadagni (CIGS e CIGO), i contratti di solidarietà; l'indennità di disoccupazione e l'indennità di mobilità
- 4 - Comunicare l'obiettivo strategico dell'azienda : *mission, vision* e codice etico
- 5 - La rilevazione del clima aziendale e le leve per la motivazione del personale
- 6- L'importanza del perseguimento della cultura della produttività, dell'efficienza e dell'efficacia
- 7 – Le formazione in azienda: caratteristiche, politiche e modalità di utilizzazione

**Parte speciale: Orientare la gestione delle Risorse Umane ai principi della Leadership**

- I perché della leadership :le trasformazioni in atto nell'economia, nelle imprese e nella professionalità come sfide da cogliere
- Il ciclo manageriale e quello della leadership
- Gli elementi costitutivi della leadership e le carte positive e negative del *Leader*. Verso la cosiddetta leadership responsabile
- La leadership al lavoro: come applicarla. Stili di direzione e sviluppo dell'*empowerment*

**Per la preparazione all'esame**

Giuseppe Bellandi (a cura di), *La Gestione delle Risorse Umane- Principi, Metodologie e Norme*, e-book ed.,2013

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

Pur consistendo in una prova orale, ad ogni studente è richiesto, per la partecipazione all'esame, di svolgere individualmente, e concordandolo con il docente, un *project work at home* applicativo o di approfondimento su una metodologia/tecnica o su un argomento del Corso. Il *project work* dovrà essere inviato almeno 5 gg. prima dell'appello cui lo studente intende partecipare all'indirizzo [gbel@ing.unipi.it](mailto:gbel@ing.unipi.it) e poi portarne copia cartacea all'esame.

**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*, Mulani Mc Graw Hill, 2° edizione, 2009
- Juani Swart, Clare Mann, Steve Brown, Alan Price, *Lo sviluppo delle risorse umane, Strategie e tattiche*, Milano, Franco Angeli Editore
- Leander Kahney, *Nella Testa di Steve Jobs*, Nuova ed. ampliata e aggiornata, Milano, Sperling e Kupfer editori, Paperback, 2009
- Giancamillo Palmerini, *Apprendistato e ammortizzatori sociali*, in M. Tiraboschi (a cura di), *Il Testo Unico dell'apprendistato e le nuove regole sui tirocini*, Giuffrè, Milano, 2011
- Nicola Marotta, *Introduzione alla sicurezza civile e industriale*, ed. Politecnica-Maggioli editore,2011.

*Approfondimento di Comunicazione esterna*

**Metodi statistica per le decisioni aziendali**

*Prof.ssa Barbara Pacini*

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

## **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. Saule 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.

L'esame consiste in una prova orale.

Per i frequentanti è previsto lo svolgimento e la discussione di una tesina scritta.

#### **Commissione d'esame**

Prof. S. Panizza (Presidente), dott.ssa E. Stradella.

#### **Testi richiesti**

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

Per gli studenti non in possesso di conoscenze almeno di base del diritto pubblico e costituzionale è necessario integrare il programma con il volume di S. Panizza – E. Stradella, *Il Vademecum delle Istituzioni. Guida alle funzioni e agli organi della Repubblica*, Pisa, Plus, 2011.

### **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 Reg. did. di Ateneo.

#### **Commissione d'esame**

Prof. M. Morroni (presidente), prof. A. Mangani, prof. A. PENCH, prof. A. Balestrino, dott. M. Sylos Labini, dott. M. Guerrazzi, dott.ssa I. Brunetti, dott. D. Moschella.

#### **Testi richiesti**

HART O., "Il punto di vista degli economisti sulla teoria dell'impresa" in L. Filippini e A. Salanti (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.