



FACOLTÀ DI ECONOMIA

MASTER DI I LIVELLO IN ECONOMIA APPLICATA

Presentazione del Corso

Il Master di I Livello in Economia Applicata forma professionisti in grado di effettuare studi e valutazioni di base della situazione aziendale e di applicare le proprie conoscenze all'interno dei progetti e dei processi aziendali oggetto di attenzione suggerendo le azioni preliminari necessarie per il raggiungimento degli obiettivi previsti.

Obiettivi formativi

Al completamento del Corso di Master di I Livello in Economia Applicata lo studente avrà acquisito competenze di base specifiche che gli consentiranno di effettuare studi economici, finanziari, gestionali e di mercato in vista del raggiungimento del risultato economico-finanziario atteso.

Sbocchi occupazionali

Il Corso di Master di I Livello in Economia Applicata offre diverse possibilità di impiego nel mondo del lavoro in svariati settori. Di seguito un elenco di alcuni dei possibili sbocchi occupazionali:

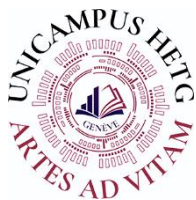
- Esperto di investimenti
- Esperto di dati economici
- Junior Business Development Advisor

Requisiti di ammissione, esami di verifica e prova finale

Possono iscriversi i candidati in possesso di Diploma di Scuola Media Superiore e Laurea Triennale o Laurea Specialistica, Magistrale o Vecchio Ordinamento. In difetto dei titoli di studio richiesti, è possibile l'ammissione su dossier, sulla base di una valutazione dei titoli di studio conseguiti e dell'esperienza acquisita, nonché delle competenze sviluppate nel quadro dell'attività professionale.

Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso Tesine, commenti, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.

La prova finale consiste in una Tesi di almeno 30 pagine su uno degli argomenti trattati durante il Master di I Livello.



UNICAMPUS HETG Sàrl
Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève, Suisse
www.unicampushetg.ch

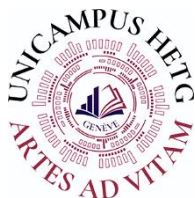
MASTER DI I LIVELLO IN ECONOMIA APPLICATA

SSD	INSEGNAMENTO	ECTS
SECS-P/09	Modelli Matematici per l'Analisi Finanziaria	7
SECS-S/01	Statistica Finanziaria	6
SECS-P/11	Financial Risk Management	6
IUS/04	Diritto Commerciale	9
SECS-P0/07	Economia e Gestione delle Imprese	10
SECS-P/08	Marketing	8
ING-IND/35	Business Process Management & Modeling	10
	Tesi finale	4

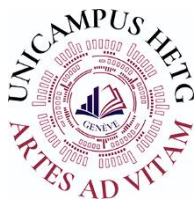
DURATA E STRUTTURA DEL MASTER DI I LIVELLO	
Durata:	Annuale – 1500 ore
Iscrizioni:	Sempre aperte tutto l'anno
Crediti:	60 ECTS
Modalità:	Online
Prezzo:	CHF/EUR 1.500,00

PROGRAMMA

INSEGNAMENTO	PROGRAMMA
<p>Modelli Matematici per l'Analisi Finanziaria</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Teoria delle probabilità avanzata 2. Distribuzioni troncate 3. Correlazioni 4. Proprietà statistiche delle serie temporali finanziarie 5. Evoluzione temporale delle funzioni di distribuzione 6. Fluttuazioni dei tassi di interesse 7. Analisi del rischio e diversificazione del portafoglio investimenti 8. Analisi delle serie storiche 9. Esercitazioni guidate e simulazioni computerizzate <p>TESTI CONSIGLIATI</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ G. M. GALLO, B. PACINI, Metodi quantitativi per i mercati finanziari, Carocci, 2002
<p>Statistica Finanziaria</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proprietà dei campioni casuali 2. Statistica, sufficienza e verosimiglianza 3. Stima puntuale e stima di massima verosimiglianza 4. Test di ipotesi e stima dell'intervallo 5. Elementi di inferenza bayesiana 6. Modelli lineari 7. Modelli auto-regressivi e a media mobile 8. Radice unitaria e modelli stagionali 9. Modelli eteroschedastici e un'introduzione ai modelli di volatilità stocastica 10. Modellazione lineare e non lineare di serie temporali finanziarie con R: analisi esplorativa, selezione del modello, fitting del modello, validazione del modello e previsione 11. Applicazioni finanziarie. <p>TESTI CONSIGLIATI</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ A. STELAND, Financial Statistics and Mathematical Finance: Methods, Models and Applications, Wiley, 2012
<p>Financial Risk Management</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Un'introduzione al rischio e alla gestione del rischio 2. Regolamenti bancari e controllo dei rischi 3. Misurazione e modellizzazione del rischio di mercato: modelli Value-at-Risk e volatilità 4. Misurazione e gestione del rischio di tasso di interesse 5. Misurazione e gestione del rischio di credito 6. Gestione del rischio operativo per il settore bancario <p>TESTI CONSIGLIATI</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ A. CHAPPELLE, Operational Risk Management: Best Practices in the Financial Services Industry, Wiley, 2019



INSEGNAMENTO	PROGRAMMA
Diritto Commerciale	<ol style="list-style-type: none">1. La vendita2. I contratti commerciali3. I contratti finanziari4. L'impresa5. L'imprenditore6. Le società di persone7. Le società di capitali8. La disciplina della concorrenza <p>TESTI CONSIGLIATI</p> <ul style="list-style-type: none">▪ G. F. CAMPOBASSO, Diritto commerciale. 1. Diritto dell'impresa, Utet, 2017▪ G. F. CAMPOBASSO, Diritto commerciale. 2. Diritto delle società, Utet, 2017▪ G. F. CAMPOBASSO, Diritto commerciale. 3. Contratti. Titoli di credito. Procedure concorsuali, Utet, 2017
Economia e Gestione delle Imprese	<ol style="list-style-type: none">1. Storia ed evoluzione dell'ambiente economico2. I fattori esterni che influenzano la struttura d'impresa3. I fattori interni che influenzano la struttura d'impresa4. Strategie e modelli di sviluppo per le imprese5. L'innovazione come chiave di volta per la crescita dell'impresa6. Misurazione e analisi degli effetti delle strategie adottate7. I modelli organizzativi aziendali <p>TESTI CONSIGLIATI</p> <ul style="list-style-type: none">▪ G. AIROLDI, G. BRUNETTI, V. CODA, Corso di economia aziendale, Bologna, il Mulino, 2005▪ I. DAGNINO, N. MISANI, F. PERRINI, C. VURRO, Casi di Management, Milano, Egea, 2016▪ F. PERRINI, Management. Economia e gestione delle imprese, Milano, Egea, 2017



INSEGNAMENTO	PROGRAMMA
Marketing	<ol style="list-style-type: none">1. Introduzione ai principi del marketing e alla sua storia2. Il marketing e la strategia aziendale3. Macromarketing e micromarketing4. La gestione delle informazioni nel Marketing5. Analisi comportamentale del consumatore privato6. Analisi comportamentale del consumatore istituzionale7. Posizionamento, segmentazione e targeting8. Pricing9. I canali del marketing10. Lo sviluppo di nuovi prodotti11. Strategia comunicativa, pubblicità e pubbliche relazioni12. Digital marketing e clienti digitali13. Marketing e social media nell'economia del XXI secolo <p>TESTI CONSIGLIATI</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Grewal-Levy, Marketing, Egea, 2018
Business Process Management & Modeling	<ol style="list-style-type: none">1. I processi aziendali2. Lean production: analisi, studio e sviluppo dei miglioramenti per i processi aziendali3. Mappatura dei processi4. Descrizione e misurazioni quantitative e qualitative dei processi5. Process Modeling6. Tecniche avanzate di Lean production7. Analisi comparativa dei processi e simulazione dei processi. <p>TESTI CONSIGLIATI</p> <ul style="list-style-type: none">▪ P. HARMON, Business process change, Waltham MA, Usa, Elsevier, 3rd edition, 2014
Tesi finale	Un elaborato su uno dei temi trattati di almeno 30 pagine.