



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

INFORMAZIONI GENERALI SUL CORSO DI STUDI

Nome del Corso in Italiano:	Business Administration
Nome del Corso in Inglese	Business Administration
Facoltà erogante il Corso:	Facoltà di Scienze Aziendali
Tipologia di Titolo:	Laurea Magistrale (Master's Degree)
Classe:	LM77 – Scienze economico-aziendali Class 84/S – Management studies
Anno Accademico:	2023 / 2024
Lingua in cui viene erogato il Corso:	Italiano
Retta Annuale:	<ol style="list-style-type: none">Fascia 1 (Redditi da CHF/EUR 0,00 a CHF/EUR 120.000,00): CHF/EUR 2.975,00Fascia 2 (Redditi da CHF/EUR 120.001,00 a CHF/EUR 270.000,00): CHF/EUR 3.975,00Fascia 3 (Redditi oltre CHF/EUR 270.000,00): CHF/EUR 4.975,00Fascia 4 (Retta intera senza agevolazioni per fascia di reddito): CHF/EUR 6.000,00
Modalità di erogazione del Corso:	Interamente online
Segreteria Studenti:	segreteria@unicampushetg.ch
Programmazione degli accessi:	No
Data di inizio dell'attività didattica:	
Massimo numero di crediti riconoscibili:	Il numero di crediti riconoscibili dipende dai crediti acquisiti per titoli di studio e/o esperienza professionale.



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution
Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1
CHE 133.413.467

IL CORSO DI STUDI IN BREVE

06/11/2023

Il Corso di Laurea Magistrale (Master's Degree) in Scienze Aziendali con indirizzo Business Administration ha come obiettivo la formazione di una figura professionale avanzata con una serie di competenze quali attenzione ai dettagli e capacità di adattamento e presa di decisioni rapide, proponendo soluzioni e coordinato e motivando il personale subordinato anche in condizioni di forte pressione.

Al completamento del Corso di Laurea Magistrale (Master's Degree) in Business Administration lo studente avrà acquisito competenze avanzate in ambito manageriale e sviluppato skills specialistiche nella strategia aziendale, nell'analisi dei mercati, nella gestione del personale e nella contabilità finanziaria.

Il superamento del presente corso di Laurea prevede il conseguimento di **120 ECTS**.

Il Corso di Laurea Magistrale (Master's Degree) in Business Administration offre diverse possibilità di impiego nel mondo del lavoro. Di seguito un esempio di alcuni dei possibili sbocchi occupazionali:

- Manager d'azienda
- Esperto in contabilità finanziaria
- Specialista in marketing internazionale

CONOSCENZE RICHIESTE PER L'ACCESSO

06/11/2023

Per accedere al Corso di Laurea occorre essere in possesso di una Laurea Triennale (Bachelor's Degree) o di altro titolo di studio conseguito all'estero, riconosciuto idoneo. Il riconoscimento dell'idoneità dei titoli di studio conseguiti all'estero ai soli fini dell'ammissione a corsi di studio è deliberato dall'UniCampus HETG, nel rispetto degli accordi internazionali vigenti.



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution
Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1
CHE 133.413.467

MODALITÀ DI AMMISSIONE

06/11/2023

Possono iscriversi i candidati in possesso di 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 (Procedura V.A.E.)

CARATTERISTICHE DELLA PROVA FINALE

La prova finale consiste nella stesura di un elaborato scritto, cioè di una Tesi di Laurea, compilativa o sperimentale, da concordare con un Docente del Corso di Laurea e da consegnare entro i tempi stabiliti.

Periodicamente, lo studente invierà al Docente i capitoli della propria Tesi, o parti essi, per l'approvazione o per apportare le necessarie modifiche, strutturali e di contenuti, come ritenute più pertinenti da parte del Docente.

Una volta completato, l'elaborato verrà inviato dal Docente in Segreteria con la sua approvazione. Successivamente il Docente comunicherà simultaneamente alla Segreteria e allo studente il voto finale di Laurea.



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

MODALITÀ DI SVOLGIMENTO DELLA PROVA FINALE

06/11/2023

La modalità di svolgimento della prova finale, ossia la difesa della Tesi di Laurea, possono attuarsi in due diverse modalità:

1. In presenza, il giorno della Proclamazione di Laurea, prima della Proclamazione stessa;
2. Online, secondo un calendario che sarà comunicato allo studente (successivamente lo studente presenzierà alla Cerimonia di Proclamazione di Laurea).

Compatibilmente con le necessità organizzative dell'UniCampus HETG, lo studente potrà comunicare la propria preferenza tra le due modalità. La Segreteria provvederà a confermare o meno la modalità di svolgimento della prova finale scelta dallo studente.

CALENDARIO DEL CORSO DI STUDI E ORARIO DELLE ATTIVITÀ FORMATIVE

La calendarizzazione e la definizione delle modalità delle attività formative del Corso di Studi avverranno di comune accordo tra lo studente e il suo Assistente Didattico Amministrativo. Una volta stilato il calendario delle attività formative questo verrà inviato in Segreteria. È facoltà dell'Assistente Didattico Amministrativo variare il calendario in base a necessità organizzative impreviste.



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

CALENDARIO DEGLI ESAMI DI PROFITTO

La calendarizzazione degli esami di profitto, da svolgersi online, è fissata dal Docente e comunicata allo studente.

In caso di necessità organizzative impreviste è facoltà del Docente modificare la data e l'ora dello svolgimento dell'esame di profitto.

CALENDARIO DELLE SESSIONI DELLA PROVA FINALE

Vi sono almeno due Sessioni di Laurea (sessioni della prova finale) durante un anno solare, una per ogni semestre accademico. Eventuali Sessioni straordinarie verranno comunicate per tempo allo studente.

Sarà premura della Segreteria comunicare data, ora e indirizzo del luogo in cui si terrà la Sessione di Laurea.

Qualora, per cause di forza maggiore, dovessero esserci delle modifiche riguardo la data, l'orario e il luogo in cui si terrà la Sessione di Laurea tali modifiche saranno tempestivamente comunicate allo studente tramite la Segreteria.



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

INFRASTRUTTURA TECNOLOGICA

L'UniCampus HETG fornirà un'infrastruttura tecnologica denominata "Piattaforma Didattica" per lo svolgimento delle attività formative e per gli esami di profitto.

Tale Piattaforma Didattica consiste in un *account* personale contenente diversi software specifici per lo svolgimento delle attività didattiche, compresa una casella di posta elettronica e spazio web per l'archiviazione dei dati.

Come da norme di Segreteria lo studente è tenuto ad utilizzare tale *account* personale esclusivamente per i propri fini formativi ed è responsabile in via esclusiva per qualsiasi attività *contra legem* perpetrata attraverso l'utilizzo del proprio *account*.

Lo studente ha l'obbligo e la responsabilità di conservare le credenziali di accesso al proprio *account* che gli verranno fornite e avrà altresì l'obbligo di impedire che terze parti, al di fuori della propria persona, utilizzino tali credenziali.



The Academic Secretariat
UNICAMPUS HETG SÀRL
Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse
www.unicampushetg.ch
Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution
Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1
CHE 133.413.467

ASSISTENTE DIDATTICO AMMINISTRATIVO E TUTOR PERSONALE

06/11/2023

L'UniCampus HETG fornirà un "Assistente Didattico Amministrativo" all'atto dell'immatricolazione dello studente, fornendo a quest'ultimo i contatti necessari. L'Assistente Didattico Amministrativo avrà il compito di assistere lo studente nella propria relazione con l'UniCampus HETG, orientandolo e consigliandolo riguardo calendarizzazioni varie (ivi compresa quella riguardante gli esami di profitto) e assistendolo nei rapporti amministrativi con l'Istituzione.

Qualora lo studente necessitasse di un'assistenza specialistica per le sue attività formative è sua facoltà richiedere un Tutor Personale secondo le modalità e i costi che gli verranno comunicati.

Il Tutor Personale dedicherà allo studente un totale di millecinquecento ore, distribuite secondo le varie necessità formative dello studente nei vari momenti del percorso formativo di quest'ultimo.

DATI DI INGRESSO, DI PERCORSO E DI USCITA

I dati di ingresso, di percorso e di uscita saranno gestiti interamente dalla Segreteria secondo le norme attualmente in vigore nel Canton Ginevra, nella Confederazione Elvetica e nell'Unione Europea.

Le informazioni riguardanti il trattamento dei dati personali sono disponibili sul portale web dell'UniCampus HETG



The Academic Secretariat
 UNICAMPUS HETG SÀRL
 Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
 Suisse
www.unicampushetg.ch
 Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution
 Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1
 CHE 133.413.467

**PIANO DI STUDI LAUREA MAGISTRALE (MASTER'S) IN
 "Business Administration"**

PRIMO ANNO

SETTORE – SSD	INSEGNAMENTO	ECTS INSEGNAMENTO
SECS-P/08	¹ Principi di Management	10
SECS-P/07	¹ Budget & Controllo d'Impresa	10
SECS-P/08	² Corporate Strategy	10
IUS/12	³ Diritto Tributario	6
SECS-P/01	² Microeconomia Avanzata	6
M-PSI/05	⁴ Psicologia della Comunicazione	8
L-LIN/01	⁴ Metodi Compositivi per la Comunicazione	10

SECONDO ANNO

SETTORE – SSD	INSEGNAMENTO	ECTS INSEGNAMENTO
SECS-P/08	³ General Marketing	8
SECS-P/01	² Behavioral Economics	6
SECS-P/07	² Financial Accounting & Reporting	6
SECS-P/08	³ International Marketing	8
SECS-P/10	² Human Resources Management	10
L-LIN/12	⁴ Lingua Inglese Avanzata	8
	Prova Finale	14

Legenda: 1. Attività di Base; 2. Attività Caratterizzanti; 3. Attività Affini; 4. Altre attività



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

PRINCIPI DI MANAGEMENT	
SSD: SECS-P/08	ECTS: 10
Obiettivi Formativi	Questo corso presenta i principi, le tecniche e i concetti necessari per l'analisi manageriale e il processo decisionale. Mette in evidenza la gestione efficace della pianificazione, organizzazione, influenza e controllo relativi all'ambiente interno ed esterno e alle questioni di etica e responsabilità sociale.
Competenze Acquisite	Dimostrare una comprensione delle conoscenze gestionali attuali. Descrivere le capacità manageriali necessarie per massimizzare efficacemente la produttività individuale e organizzativa relativa all'ambiente interno ed esterno e ai temi dell'etica e della responsabilità sociale. Sviluppare una capacità comunicativa adeguata utilizzando l'appropriata terminologia del settore di riferimento.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Il manager e la gestione dell'azienda 2. L'evoluzione del pensiero manageriale 3. Valori aziendali, etica e responsabilità sociale 4. La gestione degli impiegati 5. Il management nell'ambiente globalizzato 6. Processi decisionali. Strategia e pianificazione 7. L'organizzazione aziendale: controllo e cambiamento 8. Le risorse umane 9. Tecniche motivazionali e prestazioni 10. La leadership e il lavoro di squadra 11. Sviluppare le capacità comunicative 12. La gestione dei conflitti
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none"> • O. LAASCH, Principles of Management: Practicing Ethics, Sustainability, Responsibility, Sage Pubns Ltd, 2a edizione, 2021
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.



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

BUDGET & CONTROLLO D'IMPRESA	
SSD: SECS-P/07	ECTS: 10
Obiettivi Formativi	Il corso è orientato principalmente allo studio del calcolo dei rapporti costo/risultato indispensabili nella formazione del processo decisionale aziendale. Per tale motivo si analizzeranno attentamente le logiche di valutazione dei costi di produzione e il loro utilizzo operativo. A completamento verranno apprese tecniche di pianificazione, budgeting, sistemi di feedback, ecc.
Competenze Acquisite	Conoscenza e comprensione delle basi teoriche e delle logiche della programmazione e del controllo. Conoscenza e comprensione delle tipologie di controllo e selezione razionale delle più adatte all'applicazione dei casi specifici. Conoscenza e comprensione delle scritture contabili relative alla situazione patrimoniale, finanziaria ed economica dell'azienda.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Teoria del controllo aziendale 2. Programmazione aziendale 3. Strategia aziendale 4. Gli strumenti di programmazione e controllo 5. Budget generale d'impresa 6. Analisi di bilancio 7. Analisi e gestione dei costi
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none"> ▪ C.T. HORNGRE, G.L. SUNDEM, W.O. STRATTON, et. al, Programmazione e Controllo, Pearson Prentice Hall, 2016
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.



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

CORPORATE STRATEGY	
SSD: SECS-P/08	ECTS: 10
Obiettivi Formativi	Questo corso insegna progettare ed implementare le strategie aziendali, specialmente per le grandi aziende o le aziende multi-settore.
Competenze Acquisite	Lo studente apprenderà l'importanza e la complessità delle interazioni tra strategia aziendale, struttura organizzativa aziendale, sistema di gestione e modello di leadership, imparando al contempo come fronteggiare le problematiche settoriali specifiche.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introduzione alla strategia aziendale 2. Fondamenti e strumenti di analisi settoriale 3. Tecniche di analisi della situazione aziendale 4. Analisi delle risorse, delle capacità e delle criticità 5. Responsabilità sociale dell'azienda 6. L'impatto tecnologico nella corporate strategy 7. Alleanze strategiche 8. Valutazione finanziaria della corporate strategy 9. Case studies più rilevanti presentati dal Docente
Testi Consigliati	▪ F. Fontana, P. Boccardelli, Corporate strategy. Una prospettiva organizzativa e finanziaria per la crescita, Hoepli, 2015
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.



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

DIRITTO TRIBUTARIO	
SSD: IUS/12	ECTS: 6
Obiettivi Formativi	Il corso fornisce un'introduzione al settore tributario con un particolare interesse verso l'applicazione alle società commerciali.
Competenze Acquisite	Lo studente acquisirà le competenze necessarie per gestire le relazioni con l'autorità finanziaria e svilupperà la capacità di valutare la posizione tributaria aziendale e di identificare le soluzioni necessarie.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tributi 2. Imposte 3. Tasse 4. La normativa tributaria 5. La capacità contributiva 6. Il principio della progressività 7. I soggetti del diritto tributario 8. Tipologie societarie 9. IRPEF 10. IRES 11. IVA 12. IRAP 13. L'imposta di registro 14. Diritto tributario e Unione Europea
Testi Consigliati	▪ F. TESAURO, Compendio di diritto tributario, 7a Edizione, Torino, UTET, 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.



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

MICROECONOMIA AVANZATA	
SSD: SECS-P/01	ECTS: 6
Obiettivi Formativi	Questo corso esamina come le decisioni economiche vengono prese da famiglie e imprese e come tali decisioni interagiscono tra loro per determinare le quantità e i prezzi delle merci e l'allocazione delle risorse nelle diverse strutture di mercato, tenendo in considerazione la politica microeconomica e il ruolo del governo nell'allocazione delle risorse.
Competenze Acquisite	Al termine del corso lo studente conoscerà i principali elementi e le tecniche della teoria microeconomica di livello avanzato, sarà in grado di risolvere e interpretare le varie problematiche basandosi sui modelli microeconomici, e sarà in grado di utilizzare questi modelli per analizzare i fenomeni microeconomici del mondo reale e per valutare questioni di politica microeconomica.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. La teoria del consumatore 2. L'incertezza 3. La teoria delle preferenze ordinali 4. Processo decisionale e rischi 5. La teoria della dualità 6. La teoria della produzione 7. Minimizzazione dei costi e massimizzazione dei profitti 8. Organizzazione aziendale teoria dei giochi 9. La concorrenza sui prezzi e sulle quantità 10. L'ottimo paretiano in microeconomia 11. Il modello di contrattazione di Rubinstein 12. Concorrenza perfetta e politiche concorrenziali 13. La teoria dell'equilibrio generale 14. Politiche concorrenziali e regolamentazione dei mercati 15. I contratti e le teorie principale-agente
Testi Consigliati	▪ H. WIESE, <i>Advanced Microeconomics</i> , Springer Gabler, 2021
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.



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

PSICOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE	
SSD: M-PSI/05	ECTS: 8
Obiettivi Formativi	In questo corso verranno analizzate le caratteristiche psicologiche cross-culturali, mettendo in evidenza le differenze ma soprattutto le analogie, al fine di ottenere una visione globale del fenomeno comunicativo e acquisendo contemporaneamente una efficacia comunicativa applicabile a qualsiasi aspetto delle attività umane.
Competenze Acquisite	Lo studente apprenderà in questo corso i fondamenti, le tecniche e le metodologie scientifiche alla base della comunicazione umana, studiandole sia a livello dei singoli individui che di gruppi.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Definizione di comunicazione 2. L'evoluzione della comunicazione 3. Forma e funzione nella comunicazione 4. La comunicazione visiva 5. La comunicazione uditiva 6. La comunicazione tattile 7. Altre forme di comunicazione non-verbale 8. La comunicazione umana e il contesto culturale 9. Comunicazione umana e gender
Testi Consigliati	▪ L. LOTTO, R. RUMIATI, Introduzione alla psicologia della comunicazione, Seconda edizione, Bologna, Il Mulino, 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.



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

METODI COMPOSITIVI PER LA COMUNICAZIONE	
SSD: L-LIN/01	ECTS: 10
Obiettivi Formativi	Questo corso aiuterà lo studente a sviluppare le proprie capacità compositive per redigere diversi tipi di documenti quali saggi, articoli, relazioni, reportage, ecc., al fine di instaurare un rapporto comunicativo con il lettore che sia chiaro, corretto e non ambiguo.
Competenze Acquisite	Al termine del corso lo studente avrà assimilato le tecniche di base per analizzare i bisogni e le motivazioni di diversi tipi di destinatari e sarà in grado di comporre testi sia di carattere generale che tecnico per il target comunicativo selezionato.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Le diverse tipologie dei destinatari nella comunicazione 2. Grammatica e stile nella comunicazione scritta e verbale 3. L'uso degli strumenti retorici nella comunicazione scritta e verbale 4. La redazione del testo e i suoi procedimenti 5. La scrittura "tecnica": gerghi e terminologie specifiche 6. Alcune convenzioni nella comunicazione professionale 7. Nuove tecnologie di scrittura e di lettura 8. Etica, accessibilità e inclusività nella comunicazione professionale
Testi Consigliati	▪ M. Santambrogio, Manuale di scrittura (non creativa), Laterza, 4a Edizione, 2008
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.



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

GENERAL MARKETING	
SSD: SECS-P/08	ECTS: 8
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"> 1. Introduzione ai principi del marketing e alla sua storia 2. Il marketing e la strategia aziendale 3. Macromarketing e micromarketing 4. La gestione delle informazioni nel Marketing 5. Analisi comportamentale del consumatore privato 6. Analisi comportamentale del consumatore istituzionale 7. Posizionamento, segmentazione e targeting 8. Pricing 9. I canali del marketing 10. Lo sviluppo di nuovi prodotti 11. Strategia comunicativa, pubblicità e pubbliche relazioni 12. Digital marketing e clienti digitali 13. Marketing e social media nell'economia del XXI secolo
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.



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

BEHAVIORAL ECONOMICS	
SSD: SECS-P/01	ECTS: 6
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"> 1. Introduzione all'economia comportamentale 2. Preferenze temporali 3. Bias di proiezione 4. Bias di attribuzione 5. Preferenze di rischio e dipendenza dal quadro di riferimento 6. Preferenze sociali 7. Analisi dei limiti dell'attenzione 8. Convinzioni personali e apprendimento 9. Sviluppo comportamentale e povertà 10. Salute comportamentale ed etica
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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, commenti, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

FINANCIAL ACCOUNTING AND REPORTING	
SSD: SECS-S/07	ECTS: 6
Obiettivi Formativi	Questo corso introduce lo studente alla contabilità finanziaria e alle regole per rendicontare i risultati delle operazioni a membri esterni quali azionisti, investitori, creditori, fornitori e authority in campo finanziario.
Competenze Acquisite	Al termine del corso lo studente sarà in grado di comprendere il ruolo della contabilità svolta nell'azienda, saprà registrare le transazioni finanziarie e compilare le rendicontazioni secondo i principi contabili generalmente accettati.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Le informazioni contabili 2. Il processo di rendicontazione finanziaria 3. La cassa e i controlli interni 4. Immobilizzazioni a lungo termine 5. Passività 6. Rendicontazione finanziaria 7. Le authority di vigilanza finanziaria
Testi Consigliati	▪ B. ELLIOT, J. ELLIOT, Financial Accounting and Reporting, Pearson, 19a edizione, 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.



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

INTERNATIONAL MARKETING	
SSD: SECS-P/08	ECTS: 8
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"> 1. Introduzione al marketing internazionale 2. Marketing internazionale: gli ambiti culturali, politici, economici, finanziari e giuridici 3. Dall'integrazione regionale all'integrazione globale: il marketing internazionale nel XXI secolo 4. Strategie di produzione e distribuzione internazionale 5. Strategie di promozione e di pricing 6. Analisi interna e analisi delle risorse e delle potenzialità 7. Strategie di identificazione dei target internazionali e di posizionamento nei mercati internazionali
Testi Consigliati	▪ G. Bertoli e E. Valdani, Marketing Internazionale, Egea, Seconda Edizione, 2018
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite



The Academic Secretariat
UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution
Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1
CHE 133.413.467

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



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

HUMAN RESOURCE MANAGEMENT	
SSD: SECS-P/10	ECTS: 10
Obiettivi Formativi	Corso teorico-pratico volto fornire allo studente gli strumenti necessari per la gestione delle risorse umane all'interno di un'impresa moderna. Attraverso lo studio della struttura organizzativa di alcune delle più affermate aziende mondiali lo studente apprenderà a riconoscere i punti di forza e quelli di debolezza di ogni modello organizzativo e sarà in grado di applicarle nelle simulazioni didattiche.
Competenze Acquisite	Apprezzare l'importanza della gestione delle risorse umane come funzione di gestione. Comprendere le implicazioni per la gestione delle risorse umane in organizzazioni sia pubbliche che private. Conoscere gli elementi della Gestione delle Risorse Umane come ad esempio il reclutamento, la selezione, la formazione e lo sviluppo, ed acquisire familiarità con i concetti chiave e la terminologia di ciascun elemento. Applicare i principi e le tecniche di gestione delle risorse umane acquisite attraverso questo corso alle principali problematiche della gestione del personale e alla loro soluzione
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introduzione alla Gestione delle Risorse Umane 2. Il personale: selezione e assunzione 3. Il personale: retribuzione e benefit 4. Gestione delle prestazioni: processi e procedure dei meccanismi di valutazione 5. Sviluppo delle Risorse Umane: training e sviluppo del personale 6. Global Human Resources Management: adeguamento della gestione del personale durante i periodi di grandi mutazioni sociologiche 7. Case studies: analisi dei vantaggi e degli svantaggi dei modelli organizzativi delle maggiori aziende a livello mondiale
Testi Consigliati	▪ G. DOSSLER, Human Resource Management. Global Edition, Pearson, 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.



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

LINGUA INGLESE AVANZATA	
SSD: L-LIN/12	ECTS: 8
Obiettivi Formativi	Il presente corso approfondisce lo studio della lingua inglese applicata al settore business e concentrandosi in particolar modo sull'inglese parlato e sul perfezionamento delle regole grammaticali.
Competenze Acquisite	Al termine del corso lo studente avrà affinato le proprie skill linguistiche ed ottenuto una pronuncia migliore della lingua inglese, oltre ad aver arricchito il proprio vocabolario, specialmente nel gergo business, e aver approfondito lo studio degli usi particolari di alcuni verbi ed espressioni idiomatiche.
Programma	Indicativamente le lezioni tratteranno i seguenti argomenti: 1. Utilizzi particolari dei verbi to be e to have 2. Altri usi dei verbi modali 3. Business Slang 4. "Industry Parlance" del settore industriale 5. "Industry Parlance" dei settori bancario e finanziario 6. "Industry Parlance" del settore commerciale 7. "Industry Parlance" del settore hi-tech 9. "Industry Parlance" di altri settori 10. Letture scelte settoriali per l'arricchimento del vocabolario dello studente 11. Traduzione delle letture scelte di cui al punto precedente
Testi Consigliati	• J.M. ROSENBERG, Inglese. Esercizi di livello avanzato, Vallardi, 1998
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.



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

PROVA FINALE	
SSD: -	ECTS: 14
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.	