Corso di Laurea Magistrale in Global Management and Politics
Coorte 2024-2025

	Political economy of Globalization	Managerial economics	Global Organizational Design and HRM	Financial corporate and performance measurement	Research Methods for social sciences	Corporate strategy	Cross cultural management	Data analytics for social sciences	International trade law	Global politics	International relations and global governance	Global history	Political risk analysis	Business ethics	altri	Impresa Politica sociale Innovazione Relazioni	Learning Innovation Activities	CLAT1	CLAT 2	Internship or Project work	Prova finale
	SECS-P/02	SECS-P/06	SECS-P/10	SECS-P/07	SECS-P/10	SECS-P/08	SECS-P/10	SECS-S/03	IUS/05	SPS/04	IUS/13	SPS/06	SPS/04	SPS/02							
	I anno									Insegnamenti Core II anno					altre attività						

Conoscenza e capacità di comprensione

Al termine del percorso lo studente avrà acquisito una conoscenza di tipo multidisciplinare della realtà internazionale, saprà cogliere la complessità dei fenomeni politici europei e globali e comprenderne l'interazione tra le diverse dimensioni e la pluralità dei profili. Il laureato avrà, pertanto, competenze necessarie alla valutazione e gestione dei progetti di innovazione, dell'attività produttiva e commerciale, delle dinamiche di competizione globali, per operare in organizzazioni fortemente impegnate sui mercati internazionali, ovvero per creare star-up di impresa. Il raggiungimento di tali obiettivi formativi sarà conseguito attraverso gli insegnamenti previsti dal piano di studio ed, anche le modalità di svolgimento degli stessi che potranno prevedere lezioni frontali, lezioni seminariali, project work, case analysis Oltre a valutare l'apprendimento attraverso verifiche finali – in forma scritta e/o orale- verranno adottati dispositivi per la valutazione di tipo più qualitativo in itinere (attraverso project work, video, interviste questionari, griglie di valutazione). L'attività didattica si svolge in un contesto dinamico, fondato sulla partnership tra chi insegna e chi apprende. Il ruolo attivo degli studenti verrà garantito non solo nel processo di apprendimento, ma anche in quello di valutazione: self-assessment (autovalutazione) peer-assessment (co-valutazione) assessment (etero-valutazione).

AREA ECONOMICA Gli insegnamenti di questo ambito intendono immediatamente lo studente all'interno di un contesto economico globale, ove la comprensione dei fenomeni micro e macro a livello avanzato fornisce il punto di partenza per comprendere le dinamiche ed i processi di cambiamento nell'ambito di organizzazioni in contesti nazionali e internazionali.	X	X																			
AREA AZIENDALE Acquisizione di una formazione specialistica nell'ambito dell'economia aziendale e comprensione della governance delle imprese attraverso lo sviluppo di capacità valutative ed interpretative che rendano possibile l'utilizzo di tecniche e strumenti per la valutazione di progetti e di imprese. L'obiettivo è la comprensione della struttura dei processi, della strategia, dei comportamenti a livello di individui ed organizzazioni, della gestione del multiculturalismo (cross culture management) che assume un ruolo sempre in un'organizzazione internazionalizzata.			X	X	X	X	X														
AREA GIURIDICA Acquisizione di conoscenze sulle architetture societarie e sulle normative giuridiche che regolano il funzionamento di società e imprese internazionali. Al termine del percorso di studi lo studente avrà acquisito una conoscenza e una comprensione approfondite delle soluzioni internazionali ed europee nella loro interazione con quelle nazionali, anche affrontate in una prospettiva comparata.									X		X										
AREA MATEMATICO-STATISTICA Lo studio della matematica e della statistica rappresenta ambito non tra a fornire gli strumenti quantitativi per l'analisi di business con la finalità di elaborare soluzioni innovative per i processi. Partendo dall'osservazione l'analisi dal patrimonio informativo presente in un'azienda e/o arrivare comprendere le ragioni dei perché una strategia sia stata scelta vincente e ad ipotizzare probabili evoluzioni o valutare quali percorsi essere i migliori scenari futuri sulla base dei dati raccolti.								X													
AREA STORICA Gli insegnamenti di quest'area presentano allo studente le principali problematiche della politica macroeconomica in economia aperta nel contesto del processo di globalizzazione, analizzando le conseguenze dell'affermazione delle economie emergenti nel panorama internazionale. Si discuterà le politiche economiche nazionali e si analizza il ruolo delle istituzioni pubbliche internazionali evidenziando le rilevanze delle pubblicazioni e ai vari livelli istituzionali di governo dell'economia.												X									
AREA DI SCIENZA E FILOSOFIA POLITICA Al termine del percorso di studi lo studente avrà acquisito una conoscenza e una comprensione approfondite delle dinamiche politiche internazionali, assicurate anche in una prospettiva comparatore soffermandosi all'interno del contesto globale.										X			X	X							
AREA LINGUISTICA Corsi a frequentare svolgeranno inglese ed il previsto un Intensive Professional Development Workshop, obbligatorio. Si tratta consiste in una serie di workshop interattivi volti al potenziamento degli studenti, sono come sono dell'apprendimento. L'obiettivo del corso è aiutare ad acquisire migliori competenze comunicative in inglese avanzato, in particolare nei contesti di negoziazione politica, commerciale e gestionale. Grande attenzione verrà data alla sviluppo di capacità comunicative e critiche attraverso un approccio pratico e flessibilità creativa, applicati a global politics e management. Maggiore conoscenza e consapevolezza. I partecipanti turneranno varcheggio dalle studio di gruppo di una vasta gamma di temi (e.g. factors, concetti, problemi, competenze e strumenti relativi al nuovo assetto post-industriale: (data dell'accelerazione della convergenza di business, tecnologia e design). L'enfasi è quindi sulla costruzione di un bagaglio culturale individuale, accanto a quello specifico di politica e management, fatto di know-how e influenze di varia genere, con particolare attenzione alle culture tendenze e agli attori che ne fanno parte. Il workshop prevede anche un'esercitazione di public speaking e presentazione di progetti, con particolare attenzione alla capacità di sintesi e di comunicazione efficace e persuasiva. Il corso mira inoltre all'apprendimento dell'uso creativo del proprio bagaglio culturale attraverso la teoria delle best practices applicate, ovvero sviluppo della curiosità e ampliamento dei campi di interesse e conoscenze culturali, tensiche ad autoapprendimento, autonomia nell'attività di ricerca, collaborazione peer-to-peer (come (a coordinazione di ricerca e di lavoi), autoeducazione e valutazione peer-to-peer, partecipazione attiva in forma di feedback e suggerimenti continui. Focus fondamentale del corso è anche il perfezionamento della narrazione di sé – personal branding, fondamentale nella comunicazione in ambienti internazionali. Questo avverrà attraverso pratiche di storytelling: sia narrative che professionali (con enfasi non sulla mi/testa/dell contenuto ma sul design della narrazione). Lo studente avrà quindi modo di lavorare su strumenti quali il curriculum, la lettera di presentazione, la digital footprint, tecniche per i colloqui. Widelearnsome digitale. Oltre all'analisi degli colloqui e delle opportunità nel mondo digitale e all'implicazione di forti di particolare interesse in quest'ambito, ad ogni studente verrà richiesto di creare un video di presentazione di sé (circa 5 di due minuti), ovvero un video di personal branding. Si terrà circolo in un corso di workshop interattivo, pertanto la frequenza è la partecipazione alla lezio obbligatoria. Per l'accertamento dei risultagli studenti devono produrre un video originale di due minuti, formo ed CV e una lettera di presentazione in inglese, oltre a una presentazione tematica di quattro minuti (senza slides) in uno degli altri workshop.																X					X
AREA COMPETENZE TRASVERSALI: Nel I anno accademico verrà offerte delle attività integrative a quelle curriculari, nel gap tra il I e il II semestre e nel gap: tra il II e il III semestre, ossia rispettivamente nel mese di gennaio/febbraio e giugno/luglio. Nel gap tra il I e il II semestre è offerta l'attività "Content Design & Production" volta a fornire agli studenti gli strumenti e le conoscenze utili per comprendere cosa e come si comunica in ambiti professionali e politici, e come si produce un contenuto efficace e coerente. Si tratta di un'attività che ha come obiettivo il potenziamento delle competenze di base diverse continuate multimediali, e cioè e impostazione consumatori per creare e studiarne un'immagine positiva ed di strutturazione sulla combinazione delle dati, hard e soft, che hanno acquisito grazie alle attività curriculari ed extracurriculari (antiquate). Nel gap tra il II e il III semestre gli studenti avranno la possibilità di partecipare alle attività di "Be Active in the Summer", che consentiranno loro di applicare le competenze e le metodologie acquisite nel I anno accademico per rinforzare problemi reali, formulati collaborna di domanda di ricerca, assegnati da rappresentanti di organizzazioni ma profili: "Be a Social Activist", o "Be profit" "Be a Press Based Intern", "e profili" "Be a Press Based Intern", "e profili"