



Denominazione	Tecnica del Commercio Internazionale
Moduli componenti	-
Settore scientifico-disciplinare	SECS P/08
Anno di corso e semestre di erogazione	2° anno, 1° semestre
Lingua di insegnamento	-
Carico didattico in crediti formativi universitari	8
Numero di ore di attività didattica assistita	48
Docenti	Responsabile dell'insegnamento: Manfredi Balboni Acqua Docenti: Manfredi Balboni Acqua (inquadramento generale, strumenti per l'export, presentazione ed analisi di casi pratici, inco-terms); Guido Labriola (aspetti di contrattualistica internazionale, presentazione ed analisi di casi pratici); Francesco Manta (aspetti doganali e fiscali inerenti il commercio internazionale, utilizzo dei sistemi di pagamento digitali e fisici, gestione dei fondi di finanziamento e garanzie bancarie, presentazione ed analisi di casi pratici).
Risultati di apprendimento specifici	Il presente corso intende perseguire l'obiettivo di far acquisire agli studenti le conoscenze, gli strumenti e, soprattutto, la metodologia utilizzabile nel processo di sviluppo commerciale dei mercati esteri sia per la piccola-media azienda sia per le grandi imprese. Lo studente avrà l'opportunità di apprendere le dinamiche del commercio internazionale nell'ambito di un quadro globale dove la presenza diretta o indiretta sui mercati esteri è una condizione imprescindibile per l'iniziativa imprenditoriale di successo. Apprenderà altresì i principali aspetti di contrattualistica internazionale per la corretta definizione di accordi commerciali in contesti esteri. Lo studente sarà in grado dunque, con le nozioni teoriche apprese e l'analisi dei casi concreti durante il corso, di vagliare le migliori opportunità di commercio estero per l'azienda ed i suoi prodotti nonché di redigere ed implementare un piano di sviluppo nei mercati internazionali attraverso la corretta allocazione delle risorse economiche necessarie congiuntamente alle previsioni dei ritorni economici attesi sotto l'aspetto quantitativo e temporale. Lo studente comprenderà altresì il miglior utilizzo degli strumenti disponibili sia pubblici che privati unitamente all'uso dei social per dare esecuzione al piano di commercio internazionale. Al termine del percorso di studio lo studente sarà in grado di predisporre ed illustrare una strategia di commercio internazionale selezionando determinate aree geografiche obbiettivo, saprà confrontarsi con le necessità, le richieste e la disponibilità finanziaria di una piccola-media azienda, avrà le capacità di valutare e superare le barriere sia culturali che tecniche nonché ogni altro eventuale rischio derivante dal processo di commercio internazionale. Alla fine del corso lo studente sarà capace di interagire autonomamente con aziende, professionisti, enti pubblici e privati, autorità internazionali al fine di identificare le migliori soluzioni e le più efficaci tecniche di commercio internazionale.
Programma	La struttura del Corso si articolerà in due parti, con sessioni svolte dai tre docenti in modo coordinato. La prima parte presenterà un breve inquadramento teorico in tema di commercio internazionale e contrattualistica internazionale mentre la seconda parte sarà interamente dedicata allo sviluppo di un caso reale. In sintesi nella prima parte: - si analizzeranno le opportunità e le problematiche del commercio internazionale; - si studierà il processo per lo sviluppo dei mercati esteri: dall'analisi delle potenzialità all'avvio di un piano di commercio estero; - si passeranno in rassegna metodologie e strumenti operativi; - si approfondirà l'utilizzo dei sistemi di pagamento tradizionali e digitali con focus sul caso delle transazioni internazionali;



	- si studierà la contrattualistica internazionale e le forme di tutela nei rapporti con l'estero: assicurazione del credito, camere arbitrali, lettere di credito, garanzie, ecc. La seconda parte si incentrerà sulla simulazione di casi pratici con particolare attenzione alla metodologia da applicare ed agli strumenti utilizzabili. In sintesi: - analisi e comprensione degli obiettivi di sviluppo estero di un'azienda target; - redazione del Business Plan internazionale al fine di sostenere finanziariamente le iniziative proposte; - utilizzo del supporto dai vari organi statali all'estero come le Ambasciate, l'ICE, la SIMEST, SACE, etc; - esame delle potenzialità offerte dai social per l'attività di "scouting" e la presentazione dell'attività aziendale all'estero; - definizione dei modelli di contratti da applicare ai casi oggetto di studio.
Tipologie di attività didattiche previste e relative modalità di svolgimento	L'insegnamento è strutturato in lezioni che si svolgono in modo frontale in base al calendario accademico. La modalità didattica, incentrata sulla discussione di case study e paper scientifici, consentirà l'apprendimento di metodologie e strumenti in maniera attiva. Sono previste lezioni e testimonianze tenute da managers, funzionari del settore pubblico, esperti di commercio internazionale. Il corso avrà dunque un taglio molto pratico dando l'opportunità allo studente di cimentarsi con casi ed applicazioni reali: si svolgeranno infatti simulazioni con aziende per lo sviluppo di un piano di commercio internazionale in paesi target. L'analisi di casi pratici consentirà un pieno contatto con la concreta operatività di realtà imprenditoriali orientate allo sviluppo sui mercati esteri. Un focus particolare verrà riservato alla contrattualistica internazionale per regolare contratti di vendita di beni o servizi, accordi di partnership industriali e commerciali, ecc. Il numero di ore di attività didattica dedicate alle lezioni è pari a 48. Gli studenti frequentanti devono applicare concretamente le conoscenze acquisite attraverso lo svolgimento di un lavoro di gruppo relativo a un caso studio reale; ogni gruppo è formato tipicamente da 6-7 studenti.
Metodi e criteri di valutazione dell'apprendimento	I metodi e criteri di valutazione dell'apprendimento variano per studenti frequentanti e non frequentanti. <u>Studenti frequentanti</u> Lavoro di gruppo con presentazione finale ed eventuale esame orale integrativo facoltativo. Lo status di studente frequentante si avrà con almeno il 70% delle presenze. L'esame verrà svolto attraverso la partecipazione di tutti gli studenti ad un lavoro di gruppo con relativa presentazione in aula. E' prevista, inoltre, per ogni singolo studente la possibilità di un esame orale integrativo. Il lavoro di gruppo si concentrerà sullo sviluppo e sulla presentazione di un piano di commercio internazionale per un'azienda selezionata ed assegnata dai docenti a ciascun gruppo. La presentazione finale prevederà, in un contesto di team working, l'intervento di ogni singolo studente che dovrà dimostrare la conoscenza delle nozioni trattate durante il corso. In particolare sarà oggetto di valutazione la capacità del singolo studente nella comprensione della metodologia per realizzare un piano di sviluppo dei mercati esteri, nella facoltà di analisi delle opportunità fornite dall'internazionalizzazione, nell'abilità di comprendere e mitigare i rischi attraverso la realizzazione di un corretto Business Plan e l'utilizzo di efficaci contratti internazionali. Le capacità di comunicazione, sia scritte che orali, nonché la modalità d'interazione nell'ambito di un team di lavoro organizzato saranno altresì oggetto di giudizio da parte del corpo docente per ogni singolo studente che pertanto dovrà essere in grado di sostenere anche autonomamente il dibattito ed il confronto con l'azienda su ogni argomento trattato durante il corso. Lo studente potrà chiedere un esame orale integrativo con domande aperte su tutto il programma e durata di almeno 15 minuti. <u>Studenti non frequentanti</u> Esame orale L'esame è svolto in forma orale, prevede domande aperte su tutto il programma del corso e dura almeno 30 minuti.



	Almeno due domande saranno finalizzate a verificare la comprensione del concetto di commercio con i paesi esteri da parte degli studenti, della conoscenza e della sensibilità sulle tecniche per lo sviluppo e la messa in pratica di un processo di internazionalizzazione. Agli studenti sarà inoltre chiesto di dimostrare la loro conoscenza e capacità di analisi, di saper descrivere in modo chiaro le tecniche e gli strumenti per realizzare un'attività di commercio estero mostrando la conoscenza degli elementi giuridici / finanziari utili per la mitigazione dei rischi. Ulteriore criterio di valutazione è rappresentato dall'appropriatezza e padronanza del linguaggio tecnico/giuridico.
Criteri di misurazione dell'apprendimento e di attribuzione del voto finale	La valutazione dell'apprendimento prevede l'attribuzione di un voto finale espresso in trentesimi e varia per studenti frequentanti e non frequentanti. <u>Studenti frequentanti</u> Per lo studente frequentante il voto finale, espresso in trentesimi, deriva dalla valutazione del suo intervento nella presentazione finale all'azienda assegnata nonché dal suo concreto apporto nell'ambito del lavoro di gruppo. Ogni studente può tuttavia decidere di sostenere un'integrazione orale facoltativa che consente di avere una valutazione da -2 a +2 sul voto conseguito nel lavoro di gruppo. <u>Studenti non frequentanti</u> Per gli studenti non frequentanti il voto risulta dalla verifica del livello di raggiungimento dei risultati di apprendimento stabiliti, dalla chiarezza espositiva e dalla proprietà di linguaggio.
Propedeuticità	Non sono previste propedeuticità.
Materiale didattico utilizzato e materiale didattico consigliato	<u>Materiale didattico di supporto all'apprendimento</u> Il materiale di supporto all'apprendimento varia per studenti frequentanti e non frequentanti. <u>Studenti frequentanti</u> Dispense e slide dei docenti. <u>Studenti non frequentanti</u> Manuale delle tecniche del commercio estero di Luigi Lombardi (ultima edizione).