



1506
UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI URBINO
CARLO BO

DISCUI
DIPARTIMENTO DI SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE,
STUDI UMANISTICI E INTERNAZIONALI:
STORIA, CULTURE, LINGUE, LETTERATURE, ARTI, MEDIA

Laurea Magistrale in Lingue Straniere e Studi Interculturali

COMUNICAZIONE INTERCULTURALE D'IMPRESA (CIDI) INTERKULTURELLE PERSONALENTWICKLUNG UND KOMMUNIKATIONSMANAGEMENT (DODI)

a. a. 2018/2019

Gli studenti che non dispongono di 16 CFU nei settori scientifici disciplinari SECS-P/08, SECS-P/10 o affini (SECS-P/07) devono superare un test costituito da due prove, una relativa alle tematiche di base di Economia e gestione delle imprese ed una relativa alle tematiche di base di Marketing.

Attraverso il test si verificherà per ogni studente se sussistono i requisiti richiesti per l'accesso al corso di laurea magistrale, e se quindi il candidato dispone delle conoscenze di base nelle materie sopraindicate. Per la preparazione alle verifiche si consiglia lo studio approfondito dei libri di testo indicati.

Prima di iscriversi al test, lo studente deve far valutare il piano di studio della carriera pregressa (CFU acquisiti) dalla segreteria didattica: scuola.lingue@uniurb.it

❖ **Conoscenze richieste di Marketing**

1. IL RUOLO E LA CRITICITÀ DELLA FUNZIONE DI MARKETING NEL SISTEMA AZIENDALE

La filosofia di marketing

Il ruolo e l'organizzazione della funzione di marketing nelle imprese industriali

L'evoluzione della disciplina di marketing

2. LE VARIABILI CRITICHE PER LA FORMULAZIONE DELLE STRATEGIE DI MERCATO

La logica dell'agire strategico in un'impresa orientata al marketing

Il processo di pianificazione e la formulazione della strategia di marketing

Segmentazione

Posizionamento



3. IL SISTEMA INFORMATIVO DI MARKETING

Ricerche di mercato qualitative e quantitative

4. L'ANALISI DEL MARKETING MIX

Prodotto e gestione del branding

Prezzo

Distribuzione

Comunicazione

5. NUOVE TENDENZE DEL MARKETING

Marketing Relazionale

Il **testo consigliato** per la preparazione alla prova di **Marketing** è il seguente:

- Ferrero G. (2013), *Marketing e creazione del valore*, Giappichelli, Torino.

CAP.1 (escluso il par.10); CAP.2; CAP.3 (escluso il par.6); CAP.5; CAP.7 (escluso il par.4).

❖ **Conoscenze richieste di Economia e gestione delle imprese**

1. L'ANALISI PER LE SCELTE STRATEGICHE

L'analisi e gli strumenti per la formulazione della strategia

La diagnosi strategica

L'analisi dell'ambiente esterno

L'analisi dell'ambiente interno

L'acquisizione delle informazioni strategiche nelle piccole e medie imprese

2. LE SCELTE DI PROGETTAZIONE ORGANIZZATIVA

Le scelte di progettazione della configurazione formale dell'impresa

Le scelte di progettazione dei confini organizzativi



1506
UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI URBINO
CARLO BO

DISCUI
DIPARTIMENTO DI SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE,
STUDI UMANISTICI E INTERNAZIONALI:
STORIA, CULTURE, LINGUE, LETTERATURE, ARTI, MEDIA

3. LE STRATEGIE DI CORPORATE

L'integrazione orizzontale: definizione, obiettivi, vantaggi

L'integrazione verticale: definizione, forme, obiettivi e vantaggi

La diversificazione produttiva: definizione, forme, obiettivi e vantaggi

Le strategie di fronteggiamento e di gestione delle crisi: turnaround e crisis management

4. LE STRATEGIE BUSINESS

5. LE NUOVE TECNOLOGIE DELL'INFORMAZIONE E LORO IMPLICAZIONI SULLA GESTIONE AZIENDALE

Applicazioni web per la gestione dei mercati nelle PMI

I **testi consigliati** per la preparazione alla prova di **Economia e gestione delle imprese** sono i seguenti:

- Tunisini A., Pencarelli T., Ferrucci L., 2014, *Economia e Management delle Imprese: Strategie e Strumenti per la Competitività e la Gestione aziendale*. Capp. 5, 6, 7, 9, 10, 14.
- Cioppi M., 2011, *PMI e nuove tecnologie della comunicazione: applicazioni gestionali ed implicazioni strategiche*, Franco Angeli, Milano. Capp. 2, 3, 6.