



1506
UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI URBINO
CARLO BO

DISCU
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. 2019/2020

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 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 MARKETING MANAGEMENT

Gli obiettivi del marketing

La filosofia di marketing

Le fasi del processo di creazione del valore

Gli attori di marketing e il marketing integrato

Tendenze evolutive del marketing

2. METODOLOGIE DI ANALISI PER L'IDENTIFICAZIONE DEL VALORE

Il sistema informativo di marketing e le ricerche di marketing

Le ricerche online

Dipartimento di Scienze della Comunicazione, Studi Umanistici e Internazionali: Storia, Culture, Lingue, Letterature, Arti, Media (DISCU)

● Palazzo Petrangolini, Piazza Rinascimento, 7 – 61029 Urbino (PU)
Tel. +39 0722 303371-303351 Fax +39 0722 303348



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. PROGETTAZIONE DEL VALORE

Segmentazione
Value proposition
Posizionamento

4. L'ANALISI DEL MARKETING MIX

Prodotto e gestione del branding
Prezzo
Distribuzione
Comunicazione

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

- Ferrero G. (a cura di), *Marketing e creazione del valore*, Giappichelli: Torino, 2018 (2^a edizione).

CAP 1 (eccetto 1.7 e 1.8), CAP 2 (eccetto 1.2 e 1.3), CAP. 4, CAP. 6, CAP. 7, CAP.8, CAP. 9.

❖ **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

3. LE STRATEGIE DI CORPORATE

L'integrazione orizzontale: definizione, obiettivi, vantaggi

Dipartimento di Scienze della Comunicazione, Studi Umanistici e Internazionali: Storia, Culture, Lingue, Letterature, Arti, Media (DISCUI)

Palazzo Petrangolini, Piazza Rinascimento, 7 – 61029 Urbino (PU)
Tel. +39 0722 303371-303351 Fax +39 0722 303348



1506
UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI URBINO
CARLO BO

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

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.