



1506  
UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI URBINO  
CARLO BO

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

# UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI URBINO CARLO BO

## Scuola di Lingue e Letterature Straniere

### TEST DI VALUTAZIONE DELLE CONOSCENZE ECONOMICO-AZIENDALI

PER L'ACCESSO AI CURRICULA

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

---

**FAC-SIMILE**

## TEST DI VERIFICA DELLE COMPETENZE DI MARKETING

### DOMANDE

- 1) Illustrare gli elementi chiave su cui si basa il concetto di marketing.
- 2) Che cos'è il Beneficio Differenziale Percepito? Illustrare il processo attraverso cui si formano le sue componenti basilari (Valore Differenziale Percepito e Sacrificio Differenziale Percepito).
- 3) Descrivere le fasi in cui si articola il processo di microsegmentazione del mercato.
- 4) Illustrare le principali tecniche di indagine di tipo quantitativo.
- 5) Spiegare quali sono le principali strategie di copertura distributiva.