



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 per la didattica, l'editoria, l'impresa**

### **Curricula in**

#### **COMUNICAZIONE INTERCULTURALE D'IMPRESA (CIDI)**

#### **INTERKULTURELLE PERSONALENTWICKLUNG UND KOMMUNIKATIONS MANAGEMENT (DODI)**

**a. a. 2016/2017**

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.

#### **❖ 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

### 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.