



SCUOLA DI ECONOMIA **afferre al Dipartimento di Economia, Società, Politica (DESP)**

CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN **MARKETING E COMUNICAZIONE PER LE AZIENDE**

Classe LM-77

ART. 5 Requisiti di accesso al corso

1. Per essere ammessi al corso di Laurea Magistrale in Marketing e Comunicazione per le Aziende occorre essere in possesso di una Laurea, triennale o quadriennale, o di un Diploma Universitario, attivati presso un Ateneo italiano, ovvero di un altro titolo di studio conseguito all'estero riconosciuto idoneo.

2. Per accedere a questa Laurea Magistrale occorre che lo studente abbia acquisito le conoscenze di base dei settori scientifico disciplinari SECS-P/07 e SECS-P/08 e le conoscenze di base di Marketing. La verifica della personale preparazione verrà fatta sulla base del curriculum di studi seguito dallo studente, eventualmente integrato da test di verifica, secondo le modalità sotto indicate.

Per gli studenti che hanno conseguito una Laurea Triennale nelle classi L-18 o L-33 (nuovo ordinamento), o una Laurea Triennale nelle classi 17 e 28 (vecchio ordinamento), o lauree quadriennali nel vecchio ordinamento, o Diplomi Universitari nella Classe Aziendale conseguiti presso Facoltà di Economia, l'accesso è subordinato solo al possesso delle nozioni fondamentali della disciplina di marketing, che sarà valutato in base al conseguimento di almeno sei crediti in una disciplina afferente il marketing, il cui programma è indicato al punto Test F sottostante.

3. Per gli studenti che hanno conseguito la laurea o il diploma in classi diverse da quelle sopra indicate il Consiglio della Scuola, sentita la Commissione Didattica, valuterà caso per caso il curriculum formativo per stabilire se sussistano i requisiti per l'accesso, di seguito riportati:

(Test A.) Conoscenze di base nell'ambito disciplinare aziendale: almeno 6 CFU nel settore scientifico disciplinare SECS-P/07.

Sono richieste le conoscenze di base di Economia Aziendale e Ragioneria I, sui seguenti temi: L'attività economica e le aziende. Classi e tipi di aziende. Il sistema aziendale e i sottosistemi che lo compongono. Soggetto giuridico e soggetto economico. Concetto e configurazione di capitale. Reddito d'esercizio. Il sistema informativo-contabile aziendale. L'economicità aziendale. Classificazione e configurazione dei costi aziendali. Il modello del Break even Point. Investimenti e fabbisogno finanziario. Equilibrio economico ed equilibrio finanziario. L'autofinanziamento. I procedimenti di rilevazione contabile (cenni). Il bilancio d'esercizio (cenni).



Testi consigliati:

- M. Paoloni, P. Paoloni (a cura di), *Introduzione ed orientamento allo studio delle aziende*, Giappichelli, Torino, 2009.
- M. Paoloni, M. Celli, *Introduzione alla contabilità generale*, Cedam, Padova, 2012. Da studiare: Capitoli 1, 2, 3 (tranne paragrafo 3.2), 4, 5, 6 (tranne paragrafo 6.6).
- A. Quagli, *Bilancio di esercizio e principi contabili*, Giappichelli, Torino, 2017. Da studiare: Capitolo 1 (solo paragrafi 1.1, 1.2, 1.3 e 1.4), Capitolo 2 (tranne sotto-paragrafi 2.1.1, 2.1.4, 2.2.3 e 2.4.1). In alternativa, è possibile sostituire questo testo con le dispense fornite, su richiesta, dal docente di riferimento del Test A.

(Test B.) Conoscenze di base nell'ambito disciplinare aziendale: almeno 6 CFU nel settore scientifico disciplinare SECS-P/08.

Sono richieste le conoscenze di **Economia e Gestione delle Imprese**, sui seguenti temi: L'impresa rapporto tra impresa e ambiente; varietà dei contesti nazionali, settoriali e dimensionali; strategie di sviluppo dell'impresa; strategie corporate e strategie competitive; strutture e processi organizzativi; lo sviluppo nei mercati esteri; principali aree e processi funzionali (innovazione, produzione, logistica e supply chain management, marketing).

Testo consigliato:

- Tunisini A., Pencarelli, T., Ferrucci, L. (2014), *Economia e Management delle Imprese*, Hoepli: Milano (capitoli 1, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 14, 16, 17, 18, 19).

(Test F.) Conoscenze di base di marketing (SECS-P/08).

Minimo 6 CFU in insegnamenti che prevedano le seguenti tematiche: la Filosofia gestionale del marketing; Le strategie di marketing; Le metodologie per l'analisi dei mercati; Le politiche del marketing operativo.

Testo consigliato:

Testo consigliato: G. Ferrero (a cura di), *Marketing e creazione del valore*, Giappichelli, Torino, 2018 (2^a edizione). I capitoli da preparare sono: Cap. 1; Cap. 2; Cap. 4; Cap. 6; Cap. 7; Cap. 8; Cap. 9.

Modalità di Accertamento.

La verifica del possesso dei requisiti di cui sopra è effettuata dai membri della Commissione Didattica.

In assenza di tutti i crediti richiesti per l'ammissione, il laureato dovrà sostenere un test di verifica delle conoscenze.

I test per la verifica delle conoscenze necessarie per l'ammissione si effettuano nella prima settimana di ottobre, novembre e dicembre.



Corsi Offerti

Per agevolare la preparazione sui contenuti relativi al Test A (SECS-P/07) nell'ultima settimana di settembre la Scuola di Economia offre un corso intensivo di 20 ore. Tale corso viene comunque consigliato anche a coloro che soddisfano i requisiti.

Per agevolare la preparazione sui contenuti relativi ai Test B e F (SECS-P/08) nell'ultima settimana di settembre la Scuola di Economia offre un corso intensivo di 20 ore. Tale corso viene comunque consigliato anche a coloro che soddisfano i requisiti.