



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

CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN MARKETING E COMUNICAZIONE PER LE AZIENDE

Classe LM-77

ART. 5 Modalità di ammissione

.....

Le carenze curriculari dovranno essere colmate prima dell'iscrizione al Corso di Laurea con l'integrazione di eventuali crediti mancanti, anche attraverso il superamento dell'esame di singoli insegnamenti se si è già concluso il proprio percorso triennale o con insegnamenti sovrannumerari se si è ancora iscritti al percorso triennale.

.....

Test A - Economia Aziendale e Ragioneria I (conoscenze di base)

Sono richieste conoscenze 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).

Indicatore: conseguimento di almeno 6 CFU nelle tematiche suddette (settore scientifico disciplinare SECS-P/07).

Testi consigliati:

- M. Paoloni, P. Paoloni (a cura di), Introduzione ed orientamento allo studio delle aziende, Giappichelli Editore, Torino, 2021.
- Presentazioni power point fornite dal docente sulle parti di programma relative a: cenni ai procedimenti di rilevazione contabile (metodo contabile per la rilevazione dei fatti aziendali); bilancio (finalità del bilancio; contenuto dei documenti che compongono il bilancio; principi generali di redazione del bilancio).

Test B - Economia e Gestione delle Imprese (conoscenze di base)

Sono richieste 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; principali aree e processi funzionali (innovazione, produzione, logistica e supply chain management, marketing).



Indicatore: conseguimento di almeno 6 CFU nelle tematiche suddette (settore scientifico disciplinare SECS-P/08).

Testo consigliato:

- Tunisini A., Pencarelli T., Ferrucci L. (2020), *Economia e Management delle Imprese. Strategie e strumenti per la competitività e la gestione aziendale*, Hoepli: Milano (capitoli 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 12, 13, 15, 16, 17).

Test F – Marketing (conoscenze di base)

Sono richieste conoscenze sulle seguenti tematiche: la Filosofia gestionale del marketing; Le strategie di marketing; Le metodologie per l'analisi dei mercati; Le politiche del marketing operativo.

Indicatore: conseguimento di almeno 6 CFU nelle tematiche suddette (settore scientifico disciplinare SECS-P/08).

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 dei crediti richiesti per l'ammissione, il laureato dovrà sostenere uno o più appelli di verifica delle conoscenze.

Gli appelli per la verifica delle conoscenze necessarie per l'ammissione si effettuano nella prima settimana di ottobre, novembre, dicembre e uno nella sessione invernale.

Corsi Offerti

Per agevolare la preparazione sui contenuti relativi ai vari ambiti, nella prima settimana di lezione la Scuola di Economia offre corsi intensivi. Tali corsi vengono comunque consigliati anche a coloro che soddisfano i requisiti.