



## **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.) Conoscenze di base di Economia Aziendale e Ragioneria I.**

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.) Conoscenze di base Economia e Gestione delle Imprese.**

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.) Conoscenze di base di Marketing.**

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<sup>a</sup> 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 nei mesi di ottobre, novembre, dicembre, secondo quanto indicato nei calendari.

**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.