



UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI URBINO "CARLO BO"

Facoltà di Lingue e Letterature Straniere

**TEST DI VALUTAZIONE DELLE CONOSCENZE ECONOMICO-AZIENDALI PER
L'ACCESSO ALLA LAUREA MAGISTRALE IN
COMUNICAZIONE INTERCULTURALE D'IMPRESA (LM2)**

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.
- 6) Illustrare le componenti fondamentali del mix comunicazionale.