

CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN COMUNICAZIONE INTEGRATA PER LE IMPRESE E LE ORGANIZZAZIONI

**Materiale didattico di riferimento
per la preparazione per il test di accesso 2024-2025**

AREA SCIENZE SOCIALI E RELAZIONI

Luciano Paccagnella (2020), *Sociologia della comunicazione nell'era digitale*, Bologna: Il Mulino.

AREA ECONOMIA E COMUNICAZIONE (1) – Sotto-area economia aziendale

Paola Dubini (2020), *Management* (terza edizione), Milano: EGEA.

AREA ECONOMIA E COMUNICAZIONE (2) – Sotto-area comunicazione d'impresa

Mauro Pecchenino, Eleonora Dafne Arnese (2016), *Digital corporate communication: le cinque leve della comunicazione d'impresa nell'era del web*, Roma: Carocci.

AREA LINGUE E LINGUAGGI (1) – Sotto-area logico-informatica

Dennis P. Curtin, Kim Foley, Kunal Sen, Cathleen Morin (2021), *Informatica di base* (settima edizione), Milano: Mc Graw Hill (Capitoli 1, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 13).

AREA DELLE LINGUE E DEI LINGUAGGI (2) – Sotto-area lingua inglese

Gli studenti devono possedere sufficienti competenze linguistico-comunicative a livello B2 (produttive) e C1 (ricettive) del Quadro Comune Europeo di Riferimento, ossia essere in grado di comprendere le idee fondamentali di testi complessi su argomenti sia concreti sia astratti, anche in ambiti relativi al proprio settore di specializzazione; devono inoltre essere in grado di interagire con relativa scioltezza e spontaneità, tanto che l'interazione con un parlante nativo si sviluppa senza eccessiva fatica e tensione. Per capire la tipologia e la funzione del testo su cui verteranno le domande di comprensione previste dal test di accesso si suggerisce di consultare:

David Cotton, Davis Falvey, Simon Kent (2011), *Market Leader. Upper Intermediate Coursebook*, Harlow: Pearson.