

## **Traccia 1**

1. Il/La candidato/a individui e descriva le fonti di finanziamento delle Camere di commercio secondo quanto previsto dalla Legge 580/1993 e s.m.i. (art. 18).
2. Cosa si intende per marketing territoriale integrato? Il/La candidato/a può esporre un esempio e descriverne le caratteristiche?
3. Quali devono essere, a suo avviso, i pilastri per costruire un'efficace strategia d'impresa? Il/La candidato/a descriva i tratti identificativi e le ragioni per le quali ritiene di individuarli a tale scopo, nonché il possibile ruolo del management sul punto.

## **Traccia 2**

1. Il/la candidato/a, partendo da natura e ruolo delle Camere di commercio, offra un inquadramento dei principali soggetti che compongono il sistema camerale italiano descrivendone le relative competenze e le caratteristiche organizzative.
2. Quali sono le fasi di un piano di marketing territoriale? Di ognuna di esse il/la candidato/a descriva in modo sintetico i tratti essenziali.
3. Quali ritiene debbano essere gli strumenti a supporto dell'analisi strategica? Il/La candidato/a descriva le caratteristiche e le ragioni per le quali ritiene di individuarli a tale scopo, nonché il possibile ruolo del management sul punto.

### **Traccia 3**

1. Il/la candidato/a, partendo da quanto previsto dagli artt. 11 e 14 della Legge 580/1993 e s.m.i., sulle funzioni del Consiglio e della Giunta della Camera di commercio, descriva il rapporto tra questi due organi con riguardo al funzionamento ed all'attività istituzionale dell'ente camerale.
2. L'analisi del territorio interessato è uno dei presupposti necessari per un efficace strategia di marketing territoriale; il/la candidato/a indichi uno degli strumenti utilizzabili a tale scopo e ne descriva le caratteristiche identificative.
3. Il/La candidato/a esponga quali elementi caratterizzano il management delle start-up.

Il Presidente della Commissione  
Alberto Caporale