

## CORSO DI ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE (PRIMA PARTE)

### LA PALESTRA

#### DOMANDE CHIUSE

1. Quali strategie rispondono alla domanda “come” competere: a) strategie funzionali; b) strategie di business; c) strategie competitive; d) strategie complessive; e) strategie a livello corporate.
2. Tra gli interlocutori dell’impresa quali tra questi possono essere considerati stakeholders secondari: a) clienti; b) mass media; c) associazioni di categoria d) fornitori; e) nessuna delle precedenti.
3. Un insieme di imprese accomunate da finalità, obiettivi, prodotti e (non sempre) dimensione, che presentano una forte interdipendenza competitiva espressa in termini di elasticità incrociata, identifica: a) una filiera produttiva; b) un raggruppamento strategico; c) una rete di imprese; d) nessuna delle precedenti.
4. Lo sfruttamento di modelli e tecnologie esistenti su mercati geografici e/o segmenti nuovi si chiama: a) exploration; b) ribilanciamento; c) exploitation; d) ex position.
5. Le componenti del valore sono: a) liquidità in cassa e growth opportunities (valore potenziale); b) innovazione (opzioni future) e growth opportunities (valore potenziale); c) asset in place (valore attuale) e attività di bilancio (valore contabile); d) asset in place (valore attuale) e growth opportunities (valore potenziale).
6. Tra le risorse di natura intangibile rientrano: a) reputazione; b) marchio (brand) dell’impresa; c) relazioni con i clienti; d) scorte in magazzino.
7. Il macro-ambiente comprende: a) i fornitori; b) il sistema politico; c) il sistema demografico; d) i concorrenti; e) nessuna delle precedenti.
8. I minori costi associati allo svolgimento in comune di due o più attività rispetto ai costi necessari per svolgere separatamente le attività si definiscono: a) economia di dimensione; b) economia di scala; c) economia d’impianto; d) nessuna delle precedenti.
9. La funzione R&S: a) si occupa di promuovere e gestire l’innovazione nell’impresa; b) si occupa di promuovere e gestire la funzione produzione nell’impresa; c) si occupa di promuovere e gestire i rapporti con i clienti; d) tutte le precedenti risposte.
10. Le scelte di diversificazione di prodotto: a) sono riconducibili a strategie funzionali; b) sono riconducibili a strategie a livello corporate (chiamate anche strategie complessive); c) sono riconducibili a strategie di business (chiamate anche strategie competitive); d) nessuna delle precedenti.

11. La sopravvivenza aziendale è la finalità che viene assegnata all'entità impresa: a) dalla teoria dell'agenzia; b) quando essa viene considerata come un "sistema"; c) dalla teoria classica e neoclassica; d) dalla teoria dei costi di transazione.
12. Quali delle seguenti alternative si possono individuare nell'ambito delle strategie di sviluppo?:  
a) pluribusiness, plurisetoriale, globale; b) monosettoriale, polisetoriale, internazionale;  
c) monosettoriale, monobusiness, intersettoriale; d) nessuna delle precedenti.
13. È possibile promuovere la conversione e la diffusione della conoscenza nell'impresa attraverso processi di:  
a) socializzazione; b) esternalizzazione; c) internalizzazione; d) combinazione; e) integrazione verticale.
14. I termini innovazione e invenzione sono sinonimi: a) Vero; b) Falso.
15. Quale tipo di settore si caratterizza per quote di mercato contenute, ridotte barriere all'ingresso, ridotte economie dimensionali, cicli vitali brevi ed elevata differenziabilità:  
a) settori frammentati; b) settori concentrati; c) settori consolidati; d) settori maturi.
16. Un'innovazione può essere definita incrementale quando:  
a) si apportano miglioramenti a prodotti o servizi già esistenti; b) si sviluppano nuove piattaforme tecniche e tecnologiche;  
c) si alterano radicalmente le modalità di svolgimento del processo produttivo; d) si rileva un momento di discontinuità nelle modalità tecniche con cui vengono prodotti dei beni.
17. Le conoscenze tacite sono:  
a) conoscenze codificate oppure codificabili in mansionari;  
b) tipicamente contenute all'interno di manuali operativi e testi; c) conoscenze che devono essere assolutamente mantenute segrete e non diffuse; d) nessuna delle precedenti.
18. La VRIO analysis si basa sull'identificazione di 4 attributi che permettono a una risorsa di essere fonte di vantaggio competitivo, ovvero:  
a) valore, rarità, non imitabilità, organizzazione;  
b) valore, rischio, importanza, organizzazione;  
c) valore, rischio, importanza, osservabilità;  
d) valore, rendimento, inimitabilità, osservabilità.
19. La teoria delle risorse (Resource-based view) permette di identificare:  
a) le caratteristiche di specificità e non imitabilità delle risorse;  
b) l'ammontare di risorse, unicamente di natura finanziaria, necessarie al business;  
c) le sole risorse fisiche necessari al business;  
d) le sole risorse tangibili necessarie al business.
20. Quali strategie rispondono alla domanda "dove" competere?:  
a) strategie funzionali;  
b) strategie di business;  
c) strategie complessive (o a livello corporate);  
d) strategie competitive.
21. L'integrazione verticale si realizza:  
a) raggruppando, ad esempio attraverso acquisizioni, più imprese operanti nello stesso mercato (stesso stadio di produzione e/o distribuzione);  
b) occupando uno stadio di produzione e/o distribuzione "a monte" o "a valle" di quello originario;  
c) introducendo nell'organizzazione centri di produzione ausiliari oppure sistemi di gestione delle scorte just in time;  
d) nessuna di queste.

22. Quale tipo di innovazione si caratterizza per effetti immediati e dirompenti?: a) innovazione di prodotto; b) innovazione incrementale; c) innovazione radicale; d) innovazione di processo.
23. Tutti i costi necessari per progettare, negoziare, stipulare e tutelare un accordo di scambio (ossia, in generale, una relazione economica fra le parti), prendono il nome di: a) costi di transazione; b) prezzo pagato per l'acquisto dei prodotti/servizi; c) costi sommersi (sunk cost); d) costi d'impianto.
24. Le "core competences": a) sono le competenze secondarie e marginali per l'impresa; b) rappresentano la base per la ricerca di una posizione di vantaggio competitivo; c) sono facilmente imitabili; d) contribuiscono in maniera marginale alla creazione di valore.
25. La strategia di differenziazione: a) è centrata sull'attribuzione al prodotto o al servizio offerto di fattori che ne aumentano il valore riconosciuto dal mercato rispetto a quello attribuito ai prodotti e servizi concorrenti; b) può essere conglomerale o correlata; c) è una strategia complessiva oppure a livello corporate; d) è una strategia competitiva o a livello di business.
26. Tra le fonti dell'innovazione technology push rientrano: a) i concorrenti; b) la funzione produzione; c) i clienti; d) tutte le precedenti risposte.
27. Nella matrice di sviluppo della conoscenza, la conversione di conoscenza tacita in conoscenza esplicita rappresenta un processo di: a) socializzazione; b) esternalizzazione; c) combinazione; d) nessuna delle precedenti risposte.
28. Le routine sono: a) competenze architettoniche o integrative; b) riconducibili alla marca (brand) dell'impresa; c) conoscenze manageriali; d) riconducibili alla gestione delle scorte in magazzino; e) nessuna delle precedenti.
29. Quali tipologie di innovazione possono essere individuate?: a) incrementali e radicali; b) di prodotto e di processo; c) anticipate e posticipate; d) attive e passive.
30. Qual è la funzione aziendale specializzata nella ricerca, nella sperimentazione, nell'applicazione e nello sviluppo di innovazioni tecnologiche: a) funzione commerciale; b) funzione logistica; c) funzione marketing; d) funzione R&S.
31. I concetti di filiera, settore e mercato sono sinonimi?: a) Sì; b) No.
32. Secondo la teoria dei costi di transazione, un'impresa può acquisire vantaggi nell'internalizzare (gerarchia) alcune transazioni che, al contrario, sarebbero più onerose nel mercato. a) Vero; b) Falso.
33. Secondo quale approccio ogni settore è caratterizzato da elementi "strutturali" (osservabili dall'esterno e misurabili) che influenzano il comportamento delle imprese, e quindi la loro capacità di creare valore: a) paradigma comportamentista; b) paradigma struttura-condotta-performance; c) modelli multidimensionali; d) catena del valore.

34. Quale teoria studia il comportamento del manager assumendo la presenza di conflitti di interesse con l'azionista: a) la teoria delle risorse; b) la teoria dell'agenzia; c) la teoria delle 3 P; d) la teoria degli stakeholder.
35. L'integrazione orizzontale si realizza: a) raggruppando, ad esempio attraverso acquisizioni, più imprese operanti nello stesso mercato; b) occupando uno stadio di produzione e/o distribuzione "a monte" o "a valle" di quello originario; c) introducendo nell'organizzazione centri di produzione ausiliari; d) nessuna di queste.
36. I processi di creazione di nuova conoscenza scientifica e tecnologica e i processi di valorizzazione e di sfruttamento commerciale dei risultati della ricerca scientifica vengono chiamati, rispettivamente: a) processi di exploration e exploitation; b) processi di exploitation e exploration; c) processi di exploration in entrambi i casi; d) processi di exploitation in entrambi i casi.
37. I costi di transazione vengono definiti da Coase e Williamson come: a) il mero prezzo pagato per l'acquisto dei prodotti/servizi; b) il mero prezzo pagato per l'acquisto dei prodotti/servizi oltre ai costi del trasporto; c) tutti i costi necessari per progettare, negoziare, stipulare e tutelare l'accordo di scambio (la relazione economica fra le parti); d) nessuna delle precedenti risposte.
38. Quali elementi concorrono a formare i costi di transazione? a) costi di acquisto del bene + costi sostenuti per ricercare le informazioni e perfezionare la contrattazione; b) costo di produzione + costo di vendita; c) costi di acquisto del bene + costi fissi di produzione; d) nessuna delle precedenti risposte.
39. La teoria delle risorse: a) considera le risorse delle imprese quali fonti determinanti per il vantaggio competitivo; b) ha lo scopo di valutare il complesso di beni tangibili e intangibili delle imprese; c) prevede la creazione di meccanismi di isolamento per la sostenibilità del vantaggio competitivo; d) nessuna delle precedenti.
40. La scuola dello scientific management di Taylor prevede: a) che i soggetti legati all'impresa perseguano obiettivi di profitto, potere e prestigio; b) la razionalizzazione e l'ottimizzazione dei processi produttivi; c) l'esternalizzazione delle attività di produzione; d) che le risorse intangibili siano l'elemento fondamentale dell'attività d'impresa; e) nessuna delle precedenti.
41. La catena del valore di Porter: a) descrive i benefici ricercati dai clienti; b) distingue attività importanti e attività non importanti per l'impresa; c) serve a pianificare l'attività d'impresa; d) considera le attività di marketing e vendite tra le attività primarie; e) nessuna delle precedenti.
42. Tra i caratteri dei settori emergenti vi sono: a) domanda stabile; b) tecnologia in evoluzione; c) alto tasso di innovazione; d) tutte le precedenti risposte.

43. Quali settori si caratterizzano per una domanda stabile, una tecnologia consolidata, prodotti standard, concorrenza su prezzo, ipersegmentazione e differenziazione?: a) settori maturi; b) settori frammentati; c) settori concentrati; d) nessuna delle precedenti.
44. Le strategie basate sulla leadership di costo si riconducono a strategie: a) corporate (strategie complessive); b) di business (competitive); c) funzionali; d) della stessa filiera produttiva; e) di differenziazione.
45. Il concetto di valore può assumere tre dimensioni: a) valore economico, valore contabile e valore di mercato; b) valore virtuale, valore reale e valore di mercato; c) valore economico, valore manageriale e valore di mercato; d) valore reale, valore virtuale e valore di negoziazione.
46. Secondo quale teoria il vantaggio competitivo è ricondotto a rendite che afferiscono all'impresa a seguito di una maggiore efficienza e al possesso di fattori produttivi scarsi, idiosincratici, difficilmente replicabili in tempi brevi: a) teoria dei costi di transazione; b) teoria della massimizzazione dell'innovazione; c) teoria delle risorse; d) teoria della catena del valore di Porter.
47. Nella catena del valore di Porter, fra le attività primarie rientrano: a) in sequenza, logistica in entrata, operations, logistica in uscita, marketing e vendita, servizi; b) in sequenza, logistica, operations, marketing e vendita, servizi; c) in sequenza, logistica, approvvigionamento delle materie prime, operations, marketing e vendita; d) in sequenza, logistica, operations, marketing e vendita, servizi, contabilità e finanza.
48. La matrice 3D di Abell identifica le diverse ASA in cui l'impresa opera discriminando fra tre dimensioni: a) gruppi di clienti, funzioni d'uso e modalità con cui si soddisfa il cliente; b) clienti, prodotti e tecnologie; c) il segmento della clientela, i bisogni da soddisfare e come tali bisogni vengono soddisfatti; d) tutte le precedenti.
49. Il fenomeno di abbassamento dei costi unitari medi di produzione e di vendita al raggiungimento di determinati volumi di operazioni, ottenibili non solo nella fase tecnica o di trasformazione dei beni, ma anche in quella di approvvigionamento delle materie prime e di commercializzazione dei prodotti finiti prende il nome di: a) economie di scala; b) economie di scopo; c) economie di raggio d'azione; d) nessuna delle precedenti.
50. Fra le strategie funzionali abbiamo le strategie di diversificazione, sia related che unrelated. a) Vero; b) Falso.
51. Le strategie aziendali si ordinano secondo una gerarchia che vede al vertice e, poi, scendendo di livello: a) strategie complessive, competitive, funzionali; b) strategie competitive, funzionali, per ASA; c) strategie di corporate, competitive, per ASA; d) non è possibile dare un ordine ma tutte sono allo stesso livello.
52. Le risorse intangibili: a) comprendono la reputazione e la marca; b) comprendono il capitale circolante e i macchinari; c) fanno anche riferimento alle capacità innovative e organizzative

dell'azienda; d) fanno anche riferimento alla disponibilità di management con competenze firm-specific.

53. USAircraft produceva aerei da guerra durante il II conflitto mondiale. Appena scoppiato il conflitto produceva 30 aerei al mese, dopo un anno 40 aerei al mese e dopo altri 6 mesi 45 aerei al mese. Non avendo incrementato in questo periodo il numero di dipendenti e senza miglioramenti nella tecnologia utilizzata e alleanze strategiche, ha potuto raggiungere questi risultati sfruttando: a) economie di scopo; b) economie di scala; c) economie di esperienza; d) nessuna delle risposte.
54. L'impresa manageriale è: a) un'impresa ben gestita; b) un'impresa il cui management coincide con la proprietà; c) un'impresa familiare gestita da un imprenditore con capacità manageriali; d) nessuna delle precedenti.
55. Gruppi di consumatori, funzioni d'uso da soddisfare, e tecnologie sono gli elementi utilizzati per definire l'arena competitiva in cui opera un'impresa secondo: a) il modello delle forze competitive di Porter; b) il modello tridimensionale di Abell; c) la catena del valore; d) la matrice della Boston Consulting Group.
56. La teoria del valore: a) risponde agli obiettivi di tutti i portatori d'interessi dell'impresa; b) tiene in esclusiva considerazione gli interessi della proprietà; c) è orientata al perseguimento degli obiettivi di medio/lungo periodo; d) è orientata agli obiettivi di breve periodo.
57. Nella catena del valore di Porter, la funzione che si occupa dello sviluppo della tecnologia è compresa: a) nell'attività di marketing e vendita; b) nelle attività primarie; c) nelle attività di supporto; d) nessuna delle precedenti.
58. Quale strategia si attiva quando la stessa impresa si occupa di più fasi di produzione e/o distribuzione "a monte" o "a valle" della stessa filiera: a) strategia di diversificazione; b) strategia di focalizzazione; c) strategia di integrazione verticale; d) strategia di internazionalizzazione.
59. Le barriere all'entrata si collegano a: a) economie di scala; b) elasticità della domanda; c) disponibilità di risorse materiali ed immateriali uniche; d) ostacoli al fallimento o alla liquidazione.
60. Il termine "Filiera" è sinonimo di: a) settore; b) mercato; c) insieme dei fornitori; d) nessuna delle risposte.
61. Economie di scopo ed economie di raggio d'azione: a) sono due concetti diversi; b) differiscono in termini di portata territoriale dei benefici; c) sono due modi per definire lo stesso concetto; d) nessuna delle precedenti.
62. Al concetto di "settore" si riconduce: a) l'insieme di imprese che condividono la stessa tecnologia; b) l'insieme di imprese che soddisfano degli stessi bisogni nei consumatori;

- c) l'insieme di imprese che operano lungo l'intera filiera della trasformazione fisica dei prodotti; d) l'insieme di prodotti che non condividono lo stesso mercato.
63. La costituzione di un'impresa conglomerata viene attuata attraverso: a) strategie di diversificazione correlata; b) strategie di diversificazione non correlata c) l'integrazione "a monte" della stessa filiera; d) introducendo nell'organizzazione centri di produzione ausiliari.
64. Le conoscenze esplicite sono: a) conoscenze non codificate oppure non codificabili; b) tipicamente non possono essere contenute all'interno di manuali operativi e testi; c) conoscenze in possesso dei soli manager di marketing; d) nessuna delle precedenti.
65. Quale modello manageriale tipicamente prende in considerazione contemporaneamente i punti di forza e di debolezza interni all'impresa e le minacce e opportunità esterne ad essa: a) il piano economico-finanziario del business plan; b) la resource-based view; c) la SWOT analysis; d) nessuna delle precedenti.
66. Economie di esperienza ed economie di scala sono sempre dei sinonimi: a) Vero; b) Falso.
67. Il concetto di "Area Strategica d'Affari" è strettamente sinonimo di: a) filiera produttiva; b) insieme dei clienti; c) insieme dei fornitori; d) nessuna delle risposte.
68. In merito alle forme che può assumere il mercato, il modello della concorrenza perfetta si caratterizza per quali delle seguenti condizioni fondamentali? a) trasparenza del mercato; b) elevata concentrazione dell'offerta; c) esistenza di barriere all'entrata; d) inesistenza di barriere all'uscita.
69. La teoria della massimizzazione del profitto può essere spiegata: a) in termini di premio per il rischio che l'imprenditore assume; b) come premio per il contributo in termini di innovazione dell'imprenditore; c) come premio per la diversificazione attuata nell'impresa; d) nessuna delle precedenti.
70. I proprietari-azionisti dell'impresa sono: a) portatori di interessi ed interlocutori dell'impresa; b) stakeholder secondari; c) esclusi dalla categoria stakeholder; d) nessuna delle risposte.
71. Le strategie di sviluppo di tipo mono-settoriale si realizzano mediante processi di: a) integrazione orizzontale; b) diversificazione laterale; c) globalizzazione; d) nessuna di queste.
72. Le economie di scopo si misurano: a) determinando la riduzione dei costi medi unitari al crescere dei volumi prodotti; b) determinando la riduzione dei costi medi unitari al raddoppiare delle quantità cumulate; c) in entrambi i modi; d) in nessuno dei due modi.
73. Il concetto di "diversificazione" coincide con quello di "differenziazione" dei prodotti: a) Vero; b) Falso.
74. Strategie a livello di ASA, a livello di corporate e a livello di business sono sinonimi? a) Vero; b) Falso.

75. Possibili tassonomie inerenti l'innovazione sono: a) innovazione di prodotto vs innovazione di processo; b) innovazione radicale vs innovazione incrementale; c) innovazioni brusche vs innovazioni continue.
76. Le risorse di fiducia sono: a) tangibili; b) finanziarie; c) fisiche; d) intangibili; e) nessuna delle precedenti.
77. Il settore è formato dai consumatori interessati a un certo prodotto: a) Vero; b) Falso.
78. Tra le cinque forze di Porter rientrano: a) i clienti; b) la tecnologia; c) i concorrenti diretti; d) il sistema politico; e) nessuna delle precedenti.
79. Le economie di scala consistono: a) nella riduzione dei ricavi dovuta a cali di produzione; b) nella riduzione del costo medio di produzione dovuta a sconti praticati dai fornitori; c) nell'aumento dei ricavi dovuti a maggiori vendite; d) nella riduzione del costo medio di produzione derivante dall'aumento della scala di produzione; e) nessuna delle precedenti risposte.
80. Quali delle seguenti alternative si possono individuare nell'ambito delle strategie competitive?  
a) internazionalizzazione; b) leadership di costo; c) diversificazione; d) differenziazione; e) nessuna delle precedenti.

#### **DOMANDE APERTE**

1. Illustrare la differenza fra economia di scala ed economia di scopo.
2. Illustrare la differenza fra "Internazionalizzazione" e "Globalizzazione".
3. Definire e illustrare anche graficamente, la catena del valore di Porter.
4. Illustrare, anche graficamente, il modello multidimensionale di Abell, spiegando qual è la sua applicazione nel processo di formulazione della strategia d'impresa.
5. Dopo aver spiegato il presupposto della "separazione" su cui si basa, descrivere la Teoria dell'Agenzia.
6. Definire il concetto di innovazione.
7. Definire e illustrare anche graficamente le 5 forze competitive di Porter.
8. Dopo aver definito il concetto di vantaggio competitivo, descrivere le strategie competitive su cui si può basare.
9. Definire il concetto di Strategia d'impresa e descrivere le principali strategie a livello corporate.
10. Illustrare le principali differenze tra innovazioni radicali e innovazioni incrementali.
11. Dopo aver indicato i principali obiettivi dell'impresa attribuiti nel corso del tempo, descrivere la finalità dell'impresa secondo la teoria del valore.
12. Dopo aver definito gli obiettivi strategici della funzione R&S, si descrivano i diversi livelli secondo cui può svilupparsi il processo di "Ricerca e Sviluppo", evidenziando le caratteristiche che la ricerca stessa assume per ciascun livello.
13. Si descriva, la teoria "del successo sociale" ed i rapporti con l'etica d'impresa.

14. Indicare, anche graficamente, e descrivere le caratteristiche dei tre livelli della strategia aziendali.
15. Dopo aver spiegato il concetto di conoscenza tacita ed esplicita, illustrare la matrice che individua le modalità di trasferimento e diffusione della conoscenza nell'impresa.
16. Si descrivano le strategie di sviluppo monosettoriale.