

Esame EGI - 18 settembre 2020

Istruzioni

Per prima cosa, inserire cognome, nome, matricola e corso di laurea negli appositi spazi.

Il compito inizia dalla prossima schermata e prevede **32 domande a risposta multipla** (tra cui alcuni esercizi), con un'unica risposta corretta.

Indicare la propria risposta per ognuna delle domande. Ogni risposta corretta vale un punto; non sono previsti punteggi negativi.

Avrete a disposizione **45 minuti di tempo**, oltre i quali sarete indirizzati automaticamente alla schermata successiva.

Inserire il proprio Cognome (con le sole iniziali maiuscole)

Inserire il proprio Nome (con le sole iniziali maiuscole)

Inserire la propria matricola

Indicare il proprio Corso di Laurea

- a) Economia Aziendale (cognome A-L)
- b) Economia Aziendale (cognome M-Z)
- c) Economia
- d) Statistica per l'azienda
- e) Altro

Risposta:

1. La teoria del successo sociale:

- a) identifica il profitto come finalità di lungo periodo
- b) identifica il prestigio come finalità di lungo periodo
- c) si basa su un modello tri-dimensionale
- d) si basa sul taylorismo
- e) nessuna delle precedenti risposte

Risposta: b

2. Le possibili dimensioni del valore sono:

- a) il valore attuale e il valore potenziale
- b) il valore economico, il valore contabile e il valore di mercato
- c) il valore funzionale, il valore simbolico e il valore esperienziale
- d) il valore per il cliente e per il consumatore
- e) nessuna delle precedenti risposte

Risposta: b

3. Fra le teorie derivate rientra:

- a) la teoria della massimizzazione del profitto
- b) la scuola dello Scientific Management
- c) la Resource-based View
- d) il fordismo
- e) nessuna delle precedenti risposte

Risposta: e

4. La scelta tra make (internalizzare) o buy (esternalizzare) è spiegata:

- a) dalla teoria dell'agenzia
- b) dalla teoria dei costi di transazione
- c) dalla teoria neoclassica
- d) dal modello delle cinque forze di Porter
- e) nessuna delle precedenti risposte

Risposta: b

5. Gli stakeholders secondari comprendono:

- a) i fornitori
- b) i mass media
- c) i clienti
- d) i dipendenti
- e) nessuna delle precedenti risposte

Risposta: b

6. La diffusione della conoscenza all'interno dell'organizzazione da conoscenza tacita a conoscenza esplicita si definisce:

- a) socializzazione
- b) esternalizzazione
- c) internalizzazione
- d) combinazione
- e) nessuna delle precedenti risposte

Risposta: b

7. Il valore per il un cliente è funzione:

- a) dei costi sostenuta dall'impresa
- b) dei ricavi ottenuti dall'impresa
- c) del rapporto benefici/sacrifici per il cliente
- d) del prezzo pagato dal cliente e del costo sostenuto dall'impresa
- e) nessuna delle precedenti risposte

Risposta: c

8. Le capacità necessarie per gestire il cambiamento sono:

- a) le dynamic capabilities
- b) le capacità relazionali
- c) le competenze produttive
- d) le core competence
- e) nessuna delle precedenti risposte

Risposta: a

9. Tra le strategie complessive rientrano:

- a) la differenziazione
- b) la leadership di costo
- c) la diversificazione
- d) la focalizzazione
- e) nessuna delle precedenti risposte

Risposta: c

10. I settori emergenti si caratterizzano per:

- a) domanda stabile
- b) tecnologia consolidata
- c) prodotti standard
- d) concorrenza su prezzo
- e) nessuna delle precedenti risposte

Risposta: e

11. I gruppi strategici:

- a) sono insiemi di imprese che hanno obiettivi, settori e mercati comuni
- b) sono formati da insiemi di imprese con la stessa dimensione che operano in settori diversi
- c) sono caratterizzati da ridotta interdipendenza competitiva
- d) sono formati insiemi di imprese che cooperano
- e) nessuna delle precedenti risposte

Risposta: a

12. La SWOT Analysis

- a) serve a valutare il portafoglio prodotti di un'impresa
- b) serve a valutare la competitività dell'impresa ma non l'attrattività di un business
- c) serve a valutare l'attrattività di un business e la competitività dell'impresa
- d) identifica le aree strategiche d'affari
- e) nessuna delle precedenti risposte

Risposta: c

13. La catena del valore di Porter:

- a) identifica l'arena competitiva
- b) considera la produzione come un processo di supporto
- c) considera la gestione delle infrastrutture come processo primario
- d) identifica le risorse rare dell'impresa
- e) nessuna delle precedenti risposte

Risposta: e

14. Un settore frammentato include:

- a) poche grandi imprese
- b) imprese con quote di mercato molto elevate
- c) tante imprese con piccole quote di mercato
- d) un numero ridotto di concorrenti
- e) nessuna delle precedenti risposte

Risposta: c

15. Le innovazioni radicali:

- a) hanno effetti dirompenti
- b) richiedono investimenti ridotti
- c) hanno effetti diluiti nel tempo
- d) sono caratterizzate da rischio contenuto
- e) nessuna delle precedenti risposte

Risposta: a

16. L'open innovation:

- a) permette di sviluppare nuovi prodotti ricorrendo all'esterno per acquisire competenze e tecnologie
- b) permette di sviluppare nuovi prodotti utilizzando solo competenze e tecnologie interne all'impresa
- c) si basa sull'espletamento di tutte le fasi del processo innovativo all'interno dei confini aziendali
- d) è sostenibile nei contesti fortemente stabili
- e) nessuna delle precedenti risposte

Risposta: a

17. Le fonti dell'innovazione demand-pull:

- a) sono interne all'impresa
- b) sono guidate soprattutto dalla tecnologia
- c) derivano dalle attività di R&S
- d) si riferiscono al macro-ambiente
- e) nessuna delle precedenti risposte

Risposta: d

18. I canali distributivi diretti:

- a) prevedono la presenza di intermediari commerciali
- b) prevedono la presenza del grossista e del dettagliante
- c) si basano su una distribuzione intensiva
- d) si basano su una distribuzione esclusiva
- e) nessuna delle precedenti risposte

Risposta: e

19. Un segmento di mercato:

- a) è eterogeneo al suo interno
- b) è composto da consumatori simili
- c) raggruppa consumatori che hanno bisogni diversi
- d) è formato da imprese che competono sugli stessi mercati
- e) nessuna delle precedenti risposte

Risposta: b

20. Il targeting consiste:

- a) nell'identificare la posizione competitiva dell'impresa rispetto ai concorrenti
- b) nel suddividere il mercato in gruppi di consumatori omogenei
- c) nel definire il segmento obiettivo
- d) nel misurare l'ampiezza di un segmento
- e) nessuna delle precedenti risposte

Risposta: c

21. Il capitale circolante netto commerciale (CCNC):

- a) se positivo, indica un surplus di risorse finanziarie a disposizione
- b) si calcola come attività a breve meno passività a breve
- c) è la differenza tra attività correnti e passività correnti
- d) è la differenza tra attivo a medio-lungo termine e passivo a medio-lungo termine
- e) nessuna delle precedenti risposte

Risposta: c

22. Il modello a 4 aree sui flussi di cassa:

- a) stima la leva finanziaria
- b) calcola la leva operativa
- c) permette di valutare la dinamica finanziaria
- d) studia le poste finanziarie relative a un certo esercizio
- e) nessuna delle precedenti risposte

Risposta: c

23. Calcolare il WACC sapendo che in un'impresa il debito è pari a 200.000€, l'equity è pari a 100.000€, K_e è pari al 10% e K_d è pari al 7%, ipotizzando assenza di imposte:

- a) 8%
- b) 7%
- c) 9%
- d) 8.5%
- e) nessuna delle precedenti risposte

Risposta: a

24. L'impresa "Meme" gestisce cinque prodotti, attivi in mercati diversi, in una logica di portafoglio prodotto. Considerando i seguenti dati (con un tasso medio di sviluppo del mercato del 10%):

Prodotto	Quota di mercato	Quota di mercato del principale concorrente	Tasso di crescita del mercato
Drake	20%	10%	7%
LDC	12%	25%	25%
Spit	5%	20%	20%
Cat	30%	12%	25%
Scarlett	15%	20%	5%

indicare il prodotto cash-cow.

- a) Drake
- b) LDC
- c) Spit
- d) Cat
- e) Scarlett

Risposta: a

25. Il criterio di riclassificazione dello stato patrimoniale secondo la pertinenza gestionale:

- a) è di natura finanziaria
- b) è di natura funzionale
- c) permette di calcolare il CCNF
- d) consente di calcolare il valore aggiunto
- e) nessuna delle precedenti risposte

Risposta: b

26. La produzione a lotti si caratterizza per:

- a) un flusso produttivo continuo
- b) un flusso produttivo molto frammentato, con adattamento massimo alle richieste del cliente
- c) un flusso produttivo con linee fortemente automatizzate per sfruttare l'efficienza produttiva
- d) un flusso produttivo fortemente orientato alle economie di scala
- e) nessuna delle precedenti risposte

Risposta: e

27. Un impianto è convertibile quando:

- a) ha la capacità di produrre beni diversi nel corso dello stesso ciclo produttivo
- b) ha la capacità di produrre beni diversi nel corso di cicli di produzione diversi
- c) ha la capacità di rimanere competitivo anche in condizioni di parziale utilizzo
- d) consente di produrre sempre lo stesso prodotto, ma in condizioni di economicità crescenti
- e) nessuna delle precedenti risposte

Risposta: b

28. L'impresa GoSpleep deve pianificare gli ordini di farina da un suo fornitore utilizzando l'approccio del lotto economico d'acquisto. Sapendo che il fabbisogno annuo ammonta a 100.000 chili, il costo di emissione di ogni ordine è di 250 euro, il costo di mantenimento annuo per chilo in giacenza ammonta a 50 euro, calcolare il lotto economico d'acquisto (usare due decimali).

- a) 1000,00
- b) 2000,00
- c) 3000,00
- d) 4000,00
- e) nessuna delle precedenti risposte

Risposta: a

29. Le funzioni del Business Plan sono:

- a) interna ed esterna
- b) descrittiva e economico-finanziaria
- c) attiva e passiva
- d) positiva e negativa
- e) nessuna delle precedenti risposte

Risposta: a

30. L'impresa GianFroschio presenta una linea produttiva con 4 stazioni di lavoro i cui macchinari sono caratterizzati dai seguenti valori di ritmo standard espresso in numero di pezzi per ora:

Macchinario	Ritmo (pezzi/ora)
A	10
B	5
C	6
D	15

Calcolare il dimensionamento (numero di macchinari per ogni stazione) affinché la linea sia perfettamente bilanciata:

- a) 2 A; 4 B; 3 C; 2 D
- b) 3 A; 15 B; 10 C; 1 D
- c) 2 A; 5 B; 4 C; 1 D
- d) 3 A; 6 B; 5 C; 2 D
- e) nessuna delle precedenti risposte

Risposta: d

31. L'impresa Hacca mostra i seguenti risultati per gli esercizi 2018 e 2019:

Risultato Operativo 2018 = 100.000 Vendite 2018 = 500.000
Risultato Operativo 2019 = 400.000 Vendite 2019 = 900.000

Calcolare la leva operativa.

- a) 1,75
- b) 2,50
- c) 2,75
- d) 3,75
- e) nessuna delle precedenti risposte

Risposta: d

32. L'impresa Allarrumma applica la break-even analysis per supportare le sue decisioni. Considerando che i costi fissi ammontano a 250.000 euro, i costi variabili unitari a 50 euro, il prezzo di vendita è di 250 euro, calcolare la quantità di break-even.

- a) 1000
- b) 1200
- c) 1250
- d) 1350
- e) nessuna delle precedenti risposte

Risposta: c