

# Esame EGI - 18 settembre 2020

## Statistica

### 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. Nel modello delle cinque forze di Porter rientrano:**

- a) i potenziali nuovi entranti nel settore
- b) i prodotti complementari
- c) le imprese pubbliche
- d) i partner commerciali
- e) nessuna delle precedenti risposte

**Risposta: a**

**16. La teoria dell'agenzia:**

- a) distingue proprietà e gestione dell'impresa
- b) distingue lavoratori dipendenti e indipendenti
- c) considera relazioni informali all'interno dell'impresa
- d) considera la diffusione di conoscenze all'interno dell'impresa
- e) nessuna delle precedenti risposte

**Risposta: a**

**17. La VRIO analysis si riferisce:**

- a) alle risorse del settore
- b) alle conoscenze sviluppate nel macro-ambiente
- c) alle competenze sviluppate nel gruppo strategico di riferimento
- d) alle risorse dell'impresa
- 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. La matrice di Ansoff:**

- a) indentifica le opportunità di sviluppo dei business attuali e potenziali
- b) definisce attività primarie e secondari
- c) definisce le opportunità e le minacce, i punti di forza e di debolezza
- d) identifica le strategie competitive
- e) nessuna delle precedenti risposte

**Risposta: a**

**22. Nella fase di declino del Ciclo di Vita del Prodotto:**

- a) le vendite raggiungono il picco
- b) le vendite aumentano
- c) i concorrenti sono molti
- d) il prodotto è acquistato dagli adottanti iniziali
- e) nessuna delle precedenti risposte

**Risposta: e**

**23. La scuola dello Scientific Management:**

- a) si basa sulla produzione di massa
- b) prevede la realizzazione di prodotti differenziati
- c) pone al centro dell'impresa le relazioni sociali
- d) mira a un obiettivo di tipo soddisfacente
- 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. Una mappa di posizionamento:**

- a) mostra segmenti di mercato
- b) confronta imprese in concorrenza tra loro
- c) è costruita su una tabella con righe e colonne
- d) è un grafico a barre
- e) nessuna delle precedenti risposte

**Risposta: b**

**26. Il capitale relazionale di un'impresa dipende:**

- a) dalle risorse materiali
- b) dalla capacità di apprendimento
- c) dalla trasferibilità delle risorse
- d) dalle capacità di acquisizione e mantenimento dei clienti
- e) nessuna delle precedenti risposte

**Risposta: d**



**27. Tra le strategie competitive rientrano:**

- a) l'internazionalizzazione
- b) la differenziazione
- c) la diversificazione
- d) l'internalizzazione
- e) nessuna delle precedenti risposte

**Risposta: b**

**28. La strategia:**

- a) può essere sia interna che esterna
- b) non riguarda decisioni sull'impiego di risorse
- c) può essere solo esplicita
- d) è un processo statico
- e) nessuna delle precedenti risposte

**Risposta: e**

**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. La Business Idea:**

- a) viene definita dopo il Business Plan
- b) consiste nella ricerca di fondi per finanziare la start-up
- c) equivale al Business Model
- d) consiste nell'individuazione dell'opportunità di business
- e) nessuna delle precedenti risposte

**Risposta: d**

**31. L'ottica economico-finanziaria nella balanced scorecard prevede come pubblico principale:**

- a) i clienti
- b) i dipendenti
- c) i concorrenti
- d) i finanziatori
- e) nessuna delle precedenti risposte

**Risposta: d**

**32. La Balanced ScoreCard:**

- a) si basa su 8 aree concettuali
- b) si basa su 5 aree concettuali
- c) mira a misurare la performance dell'impresa
- d) mira a misurare il risultato economico d'esercizio
- e) nessuna delle precedenti risposte

**Risposta: c**