

BRANI PER COMPrensIONE TESTI

CASO 1

Nel rispondere alla domanda leggete attentamente il brano che segue.

Con il termine marketing mix si usa indicare la combinazione dei quattro fattori fondamentali che rappresentano il cuore del sistema di marketing di un'azienda. Questi quattro elementi sono: i prodotti offerti, i prezzi praticati, le attività di promozione ed il sistema di distribuzione. Anche se le variabili del marketing mix sono largamente sotto il controllo dell'impresa, l'influenza delle forze ambientali esterne non può essere trascurata. I responsabili aziendali devono scegliere quel marketing mix che meglio si adatta alle condizioni interne ed esterne e che può portare ai migliori risultati, tenuto conto che i quattro elementi del marketing mix si influenzano a vicenda.

Quale tra le interpretazioni proposte è quella errata?

- 1) La promozione dei prodotti è una componente del marketing mix
- 2) La scelta di un determinato canale di distribuzione può influenzare il prezzo del prodotto
- 3) L'individuazione del prezzo è influenzata unicamente da fattori interni all'impresa
- 4) Nessuna delle precedenti

CASO 2

Nel rispondere alla domanda leggete attentamente il brano che segue.

Nel 1971 la Lockheed cercava una garanzia federale per un prestito bancario che le permettesse di continuare le ricerche sull'aereo TRISTAR. La Lockheed sosteneva che era insensato abbandonare un progetto su cui si era investito oltre un miliardo di \$, mentre alcuni oppositori sostenevano che fosse insensato continuare ad investire in un progetto che non dava prospettive di rendimento adeguate considerando anche il miliardo di euro già speso. Il miliardo era in realtà irrilevante sulle decisioni di investimento da assumere perché "costo sommerso" e quindi non più influente (Brealey, Myers, Sandri 1999)

Dal testo si deduce che l'affermazione seguente corretta è:

- 1) per fare una scelta di investimento bisogna considerare costi e redditi attesi futuri
- 2) per fare una scelta di investimento bisogna considerare l'ammontare già speso ed i rischi di non recupero di tale somma
- 3) per fare una scelta di investimento bisogna considerare i risultati contabili e le somme spese e da spendere per realizzare l'investimento
- 4) per fare una scelta di investimento bisogna considerare soprattutto le risultanze contabili al fine di quantificare correttamente gli oneri sostenuti e confrontarli con le prospettive di recupero

CASO 3

Nel rispondere alla domanda leggete attentamente il brano che segue.

“Ogni processo di gestione strategica parte dalla definizione della *mission* che l'impresa intende raggiungere. La *mission* è un'enunciazione molto ampia degli scopi che l'impresa persegue e generalmente individua grandi aree di attività nel campo economico e sociale.

La *mission* costituisce un fattore cruciale nelle aziende, sia nei confronti del management che deve agire secondo linee guida finalizzate a creare un clima ed un ambiente in cui tale idea possa svilupparsi, sia perché rappresenta una componente fondamentale per le “decisioni di acquisto” da parte dei clienti finali in quanto strumento dell'azienda per la soddisfazione del “consumatore”

rispetto ai prodotti o servizi, sia relativamente alla gestione delle attività. Nella definizione della *mission* gli elementi più frequentemente evidenziati, come risulta anche da una ricerca sulle *mission* di 300 imprese (Cody et al., 2011), sono: il ritorno per gli azionisti, la qualità, la soddisfazione della clientela, l'etica, l'innovazione, il miglioramento continuo, il rapporto con la comunità”

In base alla lettura del testo ritenete che:

- a) La definizione della *mission* consista soprattutto nella definizione di obiettivi quantitativamente definiti da raggiungere
- b) La definizione della *mission* consista soprattutto nella definizione delle strategie che l'impresa intende intraprendere per il raggiungimento degli obiettivi che si propone
- c) La definizione della *mission* consista soprattutto nella definizione dei principali obiettivi di lungo termine e delle politiche e valori che l'impresa vuole perseguire
- d) La definizione della *mission* consista soprattutto nella definizione del segmento di mercato in cui l'impresa intende competere e delle strategie di marketing e finanziarie necessarie

CASO 4

Nel rispondere alla domanda leggete attentamente il brano che segue.

“La decisione si può definire come un'azione conseguente a un processo mentale per cui in un ventaglio di vie alternative di gestione si sceglie quella che, tenuto presente l'insieme delle risorse disponibili e in base ad un dato criterio, meglio di altre consente di raggiungere uno o più obiettivi prefissati” (Pellicelli, 2000).

Dal testo si deduce che il processo decisionale presume:

- 1) la profonda conoscenza di quanto accaduto nel passato più recente nell'azienda e nell'ambiente circostante
- 2) l'apprezzamento di tutte le circostanze presenti e future, interne ed esterne, in grado di ripercuotersi sulla gestione
- 3) la profonda conoscenza dell'ambiente esterno e della sua probabile evoluzione
- 4) l'apprezzamento delle risorse disponibili in termini di capitale umano e capitale finanziario, per valutare la raggiungibilità degli obiettivi