

Un'impresa può realizzare maggiori profitti dei concorrenti attraverso un vantaggio di costo ovvero:

- a. fornendo un prodotto, o un servizio, distintivo
- b. fornendo un prodotto, o un servizio, differenziato, tale che il cliente sia disposto a pagare un differenziale di prezzo maggiore del costo della differenziazione
- c. fornendo un prodotto, o un servizio, identico a un prezzo superiore
- d. fornendo un prodotto, o un servizio, identico a un prezzo inferiore

Quali tra i seguenti prodotti/servizi possono definirsi standardizzati, per loro natura difficilmente differenziabili e che tendono a essere identici e molto simili tra loro:

- a. un servizio di consulenza aziendale
- b. un profumo
- c. i prodotti petrolchimici
- d. un'automobile di lusso

Individua l'intruso

- a. Le strategie "oceano blu" consistono nel creare una nuova domanda in un mercato in cui non vi è concorrenza
- b. Le economie di scala si ottengono nel momento in cui all'incremento del volume di attività dell'impresa (espresso in termini di unità prodotte e/o commercializzate di un determinato bene o servizio in un certo arco temporale) corrisponde un decremento del costo medio di produzione e di gestione
- c. L'analisi esterna concerne l'analisi delle risorse e delle competenze dell'impresa, volta a valutare la capacità dell'impresa a creare una value proposition (proposta di valore) unica e a proporla al mercato
- d. I prodotti complementari sono prodotti che possono essere utilizzati in modo congiunto e integrato con altri

Individua l'affermazione corretta.

- a. L'esternalizzazione è la strategia che prevede di svolgere internamente processi o attività aziendali precedentemente condotti da fornitori esterni
- b. La diversificazione non correlata è una strategia di diversificazione che prevede l'ingresso in business caratterizzati da una complementarità tecnologica, produttiva, commerciale con il business originario
- c. La diversificazione crea valore quando le imprese, entrando in nuovi business, riescono a impiegare meglio e/o ad ampliare il proprio set di risorse e competenze
- d. Una minore vicinanza amministrativa può stimolare il tasso di entrata delle imprese straniere in modo decisivo

Individua l'intruso.

- a. Le competenze riguardano la capacità di svolgere attività e processi, coordinando l'impiego delle risorse, umane in primo luogo, perseguendo un obiettivo specifico
- b. Le barriere all'entrata sono elementi idonei ad agevolare l'ingresso di nuove imprese in un dato settore
- c. La redditività di settore è il tasso di rendimento del capitale rispetto al suo costo, mediamente ottenuto dalle imprese operanti in un dato settore

- d. Il vantaggio competitivo è la capacità di distinguersi sul mercato favorevolmente rispetto alla concorrenza e per questa via ottenere una profittabilità superiore

La strategia di gruppo (o corporate strategy):

- a. è quell'insieme di decisioni che emergono dal complesso processo con cui i singoli manager interpretano la strategia deliberata e la adattano al gruppo aziendale
- b. definisce il campo di azione dell'impresa attraverso la scelta dei settori e dei mercati nei quali competere
- c. crea valore trasformando fisicamente prodotti che hanno meno valore per il cliente in prodotti che hanno più valore
- d. è volta a definire il modo di competere all'interno di un determinato settore o mercato

Da che cosa sono costituiti i tre insiemi di caratteristiche cruciali dell'impresa?

- a. 1) obiettivi e valori; 2) risorse e competenze; 3) strutture e sistemi organizzativi
- b. 1) concorrenti; 2) clienti; 3) fornitori
- c. 1) concorrenti; 2) struttura e sistemi organizzativi; 3) clienti
- d. 1) obiettivi e valori; 2) clienti; 3) fornitori

Gli switching costs:

- a. sono costi unicamente monetari
- b. si ottengono aggiungendo al costo industriale quote di costi di amministrazione
- c. si ottengono aggiungendo al costo industriale quote di costi di commerciali
- d. sono quei costi che gli acquirenti devono sopportare per passare da una marca a un'altra

Individua l'intruso

- a. L'innovazione è la creazione di un concetto (idea, metodo, processo, prodotto) unico e/o nuovo, realizzato attraverso lo sviluppo di una nuova conoscenza o la combinazione di conoscenze preesistenti
- b. La strategia emergente è l'insieme di decisioni strategiche che adattano la strategia deliberata ai cambiamenti delle circostanze esterne
- c. La SWOT analysis è un modello di analisi strategica volto a valutare opportunità e minacce dell'ambiente esterno e punti di forza e punti di debolezza dell'impresa
- d. La strategia deliberata è una strategia che viene definita seguendo un processo di pianificazione strutturato, in coerenza con la missione e nel perseguimento degli obiettivi dell'organizzazione

Quali tra le seguenti caratteristiche non è tipica delle organizzazioni definite "adhocrazie"?

- a. Forte gerarchia
- b. Coordinamento spontaneo
- c. Valori condivisi
- d. Comunicazione flessibile

La catena del valore:

- a. si genera quando l'impresa crea intenzionalmente false aspettative sulle risorse che può apportare all'alleanza con un partner
- b. è un modello di analisi strategica che scompone il business dell'organizzazione nelle sue principali attività al fine di evidenziare in che modo ciascuna di esse, concatenata con le altre, contribuisca alla generazione del valore aggiunto complessivo e alla costruzione dei vantaggi competitivi
- c. consiste nello spostamento di un'attività economica in un luogo in cui l'impresa può ottenere benefici fiscali o risparmiare sui costi di produzione e gestione
- d. rappresenta una somma di denaro che il partner di un'impresa perderà se non rispetterà gli accordi

E' un approccio strutturato all'analisi dell'interazione strategica, che produce previsioni su quali possibili scelte strategiche possano essere fatte dai rivali, andando a suggerire, per conseguenza, la migliore decisione per l'impresa. A quale teoria si fa riferimento?

- a. Alla teoria delle contingenze
- b. Alla teoria dell'organizzazione
- c. Alla teoria dei giochi
- d. Alla teoria del vantaggio comparato

Tra le risorse di natura intangibile non rientrano:

- a. la reputazione
- b. i brevetti
- c. gli investimenti di natura finanziaria
- d. la proprietà intellettuale

Un'impresa può realizzare maggiori profitti dei concorrenti attraverso un vantaggio di costo ovvero:

- a. fornendo un prodotto, o un servizio, distintivo
- b. fornendo un prodotto, o un servizio, differenziato, tale che il cliente sia disposto a pagare un differenziale di prezzo maggiore del costo della differenziazione
- c. fornendo un prodotto, o un servizio, identico a un prezzo superiore
- d. fornendo un prodotto, o un servizio, identico a un prezzo inferiore

Le conoscenze tacite sono:

- a. codificate in mansionari
  - b. conoscenze semplici
  - c. facilmente imitabili
  - d. difficilmente trasferibili
- a. I prodotti complementari sono prodotti che possono essere utilizzati in modo congiunto e integrato con altri

Quando l'impresa supera il livello di output in corrispondenza del punto di scala minima efficiente ottiene l'effetto inverso delle economie di scala, incorrendo nelle cosiddette:

- a. economie di scopo
- b. economie di obiettivo inverso
- c. economie di scopo negative
- d. diseconomie di scala

I settori globali sono:

- a. quei settori in cui l'internazionalizzazione si manifesta attraverso le importazioni e le esportazioni
  - b. quei settori che si internazionalizzano prevalentemente attraverso l'investimento diretto, o perché il commercio non è praticabile o perché i prodotti sono differenziati a livello nazionale
  - c. quei settori serviti esclusivamente da imprese nazionali. Sono al riparo sia dalle importazioni sia dall'investimento diretto estero grazie a regolamentazione, barriere all'entrata, natura localizzata dei beni e dei servizi che producono
  - d. quei settori caratterizzati da un alto livello sia di investimento diretto sia di commercio
- a.