

# Quesiti di Economia Aziendale

Nome e cognome \_\_\_\_\_

1. Definisci il prodotto ed indica quali sono gli elementi che lo contraddistinguono.

*Un prodotto è costituito da una serie di attributi, materiali e immateriali che l'acquirente può gradire ed accettare poiché capaci di soddisfarne i propri bisogni e i propri desideri.*

*Tali attributi sono:*

- *la confezione,*
- *il colore,*
- *il prezzo,*
- *il prestigio del produttore,*
- *il prestigio del rivenditore,*
- *i servizi del produttore e del rivenditore*

2. Supponendo che per un dato prodotto siano conosciuti i seguenti dati:

- prezzo di vendita = 1.000
- costo variabile unitario = 500
- costi fissi = 4.000.000

indicare il risultato economico ottenuto con la vendita di 10.000 prodotti; trova inoltre il BEP e disegna il grafico (utilizzando il retro del foglio).

3. Descrivi brevemente la fase di introduzione indicando quali siano i motivi della lenta crescita delle vendite.

*La fase d'introduzione è quella fase in cui il nuovo prodotto fa il suo ingresso nel mercato. Il volume delle vendite sarà inevitabilmente basso in quanto il prodotto viene distribuito per la prima volta e reso disponibile per l'acquisto. Le vendite cresceranno lentamente perché bisognerà scontare:*

- *le difficoltà iniziali dovute all'eliminazione di difetti ancora presenti nel prodotto,*
- *i ritardi nel rendere il prodotto disponibile al consumo,*
- *le difficoltà di espansione della capacità produttiva,*
- *la riluttanza del consumatore a modificare il comportamento d'acquisto.*

*Un altro elemento da considerare è la tipologia di prodotto che si sta mettendo sul mercato. Infatti tanto più è innovativo, tanto più sarà prevedibile una certa riluttanza da parte dei consumatori ad avvicinarsi al nuovo prodotto.*

# Quesiti di Economia Aziendale

Nome e cognome \_\_\_\_\_

1. Descrivi brevemente la fase di maturità ed indica quali sono le principali strategie di Marketing attuate dalle imprese.

*La fase di maturità è un periodo di rallentamento nella crescita delle vendite dovuto alla accettazione del prodotto da parte della maggioranza degli acquirenti potenziali. I profitti si stabilizzano o diminuiscono a causa delle accresciute spese di marketing per difendere il prodotto dalla concorrenza. Le strategie che le imprese possono adottare possono riguardare il prodotto, il mercato o il marketing-mix. Le strategie riguardanti il mercato consistono nell'espansione del numero degli utilizzatori e/o nell'aumento della quantità acquistata da ogni cliente. Le strategie riguardanti il prodotto riguardano le modifiche ad esso apportate modificandone le caratteristiche, migliorandone le qualità, migliorare l'attrazione estetica del prodotto (miglioramento di stile). Le modifiche di marketing-mix riguardano la modifica di uno o più elementi del mix (prodotto – prezzo – distribuzione – comunicazione)*

2. Supponendo che per un dato prodotto siano conosciuti i seguenti dati:

- prezzo di vendita = 850
- costo variabile unitario = 600
- costi fissi = 2.000.000

Indicare il risultato economico ottenuto con la vendita di 10.000 prodotti; trova inoltre il BEP e disegna il grafico (utilizzando il retro del foglio).

3. Descrivi le caratteristiche del canale diretto.

*Il canale diretto è caratterizzato dalla mancanza di operatori intermedi tra produttori e consumatori finali, richiede un grosso sforzo organizzativo ed un massiccio impiego di capitali. L'impresa produttrice deve, infatti, organizzare in proprio un rete commerciale che sia in grado di raggiungere il cliente finale con l'istituzione di propri negozi di vendita. Questo canale è usato tipicamente per merci di alta qualità e di alto valore unitario, caratterizzate da uno smercio limitato e spesso riguardante beni di uso durevole.*