**NOME E COGNOME……………………………………………. DATA………………….**

**POR PUGLIA FESR – FSE 2014 – 2020**

**ASSE X - Avviso Pubblico n. 6/FSE/2017, DGR n. 1417 del 05/09/2017 (BURP n. 107/2017)**

**Corso ITS VII Ciclo “Tecnico superiore per la Valorizzazione delle**

**Produzioni Locali di Qualità”**

**(Acronimo: AGRO LOCAL QUALITY)**

**Modulo: Laboratorio di ricerche di mercato**

**Docente: Dott. Michele Lenoci**

**1) Oggi una delle principali fonti di dati per le ricerche di mercato sono:**

1. I giornali.
2. Ricerche dirette nei paesi e nei luoghi obiettivo.
3. Banche dati su internet.

**2) La ricerca di mercato è:**

a) L’individuazione dei migliori prodotti sul mercato.

1. La sistematica raccolta, conservazione e analisi dei dati relativi a problemi connessi al marketing dei beni e/o dei servizi.
2. L’individuazione dei concorrenti.

**3) Nell’orientamento al mercato:**

1. L’attenzione dell’impresa si focalizza sulla pubblicità.
2. L’attenzione dell’impresa si focalizza sui prodotti.
3. L’attenzione dell’impresa si focalizza sui bisogni, sui desideri e sulle attese dei consumatori

**4) Tra i dati principali che interessano a una azienda in una ricerca di mercato sono:**

1. Andamento consumi, canali distributivi, prezzi di mercato, concorrenti.
2. Il costo della pubblicità.
3. Nessuna delle precedenti

**5) I dati primari sono:**

1. Indagini sui clienti interni, indagini sui fornitori, previsioni
2. Dati sulle vendite, fatturato, archivi, registrazioni interne
3. Nessuna delle precedenti

**6) I dati secondari sono:**

1. Indagini sui clienti interni, indagini sui fornitori, previsioni
2. Dati sulle vendite, fatturato, archivi, registrazioni interne
3. Nessuna delle precedenti

**7) Nel settore agroalimentare una informazione importante da indicare nella ricerca di mercato è:**

1. In quali giornali si fanno le pubblicità
2. Quali sono le abitudini alimentari nel mercato di riferimento
3. Il costo della pubblicità

**8) Una tecnica qualitativa di raccolta dati è:**

1. Intervista strutturata
2. Questionario
3. Focus group

**9) Una tecnica quantitativa di raccolta dati è:**

1. Questionario
2. Focus group
3. Intervista in profondità

**10) Uno dei vincoli delle ricerca è:**

1. Condizioni meteo
2. Risorse economiche
3. Nazionalità dei partecipanti

**11) I dati della ricerca di mercato devono essere:**

1. I più vecchi possibili
2. I più aggiornati possibili
3. Nessuna delle precedenti

**12) Nella composizione del campione di ricerca:**

1. Deve replicare tutte le caratteristiche della popolazione
2. Non deve replicare tutte le caratteristiche della popolazione
3. Nessuna delle precedenti

**13) Al fine di fare una verifica dei dati raccolti dobbiamo fare:**

1. Eliminare i dati che non ci piacciono
2. L’incrocio dei dati per verificare la loro compatibilità
3. Usare solo i dati più graditi

**14) L’intervista personale consente:**

1. Di conoscere di persona l’intervistato
2. Una maggiore quantità di informazioni
3. Una migliore qualità delle informazioni

**15) Nei colloqui di gruppo si cerca di:**

1. Nascondere le motivazioni d’acquisto
2. Far emergere le motivazioni d’acquisto
3. Ignorare le motivazioni d’acquisto

**16) Lo scopo primario della ricerca di mercato è:**

1. Far lavorare l’area marketing dell’azienda
2. Assistere i manager nel processo di decisione
3. Spendere dei soldi in più che l’azienda ha a disposizione

**17) La funzione “predittiva” della ricerca di mercato riguarda:**

1. Il passato
2. Il presente
3. Il futuro

**18) Una delle aree d’intervento della ricerca di mercato riguarda:**

1. La risoluzione dei problemi
2. Ignorare i problemi
3. Fare finta che i problemi non esistano e tutto proceda bene

**19) Una delle fasi del processo di ricerca di mercato è:**

1. Cercare agenzie pubblicitarie
2. Presentare i bilanci aziendali
3. Presentare i risultati della ricerca

**20) Altra attività fondamentale nel processo di ricerca di mercato è:**

1. La raccolta del budget
2. La raccolta delle informazioni
3. La raccolta pubblicitaria

----------GRIGLIA DI CORREZZIONE 1----------

**N.B. 1 punto** per ogni risposta corretta;

1. **C**
2. **B**
3. **C**
4. **A**
5. **A**
6. **B**
7. **B**
8. **C**
9. **A**
10. **B**
11. **B**
12. **A**
13. **B**
14. **C**
15. **B**
16. **B**
17. **C**
18. **A**
19. **C**
20. **B**