**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: Organizzazione di fiere ed eventi**

**Docente: Dott. Michele Lenoci**

**1. Elementi essenziali per avere successo nelle Fiere:**

a) Investire molti soldi.

b) Trovare il paese giusto.

c) Partecipare per almeno 3 volte alla stessa Fiera.

**2. Le attività fieristiche sono:**

a) Un fenomeno degli ultimi anni

b) Un’attività che si svolge da millenni

c) Un’attività nata con la rivoluzione industriale

**3. Le Fiere vanno organizzate:**

a) Almeno 1 anno prima della loro realizzazione.

b) Con ottimi interpreti.

c) Usando uno stand di ottima qualità.

**4. Lo scopo della partecipazione alla Fiera è:**

a) Avere un ottimo stand.

b) Consentire la promozione dell’attività dell’azienda in quel settore.

c) Vendere i prodotti esposti.

**5. Altro elemento indispensabile per il successo della Fiera è:**

a) Raccogliere quanti più biglietti da visita.

b) Organizzare l’agenda di contatti con attività di direct marketing realizzata mesi prima.

c) Avere un prezzo basso.

**6. Le fiere campionarie sono quelle in cui:**

a) Espongono solo settori specializzati

b) Espongono molti settori diversi tra loro

c) Si vendono prodotti alimentari

**7. Una dei seguenti elementi non è una ragione per partecipare a una fiera:**

a) Vendere

b) Conoscere uno specifico mercato

c) Capire i tipi di giornali specializzati del settore

**8. Nella scelta della fiera una delle informazioni da raccogliere è:**

a) Tipologia di visitatori

b) Costo dell’energia elettrica

c) Costo degli alberghi

**9. L’attrattività della fiera viene data da:**

a) Bellezza degli stand

b) Importanza del paese dove si svolge

c) La combinazione data dall’importanza, area d’influenza ed efficacia

**10. Uno degli obiettivi di comunicazione aziendale per la fiera è:**

a) Fare nuovi spot pubblicitari

b) Presentare prodotti nuovi

c) Incontrare nuovi fornitori

**11. Uno degli obiettivi di ricerca di mercato aziendale per la fiera è:**

a) Confrontarsi con la concorrenza

b) Creare eventi

c) Presentare prodotti nuovi

**12. Una delle principali attività “pre-fiera” è:**

a) Prenotare i voli

b) Prenotare gli alberghi

c) Invitare tutti i contatti a visitare il proprio stand

**13. Lo stand è:**

a) Lo scopo della partecipazione

b) Un mezzo e non lo scopo della partecipazione

c) La ragione per cui si partecipa alla fiera

**14. Nella promozione dei prodotti agroalimentari è fondamentale durante la fiera:**

a) Avere prezzi bassi

b) Fare degustazioni

c) Regalare molti campioni

**15. L’animazione dello stand deve essere:**

a) Deve essere conforme ed omogenea all'immagine aziendale e deve essere consentita dal regolamento della fiera

b) Deve essere spettacolare

c) La più costosa possibile

**16. Tra le attività da fare nel dopo-fiera troviamo:**

a) Aspettare di essere contattati dai visitatori

b) Aspettare di essere contatati dagli organizzatori

c) Controllare numero e tipologia dei visitatori del nostro stand

**17. La fiera fornisce indicazioni sulle strategie di marketing-mix del tipo:**

a) Aspettare di essere contattati dai visitatori

b) Aspettare di essere contatati dagli organizzatori

c) Le scelte su prodotto, prezzo, comunicazione e canale sono coerenti tra loro?

**18. Altra importante attività da fare nel dopo-fiera è:**

a) Contattare i visitatori che sono venuti a trovarci

b) Non contattare i visitatori che sono venuti a trovarci

c) Smontare lo stand

**19. Uno dei problemi delle fiere è:**

a) Che bisogna viaggiare

b) Costi elevati

c) Orari di lavoro stressanti

**20. Uno dei vantaggi delle fiere è:**

a) Elevato numero di contatti

b) Che bisogna viaggiare

c) Si vende molto

A

**----------Risposte A----------**

**1. (c)**

**2. (b)**

**3. (a)**

**4. (b)**

**5. (b)**

**6. (b)**

**7. (c)**

**8. (a)**

**9. (c)**

**10. (b)**

**11. (a)**

**12. (c)**

**13. (b)**

**14. (b)**

**15. (a)**

**16. (c)**

**17. (c)**

**18. (a)**

**19. (b)**

**20. (a)**