

Lezioni EGI 11-13 marzo 2013

Cosa s'intende per B2B, business to business?

E per B2C, business to consumer?

Come si differenzia la comunicazione a cliente nell'uno e nell'altro caso?

Cos'è marketing?

Cos'è marketing mix?

Chi è il cliente della Bauli?

Perché la Bauli propone la pubblicità al consumatore finale?

Cosa significa qualità?

Cosa significa dire che la qualità è negli occhi del produttore, del certificatore e del cliente?

Cosa s'intende per mercato nella visione economica e nella visione aziendalistica?

Cosa distingue il settore dall'area d'affari e dal gruppo strategico di imprese?

Che cos'è la marca? Si consiglia di vedere il sito di Centromarca

Che cos'è il marchio?

A che cosa serve il metodo dell'IP? In quali casi è utile applicarlo?

Si rappresentino sul flusso di cassa temporale i vari fattori correttivi analizzati.

Perché in caso di due o più alternative di investimento il metodo dell'EVA non è sufficiente a comprendere la convenienza a investire?

Che cosa si intende con capitale d'esercizio?

Come deve essere considerato nel calcolo il capitale d'esercizio?

Quali sono i caratteri della concorrenza pura, del monopolio, dell'oligopolio e della concorrenza monopolistica?

Come si spiega l'ossimoro di una concorrenza-monopolistica?

Perché l'area d'affari dei produttori di cravatte, o di abbigliamento in genere, si caratterizza per una concorrenza monopolistica?

Perché ogni mattina ci si sveglia un po' più ignoranti?

A cosa serve il professore nell'epoca di internet?