

Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca

ESAME DI STATO DI ISTRUZIONE SECONDARIA SUPERIORE

Indirizzi: ITRI, EA06, EA26 – AMMINISTRAZIONE FINANZA E MARKETING
ARTICOLAZIONE RELAZIONI INTERNAZIONALI PER IL MARKETING

ITIR – ISTITUTO ECONOMICO INTERNAZIONALE QUADRIENNALE
ARTICOLAZIONE RELAZIONI INTERNAZIONALI PER IL MARKETING

Tema di: ECONOMIA AZIENDALE E GEO-POLITICA e LINGUA INGLESE

Il candidato svolga la prima parte della prova e due tra i quesiti proposti nella seconda parte di cui uno di Economia aziendale e uno di Lingua Inglese.

PRIMA PARTE

I responsabili di marketing di Alfa spa, impresa industriale, al termine dell'esercizio 2016 hanno elaborato il Piano di marketing dal quale sono tratti gli stralci che seguono.

Piano di Marketing quinquennale 2017-2021

Sommario

Il business di Alfa spa si concentra sulla produzione di stufe di diverse tipologie in base al funzionamento, al tipo di materiale e ai combustibili utilizzati. I prodotti, tutti di qualità elevata, sono offerti a clienti appartenenti al segmento medio-superiore. L'azienda, impresa di successo, può contare su una rete stabile di rivenditori fidelizzati, un brand molto rinomato ed una buona immagine aziendale. Lo scopo di questo piano è quello di definire, in modo razionale e compiuto, la nostra strategia di sviluppo sul mercato e di incrementare la redditività d'impresa.

.....

Prodotti aziendali

La gamma di prodotti venduti è composta dalle seguenti principali linee di prodotto con struttura in acciaio, in ghisa o in cotto:

- Linea stufe a legna;
- Linea stufe a pellet;
- Linea stufe miste che nascono dall'esigenza di combinare al meglio le qualità dei diversi materiali.

Obiettivo economico

L'obiettivo economico è quello di raggiungere il *break even point* ad un anno dal lancio della campagna di commercializzazione della nuova linea di prodotto di stufe a pellet per caminetti; per gli anni successivi al primo confidiamo in un graduale incremento della redditività.

Obiettivi di Marketing

L'obiettivo di marketing fondamentale è rappresentato dal conseguimento di un volume di vendite complessive pari a euro 6.000.000. Successivamente aumenteremo in modo progressivo la quota di mercato attraverso politiche di rafforzamento dell'immagine e del marchio. La strategia tenderà al miglioramento della qualità dei prodotti e dei servizi a disposizione dei clienti combinata con più incisive politiche di comunicazione, distribuzione e assistenza post-vendita.

.....

Prodotto/Servizio

L'azienda produce stufe per uso domestico e industriale. La consegna dei prodotti ai nostri distributori e ai clienti finali avviene oggi in tempi non adeguati e attualmente è il punto di debolezza sul quale sono in atto interventi di miglioramento. Il servizio di assistenza e montaggio è di elevato livello e rappresenta un punto di forza per l'azienda. Nel servizio post-vendita è prevista la sostituzione del prodotto se risulta non conforme ai requisiti standard. Nei prossimi anni verrà attribuita molta importanza alla ricerca e allo sviluppo di nuovi

Ministero dell' Istruzione, dell' Università e della Ricerca

prodotti da offrire al mercato.

Prezzo

I prezzi sono stati determinati in modo da coprire i costi e garantire un adeguato profitto; risultano in sintonia con quelli praticati dai nostri competitors e verranno mantenuti invariati per il quinquennio. Agli agenti di vendita sono riconosciuti elevati premi in relazione al raggiungimento di predeterminati budget di vendita.

.....

Promozione/Comunicazione

Tra le azioni di marketing che intendiamo adottare si sottolineano: la distribuzione gratuita di cataloghi presso i punti vendita, la realizzazione di spot su emittenti televisive private, la ricostruzione del sito web aziendale e il suo inserimento su un importante portale di commercializzazione on line.

Distribuzione

I canali di vendita attualmente utilizzati sono:

- gli agenti di zona, che rappresentano il 70% del collocato;
- gli show room, che rappresentano il 30% del collocato.

L'evoluzione del piano marketing comporterà un ampliamento della rete di vendita degli agenti di zona, con l'incremento degli incentivi al raggiungimento degli obiettivi. Inoltre un buon apporto potrà essere fornito dal rinnovamento del sito web che consentirà di vendere direttamente ai distributori ed ai clienti finali.

Budget economico

Previsione delle Vendite

L'obiettivo di crescita delle vendite è sicuramente ambizioso ma riteniamo che, con il dovuto impiego delle leve operative di marketing, possa essere raggiunto ampliando la quota di mercato. Puntiamo a realizzare, al termine dei cinque anni, vendite pari a 6 milioni di euro.

Previsione delle vendite	Esercizio 2017	Esercizio 2018	Esercizio 2019	Esercizio 2020	Esercizio 2021
Totale vendite (quantità)	3.650	3.895	4.285	4.500	4.679
Totale vendite (valore)	4.745.000,00	5.063.500,00	5.570.500,00	5.850.000,00	6.082.700,00

Previsione dei costi

Il contenuto sviluppo dei costi nel tempo, dovuto alle economie di scala e allo sfruttamento totale della capacità produttiva dell'impresa, consentirà, a fronte dell'andamento favorevole delle vendite, di incrementare in modo considerevole la redditività.

Previsione dei costi	Esercizio 2017	Esercizio 2018	Esercizio 2019	Esercizio 2020	Esercizio 2021
Totale costi diretti di produzione	1.533.000,00	1.619.500,00	1.778.100,00	1.861.600,00	1.933.700,00
Totali costi di marketing	1.050.000,00	890.000,00	890.000,00	890.000,00	890.000,00

.....

Il candidato presenti:

1. Lo Stato patrimoniale e il Conto economico in forma abbreviata al 31/12/2018 nell'ipotesi che Alfa spa abbia realizzato le vendite previste dal Piano di marketing e conseguito un miglioramento nel risultato economico.

Dati mancanti opportunamente scelti .

Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca
LINGUA INGLESE

PART 1 – COMPREHENSION AND INTERPRETATION

Read the text and answer ALL the questions below

CONTENT MARKETING

A recent survey of more than 500 digital marketers found that most businesses publish content. So, why do some brands fail, and others succeed, at content marketing? Some companies rise above the competition by targeting highly-specific audiences daily.

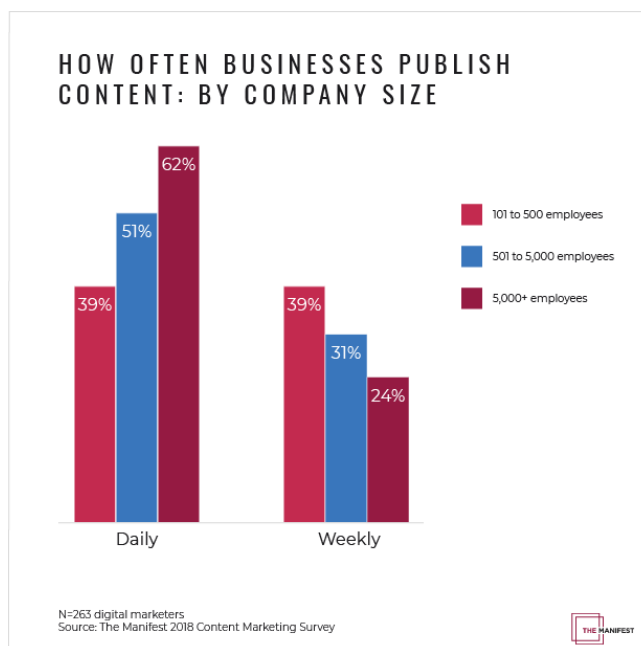
5 The *Four Seasons Resort Hotels* chain knows their customers well. One glance at their blog tells the story of a business that's paid attention to their customers for many years. Despite the multiple personalities and lifestyles of their audience, they maintain a structure and brand messaging that sets a solid foundation.

10 Their blog, "*Four Seasons Magazine*," begins with a choice of 3 categories: Discover, Taste, and Thrive. The "Discover" section tailors content to readers who travel to experience a wide variety of activities, including surfing, golfing, and polo. The "Taste" section appeals to customers seeking food and fun from around the world.

15 [Their] approach to content marketing is successful because they know their customers. Because of that, they're able to publish articles that appeal to unique micro-niches. They combine that with a big-picture approach, and also offer content that appeals to mainstream customers. This balances specific niche topics with mainstream subjects that appeal to everyone.

(197 words)

adapted from <https://themanifest.com/digital-marketing/state-email-marketing-2018>



Bar chart from <https://themanifest.com/digital-marketing/how-businesses-use-content-marketing>

Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca

Choose the answer which fits best according to the text. Circle one letter.

- 1) What is the key ingredient for success in content marketing?
 - a. publishing general articles on topics that appeal to everyone
 - b. researching and getting to know your audience
 - c. targeting specific niche groups of potential customers
 - d. relying on individuals to recommend you to other people
- 2) The *Four Seasons Resort Hotel* chain gets a lot of its information about its customers from
 - a. questionnaires on its blog
 - b. individual, personal contacts
 - c. customer contacts on its blog
 - d. surveys carried out by third parties
- 3) The bar chart shows that the size of a firm affects how often it will publish content. Which of these statements is true?
 - a. The larger the firm the less often it will publish content daily
 - b. Medium sized firms tend to publish content weekly rather than daily
 - c. Small firms publish weekly more often than daily
 - d. Large firms adopt content marketing strategies more often than either small or medium firms do

- 4) Answer the question. Use complete sentences and your own words

Explain why *The Four Seasons Resort Hotels* chain's content marketing strategy is proving so successful.

- 5) Answer the question by referring to the bar chart

Why do you think large businesses consider daily rather than weekly publishing of content is a more effective way of ensuring audience engagement?

SECONDA PARTE

Il candidato scelga uno dei seguenti quesiti di Economia aziendale e presenti le linee operative, le motivazioni delle soluzioni prospettate e la produzione dei relativi documenti, ove richiesto.

1. L'interpretazione dell'andamento finanziario ed economico della gestione richiede, tra l'altro, l'analisi di bilancio per indici. Redigere il report dal quale si evidenzia l'analisi finanziaria ed economica del bilancio di Alfa spa al 31/12/2018 utilizzando gli opportuni indicatori.
2. Beta spa, impresa industriale monoprodotto, per far fronte alla domanda aggiuntiva pervenuta da un cliente, deve incrementare la produzione di 45.000 unità di cui solo un terzo è possibile produrre utilizzando l'attuale capacità produttiva. L'impresa valuta la possibilità di:
 - esternalizzare la produzione eccedente
 - acquisire impianti e assumere personale per incrementare la capacità produttiva.

Redigere il report che evidenzia l'analisi comparativa delle due alternative e le motivazioni della scelta operata per rispondere alla richiesta del cliente.

Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca

LINGUA INGLESE

PART 2 – WRITTEN PRODUCTION

Choose **one** of the following tasks. Number your answer clearly to show which question you have chosen.

Either

- 1) You work in a large company, in the marketing division, and would like to suggest to your supervisor that it would be a good idea to gather more information about your audience in order to make the Company's content marketing more successful. Write a short report of about 300 words saying why you think this, and how you could gather data both formally and informally, from prospective customers.

Or

- 2) Today, not only companies but also private individuals, you too probably, are using the internet and social media more and more for many different reasons. Write a 300-word essay about the advantages and disadvantages of this, referring to your personal experience and/or to the experiences of people you know.

Durata massima della prova: 6 ore.

Sono consentiti la consultazione del Codice Civile non commentato e l'uso di calcolatrici tascabili non programmabili.
Per la lingua inglese, è consentito l'uso di dizionari bilingue e monolingue di lingua generale.