
PROVA DE ITALIANO

Leggi attentamente il testo e rispondi alle domande

LE ORIGINI DEL MARKETING

Le prime applicazioni di quello che oggi si potrebbe chiamare marketing risalgono al XVII secolo, e furono sperimentate in Giappone. Si narra infatti che a quel tempo un mercante di Tokyo divenne famoso perché invece di andare in giro, come gli altri, con le proprie merci, visitava i suoi clienti solo per ascoltarli: ne raccoglieva le richieste e poi faceva in modo di trovare ciò che questi domandavano. Si tratta di un'idea che può sembrare banale, ma che solo agli inizi di questo secolo ha conosciuto un'adeguata elaborazione teorica, questa volta negli Stati Uniti. Bisogna attendere gli anni trenta perché si crei la *American Marketing Society*, che sviluppa, nelle società americane, i primi corsi di studio della materia. Solo negli anni sessanta si assiste a una diffusione di politiche aziendali realmente orientate al mercato anche nel mondo occidentale.

Ancora oggi l'idea di produrre "ciò che si è in grado di vendere, piuttosto che vendere ciò che si produce" (per usare le parole del più importante studioso di marketing esistente, l'americano Philip Katler), pur essendo largamente riconosciuta come valida, non trova applicazione pratica, anzi da molti imprenditori, non è stata ancora realmente compresa. Le imprese soffrono ancora molto di "miopia del mercato" cioè della tendenza a concentrarsi sul prodotto, senza esaminare con sufficiente attenzione i bisogni del cliente.

(Tratto da Zana, Alberto & Castoldi, Giorgio, in *Tecniche di Comunicazione e Relazione di Turismo*, 2002)

DOMANDA 54

Nella frase "(...) perché invece di andare in giro (...)" l'espressione **andare in giro** vuol dire:

- a) andare dritto.
- b) muoversi.
- c) girarsi.
- d) volgersi.

DOMANDA 55

Segnala l'alternativa giusta, secondo il testo.

- a) Solo oggi si capisce l'importanza di produrre per poi pensare a come vendere.
- b) La "miopia di mercato" specchia la grande visione di futuro degli imprenditori.
- c) Philip Katler si concentrava sul prodotto piuttosto che sul cliente.
- d) Negli anni trenta si iniziarono gli studi sul marketing.

DOMANDA 56

Nella frase “(...) ne raccoglieva le richieste (...)” il **ne** potrebbe esser sostituito da

- a) prima.
- b) non.
- c) di loro.
- d) in loco.

DOMANDA 57

Nel XVII secolo, il mercante di Tokyo è diventato famoso perché

- a) realizzava un sondaggio sui bisogni dei clienti.
- b) sviluppò i primi corsi universitari di marketing.
- c) diffuse politiche aziendali negli Stati Uniti.
- d) faceva una previsione di quanto poteva guadagnare.

DOMANDA 58

Secondo l'autore, la “miopia di mercato” vuol dire che le imprese

- a) si restringono sul prodotto.
- b) rispettano le necessità dei clienti.
- c) non si preoccupano del prodotto.
- d) si dimenticano di esaminare il prodotto.

DOMANDA 59

I primi corsi di Marketing sono stati creati

- a) nel secolo XVII.
- b) negli anni sessanta.
- c) negli anni trenta.
- d) alla fine di questo secolo.

DOMANDA 60

Nella frase “(...) ancora oggi l'idea di produrre ciò che si è **in grado di vendere**(...)”, l'espressione in neretto significa

- a) in attesa.
- b) in vena.
- c) al punto.
- d) in condizione.