

Appello di MODELLI DI E-BUSINESS E-BUSINESS INTELLIGENCE 26/06/2024

1. La value proposition principale di Nike è:
 - a. Sponsorizzare sportivi
 - b. Vendere scarpe sportive
 - c. Alte performance dei propri prodotti
2. Uno sportivo sponsorizzato da Nike è per Nike:
 - a. Revenue stream
 - b. Partnership
 - c. Cliente
3. Un comparatore di prezzi può configurarsi:
 - a. Multi-sided
 - b. Open
 - c. Long tail
4. Per il business di una testata giornalistica l'intelligenza artificiale:
 - a. Forza di mercato
 - b. Trend
 - c. Forza industriale
5. Per profilare gli utenti che guidano l'automobile possono utilizzare:
 - a. Classificazione
 - b. Regressione
 - c. Regole associative
6. Il grado di soddisfazione espresso da 1 a 10 è una variabile:
 - a. Ordinale
 - b. Continua
 - c. Discreta
7. Se decidessi di sostituire i valori mancanti della variabile "peso" (può assumere valori da 0 a infinito) per identificazione potrei inserire:
 - a. +1
 - b. -1
 - c. 0
8. Se ho una variabile target continua, posso utilizzare un classificatore?
 - a. Sì, normalizzando la variabile
 - b. No
 - c. Sì, discretizzando la variabile
9. Se voglio migliorare l'accuratezza di un albero decisionale:
 - a. Riduco il numero di regole
 - b. Passo dal cross-validation ad altro metodo di apprendimento
 - c. Aumento il numero di regole
10. Per misurare se l'effettuano acquisti in giorni sempre diversi oppure sempre nello stesso giorno, posso utilizzare:
 - a. Indice di Gini.
 - b. Covarianza.
 - c. Moda.
11. Per verificare se la maggior parte di una popolazione ha la stessa altezza posso utilizzare:
 - a. Indice di Kurtosis
 - b. Indice di Skewness
 - c. Media
12. Per capire cosa, tra titolo di studio ed età, influenza maggiormente il reddito, posso usare:
 - a. Varianza
 - b. Covarianza
 - c. Indice di Pearson
13. Se R-squared è prossimo ad uno:
 - a. Il modello non è buono
 - b. Ho un problema di multi-collinearità
 - c. Il modello è buono
14. Se utilizzo una classificatore per configurare la campagna sconti (offrire lo sconto del 20%) per cercare di trattenere i clienti che potrebbero chiudere il conto, monitorerò principalmente:
 - a. Numero di regole
 - b. Matrice di confusione
 - c. Accuratezza
15. In una classificazione, se riduco la numerosità dei valori della variabile target posso aspettarmi:
 - a. Una riduzione del numero di regole
 - b. Un miglioramento dell'R-squared
 - c. Un aumento del numero di regole
16. Ho un database con informazioni sugli accessori montati sulle auto e voglio capire quali di questi vengono normalmente acquistati assieme. Quale variabile posso eliminare?
 - a. Prezzo dell'accessorio
 - b. ID accessorio
 - c. Colore dell'accessorio
17. Se voglio cercare regole più comuni:
 - a. Aumento il livello di confidenza
 - b. Aumento il livello del supporto minimo
 - c. Abbasso il livello del supporto minimo
18. Se Sky volesse adottare un modello di business di tipo long tail, dovrebbe:
 - a. Ridurre i costi di acquisto e gestione dei contenuti
 - b. Condividere le proprie competenze con altre imprese
 - c. Attrarre inserzionisti
19. Le attività chiave sono legate direttamente a:
 - a. Value proposition
 - b. Prodotti realizzati
 - c. Customer segments
20. Se un ristorante cambia il proprio fornitore di materie prime, sta cambiando qualcosa de:
 - a. Customers segments
 - b. Revenue streams
 - c. Partnership chiave

21. Quali sono le value proposition, i customer segments e le revenue streams di una società di car sharing? Quale pattern di modello di business segue? Spiegarne il perché.
22. Immagina di avere il seguente database contenente una serie di informazioni relative ad una attività di promozione di un prodotto e alla successiva eventuale accettazione dell’offerta e spesa effettuata dall’utente. Immagina che ti venga richiesto di profilare i clienti che accettano l’offerta. Descrivi tutte le attività che condurresti per arrivare ad un risultato utile per rispondere all’obiettivo posto e quali performance controlleresti per verificare che il risultato sia positivo.

User ID	Numero di chiamate promozionali fatte	Tempo medio trascorso al telefono con l'operatore	Sconto proposto (%)	ID Categoria di prodotto proposta	Prezzo del prodotto proposto	Accettazione dell'offerta	Spesa dell'utente
1	5	8	20	1		SI	8
2	6		24	4		NO	0
3		5	6	2	4	SI	16
4	10		30	1		NO	0
5	4		7	2		SI	8
6	5	3	0	4	16	NO	0
7			5	3	8	SI	24
8	8	4	23	1		NO	0
9	10		27	1	2	SI	10
10	4		4	1		NO	0
11	10	6	8	3		SI	8
12	8		13	1		NO	0
13	7	9	10	2		SI	20
14			30	4	16	NO	0
15	8		5	4		SI	32
16	2		27	3	8	NO	0
17	5	10	16	1	2	SI	6
18	8		20	1		NO	0
19	1	4	22	2	4	SI	28
20	2		20	4		NO	0