

**Anno accademico 2014-2015**

**TEST FINALE  
MARKETING  
29 gennaio 2015**

**Domanda 1 (8/30)**

Che cosa si intende per fluidità cognitiva (*cognitive ease*)?

**Domanda 2 (7/30)**

Si discuta un esempio di come l'avversione alle perdite può modificare le scelte economiche.

**Domanda 3 (8/30)**

Quali sono le caratteristiche di base dei servizi?

**Domanda 4 (7/30)**

Nello sviluppo di nuovi prodotti, cos'è l'analisi congiunta (*conjoint analysis*)?