



Lista domande informatica

Informatica (corso Progredito) (Università Cattolica del Sacro Cuore)

1. Quali sono i principali tipi di sistemi e a chi si rivolgono?

I principali tipi di sistemi sono 4:

1. ESS executive support systems: sistemi di supporto direzionale per il TOP management
2. DSS decision support systems: sistemi di supporto alle decisioni per i manager di STAFF
3. MIS management information systems: sistemi di gestione delle informazioni per il MIDDLE management
4. TPS transaction support/protocoll systems: sistemi di elaborazione delle transazioni per il livello OPERATIVO

I sistemi ESS ricevono in input dati aggregati provenienti sia dall'interno sia dall'esterno, attraverso grafici, simulazioni e modifiche interattive degli input producono proiezioni e risposte alle simulazioni. Sono rivolti ai top e senior manager. Riguardano decisioni NON di routine che richiedono giudizi, valutazioni e conoscenze approfondite, perché non esiste alcuna procedura standard per giungere a una soluzione. Sono progettati per incorporare i dati legati a eventi esterni (nuove leggi) e traggono confronti e analisi dai sistemi MIS e DSS. Filtrano, comprimono, estraggono e individuano i dati critici, mettendo in luce quelli della massima importanza per i manager. Diversamente dagli altri sistemi informativi non sono progettati per risolvere specifici problemi ma piuttosto un'ampia varietà di problemi potendo scegliere fra diverse modalità di calcolo e rappresentazione. Esempi di sistemi ESS possono essere il confronto con il comportamento dei concorrenti in termini di vendite, marketing, posizionamento prodotti.

I sistemi DSS ricevono in input sia bassi volumi di dati sia grossi database ottimizzati per l'analisi dei dati, modelli analitici e strumenti di analisi dei dati. Attraverso simulazioni di analisi producono report speciali, analisi delle decisioni e risposte alle interrogazioni per i manager di staff e i professionisti. Servono il

livello manageriale dell'azienda offrendo ai manager sistemi di supporto a prendere decisioni, nel caso di ambiente in rapido cambiamento e decisioni difficilmente specificabili in anticipo. Questo sistema è detto anche di business intelligence, impiega informazioni tratte da fonti esterne. Hanno normalmente una maggior potenza analitica rispetto agli altri sistemi. Utilizzano modelli di analisi dei dati e/o condensano grandi quantità di informazioni in report di sintesi o comunque in formato utile per prendere decisioni. Sono progettati in modo tale che l'utente possa direttamente lavorare su dati, per cui sono applicativi di facile uso e fortissima interattività. Esempi di sistemi DSS possono essere l'andamento del valore delle azioni, l'andamento del settore in cui opera l'azienda e il suo posizionamento sul mercato in relazione a quel settore.

I sistemi MIS servono il livello manageriale dell'azienda, offrendo ai manager report e accesso online alle prestazioni correnti e a dati storici dell'azienda. Sono orientati quasi esclusivamente ai dati interni. Sistema che serve principalmente alle funzioni pianificazione, controllo e supporto delle decisioni manageriali. Essi ricevono in input dati riepilogati sulle transazioni, alti volumi di dati, semplici modelli, attraverso report di routine, modelli semplici e analisi di basso livello, producono riepiloghi e report delle eccezioni. Sono rivolti ai middle manager. Risponde alle necessità dei manager interessati a risultati settimanali, mensili e annuali e di sintesi. Non sono sistemi particolarmente sofisticati dal punto di vista del calcolo e hanno modelli matematici semplici. Esempi di sistemi MIS possono essere l'andamento del fatturato con il confronto con l'anno

precedente e la suddivisione per zona geografica o area di vendita, rapporti sulla qualità del prodotto con analisi delle difettosità.

I sistemi TPS sono i sistemi operativi di base dell'azienda che servono il livello operativo, ricevono in input le transazioni e gli eventi (un cliente ha mandato un ordine) e, attraverso ordinamenti, elenchi, unioni e aggiornamenti, forniscono rapporti dettagliati, liste e riepiloghi per il lavoro del personale e dei loro supervisor. Sono sistemi computerizzati che svolgono e registrano le transizioni di routine necessarie quotidianamente per condurre le attività aziendali. I compiti, le risorse e gli obiettivi sono predefiniti e molto strutturati. Esempi di sistemi TPS sono le procedure per la raccolta ordini clienti, la registrazione delle spedizioni e la relativa fatturazione.

È necessario e vantaggioso avere i sistemi integrati fra loro, in modo che le informazioni possano fluire tra le varie aree dell'azienda ed essere disponibili alle varie funzioni dell'azienda e al management. L'integrazione costa.

I sistemi MIS, DSS ed ESS consentono ai manager di verificare velocemente le informazioni nel contesto dell'azienda e del mondo esterno.

2. La vostra Azienda decide di dotarsi di un sistema di CRM Customer Relationship Management, con il quale acquisire, detenere e gestire le informazioni sulla propria clientela acquisita e prospect (ovvero persone che contattano l'Azienda, ad esempio tramite il call center, dimostrano interesse per i prodotti, ma non sono ancora clienti). Quali sono, a vostro giudizio, i problemi etici ai quali far fronte e come agireste? (suggerimento: pensate ai dati sensibili del cliente, alla sicurezza, ecc.)

I manager devono essere consapevoli che non c'è business se non c'è sicurezza, devono definire e attuare politiche di sicurezza digitale con la stessa dedizione con la quale definiscono e attuano politiche a tutela della propria azienda. I dipendenti devono seguire queste politiche. I pilastri della sicurezza sono:

- **INTEGRITÀ:** le informazioni devono essere conservate integre, senza corruzione e modifica non deliberatamente e consapevolmente attuata
- **RISERVATEZZA:** le informazioni non devono essere accessibili a terzi non autorizzati né diffuse senza autorizzazioni del possessore.
- **DISPONIBILITÀ:** le informazioni devono essere disponibili nel momento in cui servono.

I problemi ai quali far fronte nella progettazione e nella manutenzione di un sistema CRM sono relativi a:

- diritti e obblighi sulle informazioni
- responsabilità e controllo
- qualità dei sistemi per non perdere la fiducia degli utenti

In particolare si deve verificare che il sistema ottemperi alla normativa italiana sulla tutela della privacy, D.lgs. 196 del 30/06/2003 (emanata per recepimento della normativa europea e considerata una best practice nel mondo nonostante sia una norma relativamente giovane).

Si deve avere l'autorizzazione dei clienti e dei prospect al trattamento delle informazioni e si deve comunicare agli stessi che i loro dati saranno trattati a norma di legge e a quali scopi. Si deve

verificare se tra i dati in possesso dell'azienda esistano dati sensibili e in tal caso si deve verificare che questi siano trattati in modo opportuno. Si deve verificare che il sistema risponda a tutte le normative riguardanti la sicurezza e si deve elaborare un piano di disaster recovery. Il sistema deve essere mantenuto aggiornato, protetto con antivirus e firewall, per garantire la miglior difesa dagli attacchi di virus e da eventuali penetrazioni esterne. I dati devono essere salvati con periodicità opportuna e le copie di salvataggio devono essere conservate in ambiente sicuro. Il personale addetto deve essere istruito affinché richieda agli enti che confluiscono nel sistema le autorizzazioni al trattamento dei dati e affinché adotti un comportamento che non costituisca un rischio per la salvaguardia dei dati. Nel caso di dati sensibili e/o particolarmente importanti può essere necessario attivare procedure di sicurezza in modo da impedire ai dipendenti di portare fuori dall'azienda i dati.

3) Quando è utile sviluppare una partnership informativa e per quali finalità?

Una partnership informativa si ha quando più aziende mettono a fattor comune informazioni allo scopo di trarre reciproco vantaggio, ma rimanendo entità distinte. In questo caso le aziende mettono in comune le informazioni, connettendo i propri sistemi informativi. Esempi sono le partnership tra le compagnie aeree e le carte di credito che danno ai clienti la possibilità di entrare nei gruppi frequent flyer.

In questo modo sia la compagnia aerea sia la carta di credito aumentano sia la ricchezza (numero) sia l'ambito (qualità) delle informazioni in proprio possesso.

In generale è utile sviluppare una partnership informativa per aumentare le informazioni in proprio possesso (i dati dei clienti di una delle aziende sono trasmessi anche all'altra azienda) e/o per tentare di indurre i clienti comuni ad acquistare i prodotti della controparte (se il cliente acquista prodotti dell'azienda partner B ottiene un vantaggio se lo fa attraverso il sito dell'azienda A)

4. Che cos'è l'ICT governance e quali obiettivi si prefigge?

Si tratta dell'insieme di responsabilità, processi e procedure attraverso le quali si assicura che l'ICT sostenga e favorisca lo sviluppo delle strategie e degli obiettivi aziendali

Ci si prefigge che:

- l'ICT sia in linea con il business e che rappresenti un fattore abilitante in grado di massimizzare l'efficienza aziendale, ad es. per l'ufficio commerciale deve consentire una veloce risposta alle richieste del cliente
- le risorse ICT siano utilizzate al massimo delle loro possibilità, sia attraverso la formazione degli utenti sia attraverso un lavoro di ottimizzazione dei software alla struttura aziendale e viceversa
- i rischi ICT siano individuati, valutati e gestiti, sia in termini di etica sia in termini di efficienza del sistema stesso
- Deve assicurarsi che l'ICT sia un servizio di supporto alle attività aziendali e che sia sempre allineato agli obiettivi aziendali.

Fermo restando che ogni azienda è diversa dall'altra e che il servizio deve essere tarato sulla singola azienda, esistono best-practices, che descrivono quali debbano essere i servizi a cura dell'ICT governance. In linea generale si può dire che i servizi che deve assicurare sono:

- supporto: help-desk, gestione dei problemi, gestione delle configurazioni, controllo dei software e della distribuzione, gestione delle modifiche e degli aggiornamenti
- service delivery: gestione dei livelli di servizio, gestione della disponibilità dei servizi (continuità del servizio), gestione della capacità di erogazione dei servizi, controllo e gestione dei costi di servizio, piani di emergenza
- operations: gestione delle operazioni ordinarie e straordinarie
- office environment: gestione della sicurezza, business continuity, gestione della rete
- gestione della relazione: relazione con il cliente, organizzazione dei servizi IT, pianificazione e controllo dei servizi IT

5. L'IT oggi è un elemento pressoché imprescindibile per le Aziende. Quali sono secondo voi i motivi principali per il quali è opportuno investire nell'IT?

L'investimento in IT di per sé non produce valore se non sostenuto da risorse, strutture e modelli comportamentali e organizzativi capaci di sfruttarlo e accompagnato da assett complementari (esempio del fax).

Il successo di una moderna organizzazione dipende molto dai dati di cui dispone, dalle informazioni che è in grado di produrre, dalla velocità con cui è in grado di elaborarle e confrontarle. La qualità delle decisioni di un buon manager dipende dalla completezza e dalla qualità delle informazioni di cui dispone.

L'IT rappresenta un valore economico reale per l'Azienda. Esso porta all'azienda un aumento della produttività (efficienza ed efficacia a tutte le attività); un migliore posizionamento strategico (conoscenza del mercato in tempo reale); riduzione dei costi attraverso una riduzione degli sprechi; conformità a normative; salvaguardia l'attività.

L'IT consente di raccogliere i dati e produrre informazioni, di comunicare più informazioni a più clienti o possibili clienti, di comunicare e ricevere più velocemente informazioni con i propri fornitori e di conseguenza migliora il servizio al cliente, agevola il business, fa risparmiare costi, aumenta la produttività. In sintesi fa parte del meccanismo che porta valore aggiunto al prodotto finale dell'azienda. L'IT però deve essere capito e governato.

Il modello della catena del valore (catena di Porter) evidenzia le attività specifiche del business in cui le strategie competitive possono essere applicate al meglio e dove i sistemi informativi hanno con maggiore probabilità di impatto strategico. Il modello della catena del valore identifica specifici punti critici dove un'azienda può utilizzare l'IT più efficacemente per migliorare la propria posizione competitiva. Questo modello vede l'azienda come una catena di attività di base che aggiungono un margine di valore ai prodotti o servizi offerti da essa. Queste attività possono essere suddivise in attività primarie e attività di supporto. Le attività primarie sono quelle più direttamente correlate alla produzione e alla distribuzione dei prodotti e dei servizi dell'azienda che creano un valore per il cliente (logistica in ingresso, produttività, vendite, marketing ecc.). Le attività di supporto sono quelle che rendono possibili le attività primarie e sono costituite dall'infrastruttura aziendale (amministrazione e gestione), dalle risorse umane (individuazione, assunzione, addestramento), dalle tecnologie (miglioramento e nuovi prodotti e processo produttivo) e dagli approvvigionamenti (acquisti). La catena del valore dell'azienda può essere collegata alle catene del valore dei partner, compresi i fornitori, i distributori e i clienti.

6. Il management della vostra Azienda, esaminando i report di andamento economico, ha notato una certa inefficienza nella gestione dei processi di fornitura. Decide pertanto di intervenire ed incarica una società di consulenza di svolgere un'indagine al fine di capire i motivi dell'inefficienza e porvi rimedio. La società di consulenza presenta un report dove emerge che le ragioni sono da ricercarsi nell'assenza di un sistema informativo di gestione dei processi di fornitura (SCM — Supply Chain Management) e suggerisce di procedere con l'adozione di un sistema informativo adeguato. Voi siete l'IT Manager, e in questa funzione siete incaricati dal management di trovare la soluzione. Procedete quindi con la definizione dei requisiti di base di tale sistema. Sinteticamente, quali sono i requisiti fondamentali che individuereste? In sostanza, cosa dovrebbe automatizzare il vostro sistema di SCM? (slide lezione 3 pag. 37, libro pag. 89)

Un sistema SCM deve supportare l'azienda nella gestione delle relazioni con i fornitori per ottimizzare la pianificazione, gli approvvigionamenti per la produzione e l'offerta di prodotti e servizi. Questo tipo di sistemi si dice anche "interaziendale" perché automatizzano il flusso delle informazioni oltre i limiti dell'azienda. Un sistema SCM deve consentire di gestire efficientemente:

- Gestione automatizzata dei magazzini: la pianificazione dell'approvvigionamento dei magazzini e della produzione al fine di garantire la copertura dei fabbisogni verso i clienti. Controllo delle scorte.
- Automatizzazione delle catene produttive.
- Automatizzazione della registrazione e la comunicazione degli ordini ai fornitori e monitoraggio dello stato
- Mantenimento automatizzato dei contatti con i clienti per i servizi post vendita, gestisce i reclami e le informazioni. Il sistema SCM può essere integrato con un portale fornitore attraverso il quale velocizzare la comunicazione delle informazioni di fabbisogno, tempistica e costo da e verso i fornitori

7. La vostra Azienda produce prodotti per la casa e dispone di un sito internet istituzionale, dove sono pubblicate informazioni relative ai prodotti, all'organizzazione, ecc. Il management della vostra Azienda decide di evolvere il proprio modello di business utilizzando il canale internet per fare e-commerce verso clientela cosiddetta retail (ovvero clienti non business, ma compratori privati). In altri termini, un B2C (Business to Consumer). Prima, però, vuole capire meglio i gusti e le propensioni di acquisto dei clienti. Cosa proporreste al vostro management? Cosa introdurreste in più all'interno del sito istituzionale per riuscire ad ottenere queste informazioni? (ricordate il clickstream tracking.. slide dove parla del commercio elettronico)

La prima proposta sarebbe senz'altro quella di modificare il sito in modo da raccogliere le informazioni direttamente dai visitatori sfruttando le funzionalità interattive delle pagine web (marketing one-to-one) Si può aggiungere al sito la richiesta ai visitatori di registrarsi online e di fornire informazioni personali, anche attraverso cookies.

Gli strumenti di clickstream tracking raccolgono dati sulle attività dei clienti nei siti web e le memorizzano. Questi strumenti possono registrare il sito visitato dagli utenti prima di entrare in un particolare sito web e la destinazione che prendono quando lasciano il sito. Inoltre registrano le pagine effettivamente visitate all'interno del sito, il tempo trascorso su ogni pagina, il tipo di pagine visitate e i beni acquistati. In questo modo è possibile definire un profilo del singolo utente

visitatore e creare pagine web personalizzate in grado di visualizzare contenuti o messaggi pubblicitari relativi a prodotti o servizi particolarmente interessanti per ciascun utente. Una tecnica per la personalizzazione delle pagine web è il software di filtraggio collaborativo che confronta le informazioni acquisite nel profilo utente con le informazioni relative agli altri clienti che hanno fatto scelte simili. Un'altra opportunità è quella di aggiungere un blog. I weblog possono permettere di mostrare nuovi prodotti, offrire un aiuto ai clienti per utilizzare i prodotti, ricevere suggerimenti per migliorare il prodotto e ottenere un feedback dai clienti. O la sezione commenti.

Il commercio e il business elettronico consentono all'azienda di collaborare più velocemente con il mondo esterno (clienti e fornitori), ma d'altra parte richiedono che le aziende siano contemporaneamente più aperte e più chiuse. I loro sistemi devono essere aperti verso i clienti, i fornitori e i partner commerciali, ma devono essere chiusi agli hacker e agli intrusi e proteggere le informazioni in loro possesso ma di proprietà dei clienti o dei fornitori. Le aziende impegnate nel commercio elettronico e nell'e-business hanno bisogno di una nuova cultura e una nuova infrastruttura di sicurezza che consentano loro di operare in sicurezza. Esse devono anche riesaminare la privacy dei clienti e dei visitatori dei siti web.

8. Quali sono le principali sfide che i sistemi informativi pongono ai manager IT?

Le cinque sfide dei sistemi informativi: sfida degli investimenti, sfida della strategia, sfida della globalizzazione, sfida dell'infrastruttura IT, sfida dell'etica e della sicurezza.

- **Investimenti:** non devono essere visti solo come un costo, devono contribuire al valore aziendale. Il problema è valutare l'investimento e confrontarlo con quello della concorrenza (benchmarking). In questa valutazione ci si deve ricordare che il costo non è solo quello di acquisto, ma che esiste un costo di installazione e di formazione. Purtroppo in molte aziende manca il concetto di IT value.
- **Globalizzazione:** i sistemi informativi devono supportare sia la produzione sia la vendita su scala globale. Però l'azienda deve adottare processi di business transnazionali e standard globali.
- **Strategia:** attenzione agli asset complementari, investimenti IT inefficaci, riprogettare l'azienda. la tecnologia è cresciuta più velocemente della capacità delle aziende di utilizzarla.
- **Infrastruttura:** è importante svincolarsi dalla complessità e dai vincoli delle piattaforme poco adatte alle innovazioni e ai cambiamenti. A volte si rende necessaria una riprogettazione totale dell'azienda.
- **Etica e sicurezza:** è la sfida della responsabilità e del controllo. Come può essere certa l'azienda che i propri sistemi informativi siano utilizzati in modo eticamente e socialmente responsabile. Le persone sono in grado di controllare e comprendere le potenzialità e i pericoli delle nuove tecnologie?

Gli studi sui ritorni degli investimenti IT mostrano che c'è una notevole variabilità nella resa ottenuta dalle imprese. La risposta è legata al concetto di asset complementari. Gli investimenti IT non possono di per sé rendere più efficienti aziende e manager che non siano sostenuti da nuovi processi di business, formazione e gestione del cambiamento. Tra gli asset complementari manageriali più importanti ci sono un forte sostegno al cambiamento da parte dei senior manager, sistemi di incentivazione che controllino e premino l'innovazione dell'individuo, un accento sul lavoro di squadra, programmi di formazione.

9. Quali sono le principali operazioni svolte da un computer?

Una premessa a mio avviso necessaria è che un computer svolge solo le operazioni per cui è stato programmato. Le operazioni inoltre devono essere tradotte in codice binario, l'unico che l'hardware comprende.

- Attraverso la rete si possono collegare a due o più computer facilitando la comunicazione o lo scambio di informazioni; inoltre computer collegati permettono la condivisione di dispositivi periferici;
- raccolta e registrazione dati e la successiva condivisione;
- gestione comunicazioni in input e output (posta, blog)
- elaborazione dei dati per produrre informazioni
- permette l'integrità delle informazioni e un accesso condiviso alle basi di dati;
- aggregazione delle informazioni in report di diverso livello e forma
- memorizzazione di dati e programmi in apposite memorie

In realtà un computer svolge delle azioni di base volte a permettere i servizi indicati sopra, infatti un computer può mettere a disposizione:

- un sistema operativo su cui installare programmi che possono avere un qualsiasi fine, dal gioco alla produzione di film
- la connessione a una rete, sia essa LAN sia WAN
- la connessione a dispositivi diversi, dalla stampante al sensore di lunghezza per la misurazione di una pezza di tessuto

10. Il management dell'Azienda ACME S.p.A. ha rilevato che il sistema informativo che possiede non è più in linea con le sue esigenze di business e vi assume in qualità di Direttore dei Sistemi Informativi affidandovi il compito di rinnovarlo totalmente. Avete a disposizione una struttura di collaboratori capaci e competenti, ma che devono essere guidati nel percorso. Per definire il nuovo sistema informativo, quali passi (in linea generale) seguireste e perché?

- Studio preliminare: condurre l'analisi preliminare, proporre soluzioni alternative, descrivere costi e benefici, produrre un piano completo di raccomandazioni
- Analisi del sistema: raccogliere dati, analizzare dati, redigere un rapporto
- Progettazione del sistema: creazione di un progetto preliminare, esecuzione di un progetto dettagliato
- Sviluppi del sistema: acquisizione di software e hardware, collaudo del sistema
- Implementazione del sistema: strategia diretta, parallela, a fasi, pilota; addestramento degli utenti
- Manutenzione del sistema: ottimizzazione e miglioramento del sistema, attraverso indagini e valutazioni periodiche, nonché modifiche sulla base di nuove condizioni, monitoraggio del sistema per garantirne l'efficacia e l'efficienza

La fase di implementazione può essere svolta in diversi modi:

- diretta, in una certa data, dopo la conversione dei dati, il vecchio sistema viene spento e quello nuovo acceso

- parallela, i due sistemi lavorano contemporaneamente e gli operatori devono registrare i dati in ambedue i sistemi
- a fasi, il nuovo software viene attivato un po' per volta (ad es. prima l'ufficio vendite, poi gli approvvigionamenti ecc.)
- pilota, attraverso l'avviamento di uffici pilota per verificare che tutto funzioni nel miglior modo è importante programmare tutto al minimo dettaglio e assicurarsi la formazione e l'informazione dei dipendenti riguardo al cambiamento.

11. Negli ultimi tempi il valore di un'Azienda si è sempre più spostato sulle competenze distintive, ovvero sulla conoscenza e sulle competenze che l'Azienda nel corso del tempo ha acquisito. Diventa pertanto fondamentale salvaguardarle, incentivarle e proteggerle. Come può l'informatica supportare e proteggere questo valore?

Ad esempio con i sistemi informativi direzionali, ovvero un insieme di applicazioni informatiche a supporto della pianificazione strategica e del controllo e governo delle risorse aziendali. Questi forniscono al management dati di sintesi, per intervalli temporali e secondo più dimensioni di analisi. Oppure utilizzando database aziendali condivisi: l'obiettivo del database è l'utilizzo e la condivisione di archivi comuni da parte di più aree funzionali; ottimizzazione della trasmissione delle informazioni; razionalizzazione dei cicli di lavoro; riduzione della ridondanza e dell'inconsistenza; maggiore integrità dei dati; riduzione dei costi di acquisizione; creazione di presupposti per l'integrazione funzionale o dei processi. E soprattutto con il knowledge management: bene intangibile difficile da imitare, unico, che può essere sfruttato con vantaggi strategici a lungo termine. Le aziende che lo sanno sfruttare performano meglio. I sistemi di gestione della conoscenza raccolgono tutte le conoscenze e le esperienze presenti in azienda e le rendono disponibili nel punto giusto e al momento giusto per supportare i processi operativi, gestionali e decisionali. I sistemi di gestione della conoscenza possono individuare modelli e relazioni in grandi quantità di dati, mentre altre tecniche intelligenti possono trovare soluzioni a problemi troppo complessi per essere risolti dall'uomo. Gli archivi di conoscenza raccolgono in un solo luogo documenti e supporti digitali contenenti conoscenza proveniente da fonti interne ed esterne. Incorporano la competenza degli esperti e la rendono accessibile a tutti i membri dell'azienda. questi sistemi promuovono la collaborazione e lo scambio di informazioni. Aiutano i dipendenti ad accedere e lavorare contemporaneamente sullo stesso documento da diverse postazioni.

12. IT e pensiero strategico: quali sono le domande fondamentali per un manager IT e con quali finalità?

- Competere o cooperare con le aziende del settore? Attraverso l'analisi di settore, verificare dove l'IT può abilitare la cooperazione o supportare nella competizione (Partnership informative, cooperazione di settore, appartenenza a ecosistema aziendale, economie di rete)
- In che modo possiamo aumentare l'efficienza e l'efficacia dell'organizzazione? Attraverso l'analisi organizzativa il manager IT deve individuare dove il servizio da lui fornito può avere un impatto sull'efficienza ed efficace dell'organizzazione (Sinergie, cross selling, miglioramento delle competenze di base)
- In che modo possiamo competere sul mercato? Per individuare dove l'IT può avere un impatto strategico (IT e differenziazione di prodotto/servizio)

- I produttori di sistemi possono essere ritenuti responsabili dell'uso che ne viene fatto? Fino a che punto bisogna rendere consapevoli dei rischi? Quali sono i giusti confini delle responsabilità?

13. Immaginate di essere stati assunti come Responsabile dei Sistemi Informativi di un'Azienda. È un'Azienda molto tradizionale, con un'alta direzione che vede l'informatica con un certo scetticismo ed è piuttosto riluttante ad investirci. In altri termini, la vede come un "male necessario". Voi sapete che non è così e, dopo una prima analisi, notate che sarebbero necessari parecchi interventi. Quali motivazioni portereste all'alta direzione per convincerli a darvi i mezzi economici (ovvero investimenti)? (ricordate "i motivi per investire nell'IT" ...)

L'IT rappresenta un valore economico reale per l'azienda perché:

- aumenta la produttività attraverso la riduzione delle pratiche manuali, l'organizzazione più reattiva, l'ottimizzazione dei processi produttivi, la migliore qualità dei prodotti, l'efficienza e l'efficacia commerciale
- posizionamento strategico attraverso la valorizzazione del marchio, un miglior servizio alla clientela, la conoscenza del mercato in tempo reale, prodotti giusti al momento giusto
- riduzione costi attraverso la migliore qualità dei prodotti, la riduzione degli sprechi, l'efficacia dei processi, la sostituzione materialità con supporti digitali
- compliance a normativa con una rapida adattabilità alle variazioni regolamentari, la trasparenza verso clienti, fornitori e autorità, il monitoraggio
- salvaguardia attività perché ora è impossibile proseguire senza adattare i sistemi informativi (vedi le banche), valore competitivo, espansione sul mercato

14. Che cos'è un'applicazione di Knowledge Management e quali finalità si propone?

Raccoglie tutte le conoscenze aziendali per renderle disponibili nella forma e nel momento in cui sono richieste per supportare i sistemi gestionali e decisionali.

Si compone di:

- **Acquisizione della conoscenza:** I sistemi KM possono individuare modelli e relazioni in grandi quantità di dati, mentre altre tecniche intelligenti possono trovare soluzioni a problemi troppo complessi per essere risolti dall'uomo. I sistemi KM forniscono ai lavoratori della conoscenza (knowledge workers) strumenti grafici, di analisi, di comunicazione e di gestione dei documenti, nonché accesso a fonti di dati interne ed esterne per aiutarli a generare nuove idee.
- **Archiviazione della conoscenza.** Gli archivi di conoscenza raccolgono in un solo luogo documenti e supporti digitali contenenti conoscenza proveniente da fonti interne ed esterne. I sistemi esperti riescono ad ottenere e incorporano la competenza degli esperti e la introducono in sistemi software accessibili ad altri membri dell'azienda
- **Distribuzione della conoscenza.** I sistemi per ufficio e gli strumenti di comunicazione distribuiscono documenti e altre forme di informazione tra i lavoratori delle informazioni della conoscenza, inoltre collegano gli uffici ad altre realtà aziendali interne ed esterne all'azienda. I sistemi di collaborazione di gruppo aiutano i dipendenti ad accedere e lavorare

contemporaneamente sullo stesso documento da diverse postazioni e a condividere le proprie attività

- Applicazione della conoscenza. La conoscenza aziendale può essere incorporata nelle realtà decisionali dei manager attraverso sistemi di supporto alle decisioni e incorporate in importanti processi di business tramite la loro cattura da parte di sistemi applicativi comprese le applicazioni di impresa.

15. Quali sono le tipologie di commercio elettronico? Spiegate le caratteristiche e a chi si rivolgono.

- B2C business to consumer si tratta della vendita online di tipo retail: la vendita di servizi e prodotti è fatta direttamente ai singoli acquirenti / consumatori
- B2B business to business: le transazioni di acquisto / vendita sono svolte tra aziende
- C2C consumer to consumer le transazioni di acquisto/vendita avvengono direttamente tra consumatori, generalmente con un intermediario che fornisce il marketplace (ad es. eBay)
- M2C mobile to consumer è la vendita di prodotti e servizi sia B2B sia B2C che avviene on-line dopo che l'utente è acceduto al canale tramite un'app