

Ollscoil na hÉireann, Gaillimh

National University of Ireland, Galway

GX 1619

Semester II Examinations, 2003/2004

Exam Code(s)	4BC5
Exam(s)	4th Commerce
Module Code(s)	IT334
Module(s)	Italian Language
Paper No.	1
Repeat Paper	Special Paper
External Examiner(s)	Professor M. McLaughlin
Internal Examiner(s)	Professor C. O'Brien
	Dr. L. McLoughlin

Instructions:

Students must complete all Sections.

Duration	3 hrs
No. of Answer books	1

Requirements:

Handout	
MCQ	
Statistical Tables	
Graph Paper	
Log Graph Paper	
Other Material	
No. of Pages	
Department(s)	

SECTION A

Tradurre in inglese:

Senza flessibilità l'Italia non può creare nuovi posti di lavoro

È necessario un mercato del lavoro più dinamico, riformando pensioni e aumentando il tasso di occupazione. A questo scopo la Commissione Europea propone una ricetta che prevede cinque punti fondamentali, che dovrebbero ridare slancio al mercato del lavoro: misure capaci di migliorare il tasso di attività, in particolare delle donne; aumento della flessibilità del mercato del lavoro, per facilitare l'accesso all'impiego e per cambiare il sistema previdenziale dei sussidi, alleggerendo il carico fiscale sul lavoro; attuazione della riforma del collocamento con sistemi d'informazione e monitoraggio più efficienti; miglioramento delle politiche attive per il lavoro, riducendo il gap tra i sessi; adozione di una strategia conforme agli obiettivi nazionali, per la formazione continua.

In Italia si è ancora lontani dal conseguimento di questi obiettivi. Il tasso di attività, infatti, aumentato dal 46,2% al 53,5%, l'anno scorso, rimane ancora quasi dieci punti sotto la media europea del 63,3%. Resta alto, inoltre, anche il tasso di disoccupazione, notevolmente superiore alla media Ue, con forti disparità tra nord e sud ed una percentuale elevatissima, di senza lavoro di lungo periodo.

Purtroppo secondo una classifica stilata dal periodico americano Forbes, che mette in relazione la liberalizzazione del mercato e la crescita economica, l'Italia è ultima in classifica (i primi sono gli USA) quanto a difficoltà di licenziare e la poca disponibilità ai cambiamenti delle forze lavoro. La conclusione del periodico è semplice: «L'Italia ha il più rigido mercato del lavoro nel mondo sviluppato». Accade perciò, secondo il magazine, che in Italia piuttosto che avviare le riforme si stilino accordi sotto banco tra imprese e lavoratori. Che rendono il nostro Paese la patria del lavoro nero con il 28% (secondo l'Fmi) di economia sommersa.

SECTION B

Tradurre in italiano:

Marketing the new Fiat Panda

The New Panda has been designed to be positioned into what is essentially a new middle ground between very traditional sections of the car-buying public, the small car segment, and the new emerging 'big' small-car segment. The New Panda has been created to meet the needs of different kinds of car buyers. It is neither simply a family car nor a 'grown up' small car. To achieve its marketing objectives for New Panda, Fiat has used its experience in the marketplace and the strength of its existing portfolio of cars to position and launch its new model. In the highly competitive car market, it is important to keep innovating and introducing dynamic new models. New styling, new features and competitive price all play a critical role in the success of any new car as it is launched into what can be a very difficult marketplace. The story of the market positioning and launch of the New Panda, perfectly illustrates how car companies such as Fiat, innovate and design in line with customer expectations to secure a market share for each model.

SECTION C

Svolgere UNO SOLO dei seguenti temi (approx 350 words):

1. Discuti i cambiamenti avvenuti nell'economia mondiale nell'era della globalizzazione e analizza i vantaggi e gli svantaggi portati da questi cambiamenti.
2. Discuti il rapporto tra la poca flessibilità del mondo del lavoro e il basso tasso di occupazione in Italia.
3. Discuti l'importanza e lo sviluppo di uno dei settori dell'economia italiana durante gli ultimi cinquant'anni?