

Comprensione Verbale

Esempio 1

Leggere il brano e rispondere a ogni quesito solo in base alle informazioni contenute (esplicitamente o implicitamente) nel brano e non in base a quanto il candidato eventualmente conosca sull'argomento.

L'idea che il morbo di Parkinson potesse essere causato da sostanze presenti nell'ambiente era nell'aria da decenni. La dimostrazione è arrivata, però, solo all'inizio degli anni Ottanta, quando William Langston, del Parkinson's Institute di Sunnyvale, in California, ha iniziato a studiare un gruppo di tossicodipendenti della Bay Area di San Francisco. Questi giovani tossici avevano sviluppato sintomi parkinsoniani pochi giorni dopo l'assunzione di China White, un'eroina di sintesi. In anni successivi, gli scienziati si misero alla ricerca di altri composti con effetti simili, e nel 2003 il loro lavoro ha ricevuto il sostegno del National Institute for Environmental Health Sciences. Fino a oggi studi epidemiologici e su animali hanno collegato alcune cause alla elevata esposizione a una serie di pesticidi, di erbicidi, quale il paraquat, e di fungicidi, come il maneb. Se alcuni agenti chimici scatenano il Parkinson, altri invece svolgono un'azione protettiva. Oggi gli esperti ammettono che fumare o bere caffè può svolgere una parziale funzione protettiva, anche se è chiaro che i rischi del fumo annullano questo particolare beneficio.

1. Quale delle seguenti affermazioni non è certamente vera?

- A. L'idea di un possibile legame tra morbo di Parkinson e sostanze presenti in Natura risale almeno agli anni Sessanta
- B. William Langston ha ricevuto nel 2003 il sostegno del National Institute for Environmental Health Sciences
- C. Una svolta negli studi sul Parkinson si è avuta grazie allo studio sugli effetti dell'assunzione di China White
- D. Paraquat e Maneb hanno sull'uomo effetti comparabili
- E. Nonostante la dimostrazione di alcuni effetti protettivi, il fumo resta un vizio dannoso per la salute

2. Le ricerche sull'eziologia del Parkinson si sono basate inizialmente:

- A. sugli studi condotti su alcuni agenti chimici utilizzati nell'agricoltura intensiva
- B. sugli studi su agenti cancerogeni, come fumo e caffè
- C. sugli studi sull'effetto dell'inquinamento ambientale da pesticidi, erbicidi e fungicidi
- D. sugli studi sulla diffusione delle malattie su un determinato campione
- E. sugli studi sulle dipendenze da fumo, caffè e oppiacei

3. Secondo quanto riportato nel brano, il morbo di Parkinson:

- A. è stato scoperto negli anni Ottanta in California, grazie a uno studio su un gruppo di tossicodipendenti
- B. è più frequente negli agricoltori, poiché sono costantemente a contatto con pesticidi, erbicidi e fungicidi
- C. si può evitare assumendo quotidianamente caffè e fumando sigarette
- D. è più frequente nelle persone che fanno uso di eroina
- E. è analizzato dagli scienziati anche attraverso studi su animali

4. L'elevata esposizione o l'assunzione di certe sostanze può determinare l'insorgenza del morbo di Parkinson. Secondo gli studi del Parkinson's Institute, quale dei seguenti ha l'effetto più esiziale?

- A. Il paraquat
- B. Nessuna delle altre risposte è corretta
- C. Il caffè
- D. L'eroina China White
- E. Il maneb

Esempio 2

La maggior parte delle campagne di pubblicità on-line sono di tipo "brand", hanno cioè come obiettivo principale lo sviluppo della notorietà del nome e del logo dell'azienda o di un suo prodotto. Solo una parte della comunicazione è invece orientata a presentare motivazioni tali da indurre l'utente a visitare il sito e quindi a cliccare sul messaggio pubblicitario. Andrebbe meglio riconsiderata la caratteristica unica della comunicazione sulla Rete e cioè l'interattività con l'utente; in particolare la possibilità che sia possibile cliccare su un messaggio commerciale per poi approfondire e sviluppare il suo contatto con l'azienda ed i suoi prodotti per mezzo del sito che si è andati a visitare. Succede invece di vedere strategie di comunicazione basate esclusivamente sull'esposizione del logo dell'azienda, come se bastasse questo a stimolare gli interessi dell'utente. Innanzitutto gli utenti di internet sono meno fedeli nel tempo. Inoltre il brand on-line non può limitarsi a proporre valori legati ad emozioni, come avviene nella comunicazione off-line, ma deve presentare contenuti di servizio ed informativi che gli consentano di essere individuato come il brand migliore. E se la pubblicità tradizionale porta gli utenti dalla comunicazione verso l'azienda, la pubblicità on-line deve spingere l'utente verso il sito, al quale è poi demandato il compito di portare l'utente verso l'azienda. L'obiettivo specifico di sviluppare visite attraverso le campagne on-line, è inoltre alla base del crescente interesse da parte di chi investe in pubblicità di trovare nuovi modelli di prezzo correlati ai risultati generati dall'attività di comunicazione. Si stanno quindi diffondendo con una certa rapidità le pianificazioni on-line sul modello CPC (cost per click), legate cioè al numero di visite generate, oppure basate sui risultati in termini di iscrizioni generate o addirittura di vendite effettuate.

1. Le campagne pubblicitarie on-line:

- A. dovrebbero considerare il sito al centro della strategia
- B. dovrebbero sviluppare al massimo la diffusione della notorietà del logo dell'azienda
- C. dovrebbero tener maggiormente conto del fatto che il logo rappresenta l'essenza dell'azienda
- D. dovrebbero sviluppare maggiormente i valori emotivi tipici della comunicazione off-line
- E. nessuna delle precedenti

2. La pubblicità on-line:

- A. non è efficace
- B. deve portare gli utenti direttamente all'azienda
- C. deve tornare a riappropriarsi di metodologie tradizionali
- D. di tipo "brand" sviluppa pienamente l'interattività dell'utente
- E. nessuna delle precedenti

3. I modelli di prezzo della pubblicità on-line sono orientati a cambiare:

- A. in rapporto alla quantità di informazioni contenute nel messaggio
- B. in rapporto all'efficacia della comunicazione pubblicitaria
- C. solo in rapporto alle vendite effettuate
- D. in rapporto al numero dei servizi offerti dal sito
- E. nessuna delle precedenti

4. Gli utenti di internet:

- A. sono sempre spinti verso l'azienda in modo diretto
- B. sono nel lungo termine meno fedeli
- C. "cliccano" di preferenza sui messaggi pubblicitari che espongono primariamente il logo
- D. perlopiù non "cliccano" sui messaggi commerciali
- E. nessuna delle precedenti

5. Il brand migliore, per essere riconosciuto come tale:

- A. deve alleggerire e semplificare i contenuti informativi
- B. deve indurre l'utente a visitare il proprio sito
- C. deve assicurarsi la fedeltà dell'utente

- D. deve proporre anche contenuti di carattere informativo e di servizio
- E. nessuna delle precedenti

LeggiOggi.it

Esempio 3

Bipedi dalle sofisticate abilità intellettive. Questa definizione potrebbe in futuro non venire di necessità riferita all'uomo, ma anche, fatte salve le dovute proporzioni, alla gallina e agli uccelli in generale. In passato, infatti, le capacità intellettive degli uccelli sarebbero state grossolanamente sottostimate. Basti considerare solo alcune tra le sorprendenti imprese che un pulcino può compiere non appena uscito dall'uovo. Esso è in grado di emettere per lo meno 15 diversi tipi di richiamo e costantemente impara e memorizza informazioni riguardanti il mondo circostante, per potersene avvalere come guida al proprio comportamento. Il pulcino è in grado di memorizzare gli eventi esterni mentre si trova ancora all'interno dell'uovo. Non appena uscito dall'uovo, apprende con sorprendente rapidità anche le caratteristiche visive della chioccia. Il fenomeno, noto come imprinting filiale, determina lo sviluppo di un attaccamento affettivo al primo oggetto cospicuo presente nel campo visivo dopo la schiusa. Grazie all'imprinting, il pulcino impara anche a riconoscere i propri fratelli. Nell'italiano corrente, cervello di gallina è un insulto, eppure gli studiosi di psicologia comparata hanno osservato che gli uccelli esibiscono comportamenti complessi. Nei laboratori hanno condotto esperimenti che dimostrerebbero che pulcini di pochi giorni di vita sono in grado di svolgere attività più complesse di un neonato. Il neonato umano è, da questo punto di vista, molto meno abile del pulcino, perché il pulcino ha a disposizione, immediatamente dopo la schiusa, un repertorio comportamentale che lo mette in grado di sopravvivere, nutrirsi e spostarsi nel suo mondo in modo quasi completamente autonomo. Il neonato umano, invece, non trarrebbe alcun vantaggio dalla maturazione troppo precoce di abilità quali il riconoscimento di oggetti parzialmente occultati.

1. Uno dei risultati ottenuti dagli studi di psicologia comparata:

- A. è la certezza della netta superiorità dei neonati umani rispetto ai pulcini relativamente alla capacità di emettere richiami
- B. è la scoperta dell'imprinting filiale che si manifesta nei pulcini dopo il secondo mese di vita
- C. riguarda la scoperta che i pulcini non sono in grado di memorizzare gli eventi
- D. è la dimostrazione delle capacità, da parte degli uccelli, di mettere in atto comportamenti complessi
- E. nessuna delle alternative proposte

2. In passato uno degli errori dovuti al senso comune:

- A. è stato l'aver creduto che i pulcini avessero delle facoltà mentali particolarmente sviluppate
- B. è stato il considerare i pulcini di pochi giorni in grado di svolgere attività più complesse dei neonati
- C. riguarda la scarsa attenzione data ai fenomeni comportamentali dei neonati
- D. è stata la poca considerazione dell'intelligenza degli uccelli
- E. nessuna delle alternative proposte

3. Il pulcino è in grado di guidare il proprio comportamento:

- A. seguendo i comportamenti della chioccia
- B. memorizzando le informazioni sul mondo circostante
- C. ricevendo richiami dai fratelli
- D. richiamando alla memoria principalmente le informazioni apprese quando era all'interno dell'uovo
- E. nessuna delle alternative proposte

4. Una delle caratteristiche del pulcino:

- A. è la forte avversione per i propri fratelli
- B. è la capacità di memorizzare gli eventi esterni mentre si trova ancora nell'uovo
- C. riguarda le facoltà mentali ipersviluppate che regrediscono con il passare del tempo

- D. è quella di faticare molto per apprendere un insieme di comportamenti adatti alla sopravvivenza
- E. nessuna delle alternative proposte

5. Un bambino appena nato:

- A. ha una capacità di movimento superiore a quella di neonati di altre specie
- B. ha la capacità di svolgere attività più complesse di un pulcino
- C. dispone di un repertorio di comportamenti meno sviluppato di un pulcino
- D. sviluppa un attaccamento particolare per la prima figura umana che incontra
- E. nessuna delle alternative proposte

LeggiOggi.it

Esempio 4

La “carta costituzionale” di una società è lo statuto nel quale sono indicati l'oggetto dell'attività, il numero di azioni emesse e il loro valore nominale, gli organi societari e le particolari caratteristiche della propria vita associativa. Nello statuto, per esempio, deve essere indicata l'esistenza di particolari azioni diverse da quelle ordinarie, l'eventuale possibilità di ricorrere al voto per corrispondenza, l'esistenza di limiti al possesso di azioni o vincoli all'esercizio del diritto di voto. L'atto costitutivo svolge una fondamentale funzione segnaletica, come una sorta di biglietto da visita dell'impresa nei confronti della comunità degli investitori. È per definizione la sede dell'autoregolamentazione, cioè delle regole alle quali, in aggiunta a leggi e regolamenti, la società si sottopone per migliorare la propria reputazione e attirare di conseguenza un maggior numero di investitori.

1. L'autoregolamentazione di una società:

- A. risiede nel suo atto costitutivo
- B. si sostituisce alle leggi e ai regolamenti vigenti
- C. è vietata
- D. è prevista in uno statuto a parte, diverso da quello della sua costituzione
- E. nessuna

2. Il valore nominale delle azioni emesse da una società:

- A. è la voce della carta costituzionale in grado di attrarre il maggior numero di investitori
- B. non deve essere riportato nella sua carta costituzionale
- C. deve essere indicato nella carta costituzionale solo per azioni diverse da quelle ordinarie
- D. è riportato nello statuto di una società solo in assenza di limiti al possesso di azioni
- E. nessuna

3. Le indicazioni contenute nella “carta costituzionale” di una società:

- A. sono segrete e accessibili solo ai soci
- B. comprendono il numero delle azioni emesse ma non il loro valore nominale
- C. vengono aggiornate ogni 12 mesi
- D. comprendono la segnalazione di eventuali vincoli all'esercizio di voto
- E. nessuna

4. L'atto costitutivo di una società:

- A. è importante solo per i maggiori azionisti della società stessa
- B. è un biglietto da visita della società verso gli investitori
- C. è un biglietto da visita che agevola la conoscenza della società sul mercato estero
- D. serve ad attirare un maggior numero di investitori e ha il vantaggio di sottostare a meno vincoli rispetto ai comuni mezzi pubblicitari
- E. nessuna

5. La “carta costituzionale” di una società:

- A. non può essere modificata senza il consenso del 100% degli investitori
- B. è un atto diverso dallo statuto di una società
- C. è rivolta soprattutto agli investitori indecisi
- D. deve essere aggiornata semestralmente
- E. nessuna

Competenze linguistiche

1. Quale delle seguenti frasi contiene un verbo impersonale?

- A. Bisogna andare
- B. Dobbiamo partire
- C. Andate, altrimenti farete tardi
- D. Quando partiremo, potrai bere
- E. Se non partiamo subito arriveremo in ritardo

2. Con quale delle seguenti parole non è corretto usare l'articolo "una"?

- A. donna
- B. onta
- C. aula
- D. eco
- E. enigma

3. Gli aggettivi di seconda classe sono quelli che al singolare (maschile e femminile) terminano in:

- A. -u
- B. -e
- C. -a
- D. -i
- E. -o

4. Quale dei seguenti non è un nome composto?

- A. tulipano
- B. bassopiano
- C. saliscendi
- D. pescecane
- E. portagioie

5. Cos'è l'antonomasia?

- A. La possibilità di inserire un doppio articolo davanti alla parola
- B. la sostituzione di un nome proprio con un nome comune o viceversa
- C. la contrapposizione di due termini di significato opposto
- D. la caduta di uno o più fonemi alla fine di una parola
- E. il sottintendere un elemento della frase

6. Quale dei seguenti nomi può considerarsi sinonimo di "Alterare"?

- A. spostare
- B. mutare
- C. rimpicciolire
- D. ovviare
- E. ingrandire

7. Quale dei seguenti nomi può considerarsi sinonimo di "Recidivare"?

- A. guarire
- B. eclissare
- C. eliminare
- D. ricadere
- E. tagliare

8. Quale dei seguenti nomi può considerarsi sinonimo di "Eiezione"?

- A. defezione
- B. emissione
- C. cauzione
- D. esortazione
- E. richiamo