



Lugano, 06.06.2018

Classe

Cognome Nome

1/6

INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE 2017\_2018  
ESAME TEORICO 60 min

## INFORMATICA TEORIA

1	Quali colori definiscono la sintesi Additiva?		0.5/
	Rosso + Giallo + Blu	<input type="checkbox"/>	
	Rosso + Blu + Verde	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Magenta + Giallo + Blu	<input type="checkbox"/>	
	Magenta + Verde + Ciano	<input type="checkbox"/>	
2	A quale mezzo / tecnologia si riferisce la sintesi Additiva?		1/
	Smart phone	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Colori a tempera	<input type="checkbox"/>	
	Poster	<input type="checkbox"/>	
	Monitor	<input checked="" type="checkbox"/>	
3	Quali colori definiscono la sintesi Sottrattiva?		0.5/
	Arancione + Viola + Verde	<input type="checkbox"/>	
	Rosso + Verde + Blu	<input type="checkbox"/>	
	Giallo + Ciano + Magenta	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Magenta + Giallo + Verde	<input type="checkbox"/>	
4	A quale mezzo / tecnologia si riferisce la sintesi Sottrattiva?		1/
	Beamer / Proiettore	<input type="checkbox"/>	
	Libro cartaceo	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Tablet	<input type="checkbox"/>	
	Giornale quotidiano	<input checked="" type="checkbox"/>	
5	Mescolando i colori nella sintesi Additiva che colore ottengo?		1/
	Nero (grigio neutro)	<input type="checkbox"/>	
	Bianco	<input checked="" type="checkbox"/>	

6	Cosa si intende per Layout? Il Layout è l'impaginazione e l'organizzazione dei contenuti di testo e immagine su una o più pagine.	2/
7	Quali sono le 2 grandi famiglie di caratteri tipografici? Indica 3 esempi per ogni famiglia 1. Lineari (bastoni): Helvetica, Arial, Futura 2. Graziati: Garamond, Bodoni, Times new roman	2/
8	Indica i parametri e il tipo di salvataggio per un'immagine ad uso stampa (tipografia) CMYK / 300 dpi / .tiff	1/
9	Indica i parametri e il tipo di salvataggio per un'immagine ad uso digitale (monitor, display) RGB / 72 dpi / .jpg	
10	A quali programmi fanno riferimento le seguenti estensioni del file? .psd: photoshop .pdf: acrobat .indd: indesign .ai: illustrator	1/
11	Quali sono le caratteristiche di un'immagine raster? Pixel / Immagine digitale composta da una griglia di pixel / Risoluzione	1/
12	Quali fattori possono determinare il peso di un immagine digitale (photoshop)? Indicane almeno due: Dimensione, Risoluzione, metodo colore e tipo di salvataggio	1/
13	Quale è il formato (tipo di file) meno adeguato per un'immagine web? .tiff / .psd	1/
14	Che risoluzione ha un'immagine vettoriale? Nessuna! le immagini vettoriali non sono definite da una risoluzione (pixel) perché composte da tracciati / vettori Sono generate da calcoli matematici detti vettori	1/
Informatica / Punti totale		15/
Nota		

Teoria Informatica	Nota	2	2.5	3	3.5	4	4.5	5	5.5	6
	punti	0-3	4-5	6	7-8	9	10-11	12	14-13	15

## MARKETING TEORIA

1	Quali pubblici vengono coinvolti con le PR interne: <u>Dipendenti, collaboratori e i loro familiari per accrescere la corporate identity</u> <u>Sindacati per mantenere buoni rapporti durante le trattative dei nuovi contratti di lavoro</u> <u>Formatori aziendali per i corsi d'aggiornamento</u>			3/
2	Quali sono gli elementi di un'immagine pubblicitaria?	vero	falso	
2.1	Reason why	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
2.2	Lobbying	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1/
2.3	Pay off	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
2.4	Beneficio	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
2.5	Body copy	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
2.6	Merchandising	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1/
2.7	Titolo	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
3	Quali obiettivi caratterizzano la distribuzione fisica logistica?	vero	falso	
3.1	just in time	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
3.2	franchising	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1/
3.3	ecocompatibilità	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
3.4	ubicazione della produzione	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
3.5	scelta canali di vendita	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1/
4	Quali sono i compiti del:			
4.1	Media planner <u>Analizzare le diverse tipologie dei media per pianificare la campagna pubblicitaria.</u>			2/
4.2	Media buyer <u>Colui che acquista gli spazi pubblicitari.</u>			2/
5	Con quali termini si definiscono gli influenzatori nella comunicazione pubblicitaria?	vero	falso	
5.1	Opinion maker	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
5.2	Script	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1/
5.3	Opinion leader	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
5.4	Web designer	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1/
5.5	Testimonial	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/

6	Quali obiettivi differenziano:			
6.1	il merchandising nel POS			2/
	La disposizione delle merci per aumentare e promuovere le vendite			
6.2	il merchandising nella Corporate Identity			2/
	La realizzazione di gadgets per aumentare la fidelizzazione al marchio			
7	Quali sono i compiti del:			
7.1	Copywriter			2/
	Chi scrive i testi e i concetti della pubblicità (testi annunci stampa, affissione, TV spot)			
7.2	Art director			2/
	Colui che è affidata l'impostazione grafico-visiva di una campagna pubblicitaria			
8	Quali sono le professioni che realizzano la piattaforma media?	vero	falso	
8.1	Art director	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1/
8.2	Media planner	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
8.3	Graphic designer	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1/
8.4	Media buyer	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
8.5	Copywriter	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1/
8.6	Product manager	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
8.7	Controller	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
9	Nell'analisi del mercato, qual è il significato di:			
9.1	quota di mercato			1/
	La percentuale di un'azienda rispetto al volume di mercato			
9.2	volume di mercato			1/
	Il totale di fatturato o quantità di beni venduti in un certo mercato = 100%			
9.3	leader di mercato			1/
	L'impresa che ha la maggior quota di mercato			

10	Elenca 5 criteri per determinare il profilo di un pubblico obiettivo:			
10.1	fascia d'età, sesso		1/	
10.2	domicilio, lingua parlata, religione		1/	
10.3	potere d'acquisto kkk		1/	
10.4	single, coppie, nidi vuoti		1/	
10.5	psicografici, atteggiamenti, hobby, media		1/	
11	Sostenibilità e green economy. Il Quarto settore si basa su quali elementi principali?			
		vero	falso	
11.1	Finanza	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1/
11.2	Società	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
11.3	Religione	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1/
11.4	Ambiente	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
11.5	Politica	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1/
11.6	Stato	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1/
11.7	Economia	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
12	Indica tre modi per attuare una promozione vendita (PV):		3/	
12.1	Saldi, sconti, ribassi di quantità			
12.2	3x2, pack-in-pack, confezioni XL al prezzo del normale			
12.3	Carte fedeltà, raccolta punti, regali esclusivi			
13	Spiega alcuni termini di comunicazione di marketing?			
13.1	Prime time: l'orario di maggior ascolto		2/	
13.2	Audience: numero di spettatori in un determinato momento		2/	
13.3	Share: quota di mercato dei canali televisivi o radiofonici (%)		2/	
14	Descrivi lo schema del passaggio di un messaggio da un emittente a un ricevente?		3/	
	Codifica del messaggio			
	Canale (medium) – rumore – unilaterale - bilaterale			
	Decodifica del messaggio			
15	Come è costruito lo schema di analisi di prodotto/servizio?			
15.1	Valore base: il vero bisogno che soddisfa		2/	
15.2	Valore formale: come è stato concepito, la “ricetta”		2/	
15.3	Valore addizionale: marca, design, garanzia, servizio dopo vendita		2/	

16	Elenca 5 tipologie di possibili politiche di prezzo:			
16.1	premium price			1/
16.2	dumping price			1/
16.3	skimming price			1/
16.4	prezzi spicologici			1/
16.5	prezzi politici			1/
17	Quali compiti mira a soddisfare il marketing?	vero	falso	
17.1	sostenere idee	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
17.2	promuovere sempre prezzi bassi	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1/
17.3	accrescere il profitto dell'azienda	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
17.4	affermare valori della società	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
17.5	comunicare con molti target	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1/
18	Indica 3 caratteristiche della distribuzione strategica:			3/
	Scelta dei canali di vendita, tipologia POS, merchandising			
	Contratto di franchising			
	Grande distribuzione, distribuzione specializzata, online			
19	Quali pubblici vengono coinvolti con le pubbliche relazioni esterne:			3/
	Clienti, fornitori, istituzioni pubbliche e private, banche e assicurazioni			
	Politici, lobby, influenzatori, associazioni culturali e sportive			
	Giornalisti e media, VIP, rappresentanti comunali e cantonali			
Marketing / Punti totale				94/
Nota				

Teoria Marketing	Nota	2	2.5	3	3.5	4	4.5	5	5.5	6
	punti	0-23	24-32	33-43	44-53	54-61	62-70	71-80	81-92	93-94