

Lugano, 13.06.2019

Classe

Cognome Nome

1/7

INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE 2018_2019

ESAME TEORICO 60 min

Alcune domande possono avere più risposte corrette.

1	Quali di questi elementi definiscono la griglia di un Layout?	3/
	Formato pagina <input checked="" type="checkbox"/>	
	Colore font <input type="checkbox"/>	
	Tipo di carta <input type="checkbox"/>	
	Margini <input checked="" type="checkbox"/>	
	Colonne <input checked="" type="checkbox"/>	
2	Indica i parametri e il tipo di salvataggio per un'immagine ad uso stampa (tipografia) CMYK / 300 dpi / .tiff	1/
3	Indica i parametri e il tipo di salvataggio per un'immagine ad uso digitale (monitor, display) RGB / 72 dpi / .jpg	1/
4	Quali colori definiscono la sintesi Additiva?	1/
	Rosso + Giallo + Blu <input type="checkbox"/>	
	Verde + Blu + Rosso <input checked="" type="checkbox"/>	
	Magenta + Giallo + Ciano <input type="checkbox"/>	
5	A quale mezzo / tecnologia si riferisce la sintesi Additiva?	3/
	Beamer / Proiettore <input checked="" type="checkbox"/>	
	Tablet <input checked="" type="checkbox"/>	
	Matite colorate <input type="checkbox"/>	
	Monitor <input checked="" type="checkbox"/>	

6	Quali colori definiscono la sintesi Sottrattiva? Ciano + Magenta + Giallo + Nero <input type="checkbox"/> Rosso + Giallo + Magenta <input type="checkbox"/> Ciano + Giallo + Magenta <input checked="" type="checkbox"/>	1/
7	A quale mezzo / tecnologia si riferisce la sintesi Sottrattiva? Colori a tempera <input checked="" type="checkbox"/> Rivista <input checked="" type="checkbox"/> Stampa tipografica <input checked="" type="checkbox"/> Smartphone <input type="checkbox"/>	3/
8	Mescolando i colori nella sintesi Sottrattiva che colore ottengo? <u>Ottingo un nero o grigio neutro (bistro)</u>	1/
9	Cosa si intende per Layout? <u>Il Layout è l'impaginazione e l'organizzazione dei contenuti di testo e immagine su una o più pagine.</u>	2/
10	Quali sono le 2 grandi famiglie di caratteri tipografici? Indica 3 esempi per ogni famiglia <u>1. Lineari (bastoni): Helvetica, Arial, Futura</u> <u>2. Graziati: Garamond, Bodoni, Times new roman</u>	2/
11	A quali programmi fanno riferimento le seguenti estensioni del file? .psd: <u>photoshop</u> .pdf: <u>acrobat</u> .indd: <u>indesign</u> .ai: <u>illustrator</u>	4/
12	Quali sono le caratteristiche di un'immagine vettoriale? <u>le immagini vettoriali non sono definite da una risoluzione (pixel)</u> <u>perché composte da tracciati, vettori, sono generate da calcoli matematici</u>	1/

13	Quali fattori possono determinare il peso di un'immagine digitale (photoshop)? Quantità di pixel, dimensione, risoluzione, metodo colore e tipo di salvataggio	1/
14	Qual'è il formato (tipo di file) più adeguato per un'immagine web? .jpg / .png	1/
15	Per impaginare un dossier che tipo di programma utilizzo?	1/
	Acrobat <input type="checkbox"/>	
	Photoshop <input type="checkbox"/>	
	InDesign <input checked="" type="checkbox"/>	
	Illustrator <input type="checkbox"/>	
Informatica / Punti totale		26/
Nota		

Teoria Informatica	Nota	2	2.5	3	3.5	4	4.5	5	5.5	6
	punti	0-6	7-8	9-11	12-13	14-16	17-18	19-21	22-23	24-25

MARKETING TEORIA

1	Quali sono gli elementi di un'immagine pubblicitaria?	vero	falso	
1.1	Reason why	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
1.2	Lobbying	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1/
1.3	Pay off	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
1.4	Beneficio	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
1.5	Body copy	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
1.6	Merchandising	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1/
1.7	Titolo	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
2	Quali strategie di mercato si possono utilizzare?	vero	falso	
2.1	Tattica	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1/
2.2	Design	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1/
2.3	Diversificazione	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
2.4	Me too	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
2.5	Profilamento	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
3	Quali sono i compiti del:			
3.1	Media planner			2/
	<i>Analizzare le diverse tipologie dei media per pianificare la campagna pubblicitaria.</i>			
3.2	Media buyer			2/
	<i>Colui che acquista gli spazi pubblicitari.</i>			
4	Quali sono i bisogni di appartenenza, socializzazione?	vero	falso	
4.1	Giustizia	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1/
4.2	Divertimento	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
4.3	Nutrizione	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1/
4.4	Trasporti	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
4.5	Formazione	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
5	Quali pubblici vengono coinvolti con le PR interne:			3/
	<i>Dipendenti, collaboratori e i loro familiari per accrescere la corporate identity</i>			
	<i>Sindacati per mantenere buoni rapporti durante le trattative dei nuovi contratti di lavoro</i>			
	<i>Formatori aziendali per i corsi d'aggiornamento</i>			

6	Quali obiettivi identificano:			
6.1	il merchandising nel POS			2/
	<u>La disposizione delle merci per aumentare e promuovere le vendite</u>			
6.2	il merchandising nella Corporate Identity			2/
	<u>La realizzazione di gadgets per aumentare la fidelizzazione al marchio</u>			
7	Quali sono i compiti del:			
7.1	Copywriter			2/
	<u>Chi scrive i testi e i concetti della pubblicità (testi annunci stampa, affissione, TV spot)</u>			
7.2	Direttore creativo			2/
	<u>Colui che elabora l'idea centrale della pubblicità, conosce i target, definisce la tonalità espressiva</u>			
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: <u>La percentuale di un'azienda rispetto al volume di mercato</u>			2/
9.2	Volume di mercato: <u>Il totale di fatturato</u> <u>o quantità di beni venduti in un certo mercato = 100%</u>			2/
9.3	Leader di mercato: <u>L'impresa che ha la maggior quota di mercato</u>			2/
10	Cosa caratterizza una strategia USP?	vero	falso	
17.1	Unicità del prodotto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
17.2	Location seducenti	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1/
17.3	Idea centrale semplificata	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
17.4	Costi bassi della piattaforma copy	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
17.5	Necessità di un testimonial	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1/

		vero	falso	
11	Sostenibilità e green economy. Il Quarto settore si basa su quali elementi principali?			
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	Come si misura l'audience nei seguenti medium?			
12.1	Televisione: <u>apparecchio telecontrol, software rete internet</u>			2/
12.2	Cinema: <u>numero di biglietti venduti</u>			2/
13	Elenca 5 criteri per determinare il profilo di un pubblico obiettivo:			
13.1	<u>fascia d'età, sesso</u>			1/
13.2	<u>domicilio, lingua parlata, religione</u>			1/
13.3	<u>potere d'acquisto kkk</u>			1/
13.4	<u>single, coppie, nidi vuoti</u>			1/
13.5	<u>psicografici, atteggiamenti, hobby, media</u>			1/
14	Come si fidelizza il consumatore di massa?	vero	falso	
14.1	Raccolta punti	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
14.2	Pack in Pack	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
14.3	Promotion	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
14.4	3 X 2	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
14.5	Saldi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
15	Descrivi lo schema del passaggio di un messaggio da un emittente a un ricevente?			3/
	<u>Codifica del messaggio</u>			
	<u>Canale (medium) – rumore – unilaterale - bilaterale</u>			
	<u>Decodifica del messaggio</u>			
16	Quali sono i valori che permettono di analizzare il prodotto/servizio?			
16.1	<u>Valore base: il vero bisogno che soddisfa</u>			2/
16.2	<u>Valore formale: come è stato concepito, la "ricetta"</u>			2/
16.3	<u>Valore addizionale: marca, design, garanzia, servizio dopo vendita</u>			2/

17	Quali sono le ricerche qualitative nel marketing?	vero	falso	
17.1	Colloqui clinici	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
17.2	Questionari	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1/
17.3	Telecontrol	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1/
17.4	Share	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1/
17.5	Brainstorming	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
18	Indica 3 caratteristiche della distribuzione strategica: Scelta dei canali di vendita, tipologia POS, merchandising Contratto di franchising Grande distribuzione, distribuzione specializzata, online			3/
19	Indica 3 caratteristiche della distribuzione fisica (logistica): Scelta dell'ubicazione dell'impresa, lavorazione, semilavorati Logistica/tipologia dei trasporti, Km zero, risparmio energia grigia, CO2 Just in time, produzione solo quando si vende			3/
20	Spiega brevemente 1 tipologia di politica di prezzo e fai un esempio: Esempi: premium price, dumping price, skimming price, prezzi psicologici, prezzi politici.			3/
21	Quali pubblici vengono coinvolti con le pubbliche relazioni esterne: Clienti, fornitori, istituzioni pubbliche e private, banche e assicurazioni Politici, lobbisti, influenzatori, associazioni culturali e sportive Giornalisti e media, VIP, rappresentanti comunali e cantonali			2/
Marketing / Punti totale				96/

Nota

Teoria Marketing	Nota	2	2.5	3	3.5	4	4.5	5	5.5	6
	punti	0-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-73	74-82	83-91	92-96