



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? Formato pagina Colore font Tipo di carta Margini Colonne	3/ <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <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? Rosso + Giallo + Blu Verde + Blu + Rosso Magenta + Giallo + Ciano	1/ <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
5	A quale mezzo / tecnologia si riferisce la sintesi Additiva? Beamer / Proiettore Tablet Matite colorate Monitor	3/ <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>

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

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/
	Analizzare le diverse tipologie dei media per pianificare la campagna pubblicitaria.			
3.2	Media buyer			2/
	Colui che acquista gli spazi pubblicitari.			
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/
	Dipendenti, collaboratori e i loro familiari per accrescere la corporate identity			
	Sindacati per mantenere buoni rapporti durante le trattative dei nuovi contratti di lavoro			
	Formatori aziendali per i corsi d'aggiornamento			

6	Quali obiettivi identificano:			
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	Direttore creativo			2/
	Colui che elabora l'idea centrale della pubblicità, conosce i target, definisce la tonalità espressiva			
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: La percentuale di un'azienda rispetto al volume di mercato			2/
9.2	Volume di mercato: Il totale di fatturato o quantità di beni venduti in un certo mercato = 100%			2/
9.3	Leader di mercato: L'impresa che ha la maggior quota di mercato			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/

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	Come si misura l'audience nei seguenti medium?			
12.1	Televisione:			2/
	apparecchio telecontrol, software rete internet			
12.2	Cinema:			
	numero di biglietti venduti			2/
13	Elenca 5 criteri per determinare il profilo di un pubblico obiettivo:			
13.1	fascia d'età, sesso			1/
13.2	domicilio, lingua parlata, religione			1/
13.3	potere d'acquisto kkk			1/
13.4	single, coppie, nidi vuoti			1/
13.5	psicografici, atteggiamenti, hobby, media			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/
	Codifica del messaggio			
	Canale (medium) – rumore – unilaterale - bilaterale			
	Decodifica del messaggio			
16	Quali sono i valori che permettono di analizzare il prodotto/servizio?			
16.1	Valore base: il vero bisogno che soddisfa			2/
16.2	Valore formale: come è stato concepito, la "ricetta"			2/
16.3	Valore addizionale: marca, design, garanzia, servizio dopo vendita			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