



Lugano, 09.10.2020

Classe

Cognome Nome

1/7

## INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE 2019\_2020

### ESAME TEORICO 60 min

Alcune domande possono avere più risposte corrette.

## INFORMATICA TEORIA

1	Quali di questi elementi sono importanti per archiviare un file (documento)? Nominare i file con nomi di fantasia <input type="checkbox"/> Nominare un file con un nome chiaro e comprensibile <input checked="" type="checkbox"/> Dare un colore alla cartella di archiviazione <input type="checkbox"/> Dare un nome chiaro alla cartella di archiviazione <input checked="" type="checkbox"/> Salvare il file in .jpg <input type="checkbox"/>	2/
2	Cosa si intende per Layout? <b>Il Layout è l'impaginazione e l'organizzazione dei contenuti di testo e immagine su una o più pagine.</b>	2/
3	Quali colori definiscono la sintesi Additiva? Rosso + Giallo + Blu <input type="checkbox"/> Rosso + Verde + Blu <input checked="" type="checkbox"/> Magenta + Giallo + Ciano <input type="checkbox"/>	1/
4	Cosa si intende per Gerarchia dei contenuti? I contenuti sono tutti importanti in egual misura <input type="checkbox"/> I contenuti non sono tutti uguali <input checked="" type="checkbox"/> I contenuti sono tutti da inserire in una cartella <input type="checkbox"/> I contenuti sono da organizzare per importanza <input checked="" type="checkbox"/> I contenuti sono da nominare separatamente <input type="checkbox"/>	2/

5	Quali colori definiscono la sintesi Sottrattiva?		1/
	Ciano + Magenta + Giallo + Nero	<input type="checkbox"/>	
	Rosso + Verde + Blu	<input type="checkbox"/>	
	Ciano + Magenta + Giallo	<input checked="" type="checkbox"/>	
6	A quale mezzo / tecnologia si riferisce la sintesi Additiva?		2/
	Monitor	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Giornale	<input type="checkbox"/>	
	Sito web	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Libro	<input type="checkbox"/>	
7	Mescolando i colori nella sintesi Additiva che colore ottengo?		1/
	Ottingo il colore bianco (luce)		
8	Indica i parametri e il tipo di salvataggio per un'immagine ad uso stampa (tipografia)		2/
	CMYK / 300 dpi / .tiff		
9	Indica i parametri e il tipo di salvataggio per un'immagine ad uso digitale (monitor, display)		2/
	RGB / 72 dpi / .jpg		
10	Indica 3 strumenti di trattamento/calibrazione di un'immagine digitale (photoshop)?		3/
	Luminosità/contrasto		
	Valori tonali		
	Saturazione		
	Bilanciamento colore		
11	Qual'è il formato (tipo di file) più adeguato per un'immagine di stampa?		1/
	.tiff / .eps / .pdf		
12	Per il trattamento di immagini che tipo di programma utilizzo?		1/
	Acrobat	<input type="checkbox"/>	
	Photoshop	<input checked="" type="checkbox"/>	
	InDesign	<input type="checkbox"/>	
	Illustrator	<input type="checkbox"/>	

13	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/
14	A quali programmi fanno riferimento le seguenti estensioni del file? .psd: photoshop .indd: indesign .ai: illustrator	3/
15	Quali sono le caratteristiche di un'immagine raster? le immagini digitali sono definite da pixel e sono soggette alla risoluzione	2/
Informatica / Punti totale		27/
Nota		

Teoria Informatica	Nota	2	2.5	3	3.5	4	4.5	5	5.5	6
	punti	0-6	7-8	9-11	12-14	15-17	18-19	20-22	23-25	26-27

## MARKETING TEORIA

1	Quali sono le 4 variabili del marketing mix?			4/
	distribuzione (placement)			
	prodotto			
	prezzo			
	promozione			
2	Una comunicazione efficace deve essere soprattutto?	vero	falso	
	Ricca di vocaboli tecnici	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1/
	Ricca di vocaboli chiari e coincisi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
	Idonea per il nostro pubblico	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
	Un mix tra comunicazione verbale, non verbale e paraverbale	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
	Senza referente	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1/
3	Cosa sono questi elementi della comunicazione?			
	Codice:			1/
	Insieme delle regole affinché mittente e destinatario si capiscano			
	Canale:			1/
	Mezzo fisico attraverso il quale passa la comunicazione			
4	Quali sono le caratteristiche della comunicazione paraverbale e non verbale?	vero	falso	
	Hanno un carattere universale	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
	Sono meno efficaci della comunicazione verbale	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1/
	Sono utilizzati già dal neonato	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
	Sono frutto di convenzioni	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1/
	Vengono colti inconsapevolmente	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
5	Descrivi i passaggi dei seguenti canali di distribuzione:			
	Canale corto (diretto)			1/
	Produttore > consumatore			
	Canale medio (indiretto breve)			1/
	Produttore > dettagliante > consumatore			
	Canale lungo (indiretto lungo)			1/
	Produttore > grossista > dettagliante > consumatore			

6	Quali sono i motivi che spingono l'introduzione di:			
	Linee di prodotto			1/
	Diversificazione del prodotto iniziale per aumentare la fetta di mercato			
	Saldi - liquidazioni			1/
	Il prodotto si trova nella fase di declino e si cerca di ricavarne ancora un profitto			
7	Quali sono le prerogative per un ascolto attivo?	vero	falso	
	Fare domande aperte e di precisione	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
	Mantenere un contatto visivo	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
	Interrompere per esprimere il proprio giudizio	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1/
	Osservare il linguaggio non verbale	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
	Identificare il concetto e trarre subito la conclusione	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1/
	Cancellare i pregiudizi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
	Evitare di trarre conclusioni	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
8	Cosa significano i concetti di:			
	Trading up: Ampliamento della linea di prodotti			2/
	con prodotti di qualità superiore e di fascia di prezzo più alti			
	Trading down: Ampliamento della linea di prodotti			2/
	con prodotti di qualità superiore e di fascia di prezzo più alti			
9	Trade marketing: Insieme delle strategie e delle attività che i produttori			2/
	di beni realizzano per gestire efficacemente i rapporti con i canali di distribuzione			
9	Elenca i 5 componenti della comunicazione NON verbale:			
	Cinesica			1/
	Prossemica			1/
	Gestualità			1/
	Aspetto esteriore			1/
	Postura			1/
10	Indica tre modi per attuare una promozione indirizzata al singolo cliente:			3/
	Regalo da ritirare in sede per eventi o compleanni			
	Cartà fedeltà			
	Newsletter ed email personalizzate			

11	Quali sono le 7 caratteristiche che deve avere una comunicazione pubblicitaria per essere efficace?	vero	falso	
	Completezza	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
	Concisione	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
	Considerazione	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
	Concretezza	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
	Fantasia	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1/
	Cortesie	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
	Chiarezza	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
	Bellezza	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1/
	Costosa	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1/
	Correttezza	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
12	Spiega i seguenti termini di comunicazione di marketing			
	Target:			1/
	pubblico di riferimento			
	Public relation:			1/
	pratiche di comunicazione per sviluppare relazioni, con persone e aziende			
	Brand name:			1/
	nome di un prodotto o servizio			
13	Elenca 5 misure pubblicitarie online:			
	Facebook			1/
	Instagram			1/
	Pubblicità sui motori di ricerca			1/
	You Tube			1/
	Pubblicità Display/siti internet/media advertising			1/
14	Indica se le affermazioni sulla comunicazione e marketing sono corrette?	vero	falso	
	La comunicazione e il marketing sono dei concetti economici	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1/
	Comunicazione e marketing sono sinonimi	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1/
	La comunicazione aiuta il marchio a sviluppare una propria identità	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
	Il marketing non potrebbe esistere senza comunicazione	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
	La comunicazione è una sottobranca del marketing	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
15	Il marketing si può rivolgere a diversi destinatari, indicane il nome:			
	Ai consumatori: Business to consumer B2C			1/
	Alle imprese: Business to business B2B			1/

16	Quali sono le 4 fasi da eseguire per la realizzazione di un messaggio pubblicitario?	4/	
	Fase cognitiva		
	Identificazione del problema e debriefing		
	Dall'analisi alla strategia		
	La presentazione. Lavoro di squadra		
17	Indica se le affermazioni sono vere o false:	vero falso	
	Il ricevente del messaggio è anche detto destinatario	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	1/
	Il contesto di una comunicazione è il modo in cui viene trasmessa	<input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>	1/
	Il canale della comunicazione si riferisce all'alfabeto utilizzato	<input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>	1/
	La comunicazione non verbale rafforza sempre quella verbale	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	1/
	Il divieto di calpestare le aiuole è una comunicazione iconico visiva	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	1/
18	Descrivi queste variabili dell'area competitiva con anche degli esempi:		
	Area verticale: È formata da tutti quei prodotti che, pur appartenendo a categorie merceologiche diverse, sono in grado di soddisfare lo stesso bisogno del consumatore (es prodotti per la colazione: Nutella, biscotti, kinder briosche,...)		1/
	Area orizzontale: È quella formata dai prodotti della stessa categoria (birre, biscotti, dentifrici, auto, ecc.)		1/
19	Definisci i seguenti tipi di comunicazione:		
	Mimico-gestuale: Comunicazione non verbale a gesti		1/
	Iconico-visivo: Trasmissione di un messaggio tramite un disegno		1/
20	Quali sono gli elementi che caratterizzano la copy strategy nella realizzazione di un messaggio pubblicitario?		5/
	Target / Vantaggio per il consumatore / Attendibilità della promessa / Reason why / Tone of voice		
Marketing / Punti totale			85/
Nota			

Teoria Marketing	Nota	2	2.5	3	3.5	4	4.5	5	5.5	6
	punti	0-21	22-30	31-38	39-46	47-55	56-63	64-72	73-79	80-85