



Lugano, 15.06.2021

Classe

Cognome Nome

1/7

INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE 2020–2021

ESAME TEORICO 60 min

Alcune domande possono avere più risposte corrette.

INFORMATICA TEORIA

1	Qual è il programma utilizzo più indicato per impaginare un documento?	1/
	Firefox <input type="checkbox"/>	
	Photoshop <input type="checkbox"/>	
	InDesign <input type="checkbox"/>	
	Illustrator <input type="checkbox"/>	
2	Quali colori definiscono la sintesi Sottrattiva?	1/
	Rosso + Giallo + Blu <input type="checkbox"/>	
	Rosso + Verde + Blu <input type="checkbox"/>	
	Ciano + Magenta + Verde <input type="checkbox"/>	
	Magenta + Giallo + Ciano <input type="checkbox"/>	
3	Descrivi le caratteristiche del salvataggio Pacchetto (InDesign)?	2/
	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>	
4	A quale mezzo / tecnologia si riferisce la sintesi Sottrattiva?	3/
	Giornale <input type="checkbox"/>	
	Smartphone <input type="checkbox"/>	
	Catalogo d'arte <input type="checkbox"/>	
	Serigrafia <input type="checkbox"/>	
	Sito web <input type="checkbox"/>	

5	Mescolando i colori nella sintesi Sottrattiva che colore ottengo?	1/
6	Spiega cos'è la Quadricromia	1/
7	Quali di questi formati sono più adeguati per l'uso digitale?	2/
	.pdf <input type="checkbox"/>	
	.indd <input type="checkbox"/>	
	.jpg <input type="checkbox"/>	
	.tiff <input type="checkbox"/>	
8	Indica 5 elementi che fanno parte di un Layout	5/
9	Quali sono le 2 grandi famiglie di caratteri tipografici? Indica 3 esempi per ogni famiglia	2/
10	Indica i parametri e il tipo di salvataggio per un'immagine ad uso stampa (tipografia)	2/
11	Quali sono le caratteristiche di un'immagine salvata .jpg?	2/

12	Spiega cosa sono i pixel	1/
13	Quali sono le caratteristiche di un'immagine digitale?	2/
14	Descrivi la Sintesi Additiva	2/
15	A cosa servono i livelli?	3/
	Per separare le fasi di lavoro	<input type="checkbox"/>
	Per aumentare la risoluzione di un'immagine	<input type="checkbox"/>
	Per cambiare font	<input type="checkbox"/>
	Per preservare il documento originale	<input type="checkbox"/>
	Per creare effetti e sovrapposizioni	<input type="checkbox"/>
	Informatica / Punti totale	30/
	Nota	

Teoria Informatica	Nota	2	2.5	3	3.5	4	4.5	5	5.5	6
	punti	0-6	7-8	9-12	13-16	17-19	20-22	23-25	26-28	29-30

MARKETING TEORIA

1	Indica se le affermazioni sono vere o false:	vero	falso	
	Il ricevente del messaggio è anche detto destinatario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
	Il contesto di una comunicazione è il modo in cui viene trasmessa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
	Il canale della comunicazione si riferisce all'alfabeto utilizzato	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
	La comunicazione non verbale rafforza sempre quella verbale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
	Il divieto di calpestare le aiuole è una comunicazione iconico visiva	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
2	Spiega con parole tue i seguenti tipi di comunicazione:			
	Mimico-gestuale:			1/
	Iconico-visivo:			1/
3	Quali sono i compiti del...			
	Copywriter:			1/
	Art director:			1/
4	Indica se le affermazioni sono vere o false:	vero	falso	
	Tutti i dentifrici sbiancanti fanno parte della stessa area competitiva verticale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
	Auto e motorino fanno parte della stessa categoria competitiva orizzontale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
	Gli shampoo della stessa marca ma con caratteristiche diverse possono fare parte di una linea di prodotto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
	Il body-copy è essenziale in una pubblicità	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
	Senza l'immagine del prodotto non può esistere una pubblicità	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
5	Descrivi queste variabili dell'area competitiva con anche degli esempi:			
	Area verticale:			2/
	Area orizzontale:			2/

[illegible]

11	Indica quali affermazioni sono vere e quali false:			
		vero	falso	
	Il pay off è una frase che può riassumere i valori dell'azienda.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
	Il pack shot è l'immagine secondaria inserita di solito nella parte finale di una pubblicità dove si vede il prodotto confezionato o un particolare dettaglio.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
	Il visual è il nome che si dà alla pubblicità completa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
	La Headline di una pubblicità è il testo scritto di spiegazione del prodotto o servizio.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
	Il body-copy è il testo che completa il messaggio pubblicitario.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
	Dove c'è Barilla c'è casa è un esempio di body-copy.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
	Le "reason why" sono le ragioni che danno credibilità alla promessa della pubblicità.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1/
12	Quali sono le 3 tipologie di marketing?			3/
13	Come viene definito il prezzo di un prodotto?			5/
14	Definisci questi concetti:			
	Zero Moment Of Truth (ZMOT):			2/
	Customer Journey:			2/
	Customer Relationship Management (CRM):			2/

15 Quali sono i 3 obiettivi principali della comunicazione aziendale?

3/

16 Quali sono le 4 fasi da eseguire per la realizzazione di un messaggio pubblicitario?

4/

17 Compila gli spazi in giallo con i nomi dei componenti del messaggio pubblicitario:

12/

Pensare Akai

Rendere assoluto ciò che è relativo

Nell'alta fedeltà esiste un limite che in teoria sembra invalicabile: il valore relativo rispetto all'esecuzione originale. Akai per rendere assoluto ciò che è relativo ha unito la sua esperienza nella meccanica di precisione con le tecnologie digitali più sofisticate: collegamenti in fibra ottica tra CD, DAT e amplificatore, testine super GX a doppio campo, giradischi a cassetta tangenziale per darvi le emozioni e la purezza dei suoni originali.

AKAI
il Suono, l'Immagine

Marketing / Punti totale

83/

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	47-54	55-62	63-70	71-78	79-83