



2016-2017

Lugano, 12.06.2017

Classe _____ Cognome Nome _____

INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE 2016_2017
ESAME TEORICO 60 min

INFORMATICA Teoria

1	Quale sigla o sigle definiscono la sintesi Additiva?		0.5/
	VAV	<input type="checkbox"/>	
	RMG	<input type="checkbox"/>	
	RGB	<input type="checkbox"/>	
	YCM	<input type="checkbox"/>	
	DNG	<input type="checkbox"/>	
2	Quali colori definiscono la sintesi Additiva?		0.5/
	Magenta+Ciano+Giallo	<input type="checkbox"/>	
	Verde+Blu+Giallo	<input type="checkbox"/>	
	Arancio+Blu+Verde	<input type="checkbox"/>	
	Rosso +Verde+Blu	<input type="checkbox"/>	
3	A quale mezzo / tecnologia si riferisce la sintesi Additiva?		0.5/
	TV	<input type="checkbox"/>	
	Flyer a mano	<input type="checkbox"/>	
	Monitor	<input type="checkbox"/>	
	Magazine stampato	<input type="checkbox"/>	
4	Quale sigla o sigle definiscono sintesi Sottrattiva?		0.5/
	RMY	<input type="checkbox"/>	
	CMY	<input type="checkbox"/>	
	ZWS	<input type="checkbox"/>	
	RBG	<input type="checkbox"/>	

5	Quali colori definiscono la sintesi Sottrattiva?		0.5/
	Viola+Arancio+Verde	<input type="checkbox"/>	
	Ciano+Magenta+Giallo	<input type="checkbox"/>	
	Ciano+Rosa+Verde	<input type="checkbox"/>	
	Magenta+Giallo+Viola	<input type="checkbox"/>	
6	A quale mezzo / tecnologia si riferisce la sintesi Sottrattiva?		0.5/
	Promo TV	<input type="checkbox"/>	
	Catalogo d'arte	<input type="checkbox"/>	
	Smart phone	<input type="checkbox"/>	
	Libro cartaceo	<input type="checkbox"/>	
7	Come si chiama nel linguaggio grafico l'organizzazione dei contenuti (titolo, testo, immagini e didascalie)?		1/

8	Cosa differenzia un carattere bastone da un carattere graziato?		1/

9	L'estensione del file può essere cambiata? Spiega brevemente perché?		1/

10	Se ho bisogno di digitalizzare un'immagine da un libro, per avere un ridimensionamento della metà, con una buona qualità di stampa; quale risoluzione imposto nello scanner?		1/

11	Scrivi l'estensione dei seguenti file (la sigla che le rappresenta):		
11.1	Photoshop	_____	1/
11.2	Tiff	_____	1/
11.3	Indesign	_____	1/

12	Quali fattori possono determinare il peso di un immagine digitale (photoshop)? Indicare almeno due: _____	2/
13	Quale è il formato (tipo di file) peggiore per un'immagine da stampare? _____	1/
14	Data un immagine di 1900 x 1150 px a 300 dpi quanto corrisponde in cm? (scrivi il calcolo completo) _____ _____	2/
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	Crociare vero per i supporti pubblicitari “up the line” e falso per gli altri “below the line”			
		Vero	Falso	
1.1	Cinespot	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0.5/
1.2	Striscione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0.5/
1.3	Volantino	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0.5/
1.4	Palloncino gonfiabile	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0.5/
1.5	Manifesto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0.5/
1.6	Piedino	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0.5/
1.7	Banner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0.5/
1.8	T-Shirt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0.5/
2	Sostenibilità e green economy. Il Quarto settore si basa su quali elementi principali?			
		Vero	Falso	
2.1	Finanza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0.5/
2.2	Società	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0.5/
2.3	Religione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0.5/
2.4	Ambiente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0.5/
2.5	Politica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0.5/
2.6	Stato	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0.5/
2.7	Economia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0.5/
3	Quali sono le professioni che realizzano la piattaforma copy?			
		Vero	Falso	
3.1	Art Director	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0.5/
3.2	Media Planner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0.5/
3.3	Account manager	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0.5/
3.4	Copywriter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0.5/
3.5	Product manager	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0.5/
3.6	Graphic designer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0.5/
3.7	Controller	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0.5/
4	Quali sono gli elementi di un'immagine pubblicitaria			
		Vero	Falso	
4.1	Reason why	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0.5/
4.2	Lobbying	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0.5/
4.3	Pay off	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0.5/
4.4	Beneficio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0.5/
4.5	Body copy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0.5/

4.6	Merchandising	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0.5/
4.7	Titolo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0.5/
5	Con quali termini si definiscono gli influenzatori nella comunicazione pubblicitaria?	Vero Falso		
5.1	Opinion maker	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0.5/
5.2	Script	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0.5/
5.3	Opinion leader	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0.5/
5.4	Web designer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0.5/
5.5	Testimonial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0.5/
6	Quali attività svolgo per progettare una piattaforma pubblicitaria?	Vero Falso		
6.1	Stipulare un contratto di esclusiva	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0.5/
6.2	Pianificare i canali media	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0.5/
6.3	Fissare un budget	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0.5/
6.4	Registrarsi al registro di commercio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0.5/
6.5	Ottenere i diritti d'autore	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0.5/
6.6	Determinare il pubblico obiettivo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0.5/
7	Elenca 5 criteri per determinare il profilo di un pubblico obiettivo:			
7.1	_____			1/
7.2	_____			0.5/
7.3	_____			0.5/
7.4	_____			0.5/
7.5	_____			0.5/
8	Descrivi i 2 metodi di raccolta di dati "in field":			
8.1	_____			2/
8.2	_____			2/

<p>9 Quali sono i compiti del:</p> <p>9.1 Copywriter</p> <hr/> <hr/>	<p>1.5/</p>
<p>9.1 Art director</p> <hr/> <hr/>	<p>1.5/</p>
<p>10 Spiega il significato di Brainstormig, indicando di cosa si tratta:</p> <hr/> <hr/>	<p>2/</p>
<p>11 Quali valori si utilizzano per calcolare il Punto morto (Break Even Point), indica 3 valori spiegandoli brevemente?</p> <p>1.1</p> <hr/> <hr/>	<p>1/</p>
<p>11.2</p> <hr/> <hr/>	<p>1/</p>
<p>11.3</p> <hr/> <hr/>	<p>1/</p>
<p>12 Indica 3 aspetti etici di un'azienda:</p> <hr/> <hr/> <hr/>	<p>2/</p>
<p>13 Spiega alcuni termini di comunicazione di marketing?</p> <p>13.1 Prime time:</p> <hr/>	<p>1/</p>
<p>13.2 Audience:</p> <hr/>	<p>1/</p>
<p>13.3 Share:</p> <hr/>	<p>1/</p>

14	Indica 3 attività di comunicazione di marketing legate al POS:	
14.1	_____	1/

14.2	_____	1/

14.3	_____	1/

15	Come si analizza un prodotto/servizio?	
15.1	_____	1/

15.2	_____	1/

15.3		1/
16	Elenca 5 tipologie di prezzo:	
16.1	_____	0.5/
16.2	_____	0.5/
16.3	_____	0.5/
16.4		0.5/
16.5		0.5/

17	Quali compiti mira a soddisfare il marketing?	Vero	Falso	
17.1	sostenere idee	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0.5/
17.2	promuovere sempre prezzi bassi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0.5/
17.3	accrescere il profitto dell'azienda	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0.5/
17.4	affermare valori della società	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0.5/
17.5	comunicare con molti target	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0.5/
18	Indica 3 caratteristiche della distribuzione strategica:			2/

19	Quali pubblici vengono coinvolti con le pubbliche relazioni esterne:			2/

Marketing Punti totale				55/
Nota				

Teoria Marketing	Nota	2	2.5	3	3.5	4	4.5	5	5.5	6
	punti	0-15	16-20	21-26	27-32	33-37	38-43	44-47	48-54	55

INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE 2016_2017

ESAME PRATICO 60 min

Tema

Appunti di cinema: Proiezioni e conferenza con due giovani registi ticinesi (sottotitolo)

Brief

Realizza una locandina A3 in formato verticale utilizzando esclusivamente il materiale della cartella contenuta nel server. La cartella copiata nella posizione assegnata.

- Utilizza il programma adeguato all'impaginazione.
- Fai una selezione delle immagini che ti sembrano pertinenti al tema dello spettacolo.
- Utilizza i loghi consegnati nel formato corretto.
- Fai una selezione appropriata fra le cinque famiglie di caratteri a disposizione: Helvetica, Brush script, Times, Bodoni, Papyrus
- La locandina deve avere la qualità di stampa professionale.
- Valuta se le immagini scelte necessitano di un trattamento ulteriore con il programma adeguato.
- Valorizza le informazioni consegnate tramite una buona gerarchia dell'informazione (titolazione, testo, dida, ecc.)
- Inserire il proprio nome e cognome in basso a destra, in corpo 7 pt

Criterio di valutazione INFORMATICA

Locandina A3 verticale (pagina singola)	1/
Progetto orientato in base al tema	4/
Gerarchia delle informazioni (leggibilità e impatto del carattere,...)	3/
Interscambio efficace fra gli elementi della comunicazione.	3/
Strumenti appropriati 1: • stili di paragrafo • stile di carattere	3/
Strumenti appropriati 2: • griglie / colonne	3/
Uso corretto delle immagini • formato del file • risoluzione • metodo del colore	3/
	20 tot

Criterio di valutazione MARKETING

Headline	5/
Body copy	5/
Claim /Pay off	5/
Consumer benefit	3/
Reason why	2/
	20 tot

Consegna

Crea una cartella principale nominata con la sigla della tua sezione:

MP2_Cognome_Pratico_16_17 / 2MPA_Cognome_Pratico_16_17

- Al suo interno è presente una cartella del pacchetto creata da Indesign con tutto il materiale utilizzato.
- Il file PDF (Qualità per stampa) del vostro impaginato.

La cartella va consegnata inserendola nella cartella comune "AllieviDocenti"

INFORMATICA Pratica

Locandina A3 verticale (pagina singola)	1/
Progetto orientato in base al tema	4/
Gerarchia delle informazioni (leggibilità e impatto del carattere,...)	3/
Interscambio efficace fra gli elementi della comunicazione.	3/
Strumenti appropriati 1: stili di paragrafo stile di carattere	3/
Strumenti appropriati 2: griglie / colonne allineamenti	3/
Uso corretto delle immagini formato del file risoluzione metodo del colore	3/
Informatica Punti Totale	20/
NOTA	

Pratico Informatica	Nota	2	2.5	3	3.5	4	4.5	5	5.5	6
	punti	0-5	6-7	8-9	10-11	12-13	14-15	16-17	18-19	20

MARKETING Pratica

Headline	5/
Body copy	5/
Claim /Pay off	5/
Consumer benefit	3/
Reason why	2/
Marketing Punti Totale	20/
NOTA	

Pratico Marketing	Nota	2	2.5	3	3.5	4	4.5	5	5.5	6
	punti	0-5	6-7	8-9	10-11	12-13	14-15	16-17	18-19	20

		Note	Note Info 60% / Mark 40%
Esame Teorico	Informatica		
	Marketing		
Esame Pratico	Informatica		
	Marketing		
			Nota Finale ESAME

Teoria Marketing		
	57 Punti	Punti Totale Nota
6	55	55
	54	5.86
	53	5.77
	52	5.68
5.5	51	5.59
	50	5.5
	49	5.41
	48	5.32
	47	5.23
5	46	5.14
	45	5.05
	44	4.96
	43	4.87
	42	4.78
4.5	40	4.60
	39	4.51
	38	4.42
	37	4.33
	36	4.24
4	35	4.15
	34	4.06
	33	3.97
	32	3.88
	31	3.79
3.5	30	3.70
	29	3.61
	28	3.52
	27	3.43
	26	3.34
	25	3.25
3	24	3.16
	23	3.07
	22	2.98
	21	2.89
	20	2.80
	19	2.71
2.5	18	2.62
	17	2.53
	16	2.44
2	15	2.35
(5:Punti Totale) x Punti Ottenuti+1= Nota		

Teoria Informatica		
	15 Punti	Punti Totale Nota
6	15	6
	14	5.6
5.5	13	5.33
5	12	4.99
	11	4.66
4.5	10	4.33
4	9	3.99
	8	3.66
3.5	7	3.33
3	6	2.99
	5	2.66
2.5	4	2.33
2	3	1.99
(5:Punti Totale) x Punti Ottenuti+1= Nota		

Pratico Info / Mark		
	20 Punti	Punti Totale Nota
6	20	6
5.5	19	5.75
	18	5.5
5	17	5.25
	16	5
4.5	15	4.75
	14	4.5
	13	4.25
4	12	4
3.5	11	3.75
	10	3.5
3	9	3.25
	8	3
2.5	7	2.75
	6	2.5
2	5	2.25
(5:Punti Totale) x Punti Ottenuti+1= Nota		

		Note	Note Informatica 60% / Marketing 40%
Esame Teorico	Informatica		(Inf x 60) + (Mark x 40) : 100= Nota
	Marketing		
Esame Pratico	Informatica		(Inf x 60) + (Mark x 40) : 100= Nota
	Marketing		
Nota FINALE			