



**M637 – ESAME DI STATO DI ISTRUZIONE SECONDARIA SUPERIORE**

**Indirizzo:** IP08 – SERVIZI COMMERCIALI

**Tema di:** TECNICHE PROFESSIONALI SERVIZI COMMERCIALI

# ATTENZIONE

La presente prova è costituita dalle seguenti tracce relative a:

- IP08 – SERVIZI COMMERCIALI
- IPA8 – SERVIZI COMMERCIALI CURVATURA PROMOZIONE COMMERCIALE PUBBLICITARIA
- IPCP - SERVIZI COMMERCIALI OPZIONE PROMOZIONE COMMERCIALE E PUBBLICITARIA
- IPC8 – SERVIZI COMMERCIALI CURVATURA TURISMO

*Si invita il Presidente della commissione a verificare che i candidati di ciascuna classe ricevano e svolgano la prova d'esame coerente al percorso di studio seguito.*

**M637 – ESAME DI STATO DI ISTRUZIONE SECONDARIA SUPERIORE****Indirizzo:** IP08 – SERVIZI COMMERCIALI**Tema di:** TECNICHE PROFESSIONALI SERVIZI COMMERCIALI

*Il candidato svolga la prima parte della prova e risponda a due tra i quesiti proposti nella seconda parte.*

**PRIMA PARTE**

Lo sviluppo economico e sociale di una nazione si basa, in buona parte, sulla capacità dei cittadini di dar vita ad iniziative imprenditoriali sane e sostenibili nel tempo. Tali iniziative, per essere economicamente convenienti, devono poggiare su di una valida idea imprenditoriale verificata mediante un approfondito studio di fattibilità.

Il business plan è lo strumento operativo che meglio si presta all'analisi dei molteplici elementi che compongono un progetto d'impresa.

Il candidato, dopo aver brevemente commentato la precedente affermazione, formuli, sulla base delle conoscenze possedute e mediante semplici ipotesi operative, uno studio per una nuova iniziativa imprenditoriale, senza alcun vincolo di scelta, articolato secondo le seguenti fasi:

- breve descrizione dell'idea imprenditoriale;
- definizione della struttura giuridica prescelta;
- analisi del mercato di riferimento;
- analisi SWOT;
- individuazione degli obiettivi strategici;
- determinazione del budget degli investimenti;
- individuazione del fabbisogno finanziario iniziale;
- redazione del conto economico di previsione.

**SECONDA PARTE**

- 1) Il candidato esegua l'analisi degli scostamenti di produzione e vendita rilevati dall'azienda Alfa e ne ipotizzi le possibili cause sulla base dei dati riassunti nelle seguenti tabelle:

**Budget delle vendite**

Prodotti	Volume di produzione	Prezzo unitario	Totale
A	2.000 unità	120 euro	240.000 euro
B	6.000 unità	96 euro	576.000 euro

**M637 – ESAME DI STATO DI ISTRUZIONE SECONDARIA SUPERIORE**

**Indirizzo:** IP08 – SERVIZI COMMERCIALI

**Tema di:** TECNICHE PROFESSIONALI SERVIZI COMMERCIALI

**Consuntivo delle vendite**

Prodotti	Volume di produzione	Prezzo unitario	Totale
A	1.928 unità	115 euro	221.720 euro
B	6.020 unità	98 euro	596.960 euro

- 2) Considerata una produzione di 80.000 unità di prodotto A al costo unitario variabile di euro 9,50 ed un costo pieno di euro 12,40, il cui prezzo di vendita è di euro 13,50, il candidato valuti la scelta più conveniente fra un ulteriore ordinativo di 20.000 unità di prodotto ad un prezzo unitario di euro 14,50 che comporti un incremento dei costi fissi di euro 70.000 oppure di un ulteriore ordinativo di 30.000 unità di prodotto ad un prezzo di euro 13,80 che comporti un aumento dei costi fissi di euro 80.000.
- 3) Il candidato analizzi le relazioni che intercorrono fra il ROE ed il ROI e, mediante opportune esemplificazioni, evidenzi i limiti e le condizioni che possono determinare un effetto leva positivo sulla redditività aziendale.
- 4) Il calcolo delle imposte sui redditi d'impresa avviene mediante elaborazioni extracontabili.

Il candidato, con opportuni esempi numerici, proceda alla determinazione dell'IRES corrente a carico dell'impresa Alfa Spa, ipotizzando variazioni fiscali in aumento e/o in diminuzione ai sensi del D.P.R. 917/86 (TUIR) con riferimento a:

- svalutazione crediti;
- ammortamento immobilizzazioni materiali;
- plusvalenze patrimoniali;
- manutenzioni e riparazioni.

Proceda infine alla rilevazione contabile delle imposte calcolate.

Durata massima della prova: 6 ore.

Sono consentiti la consultazione del Codice Civile non commentato e l'uso di calcolatrici tascabili non programmabili.

È consentito l'uso del dizionario della lingua italiana.

È consentito l'uso del dizionario bilingue (italiano-lingua del paese di provenienza) per i candidati di madrelingua non italiana.

Non è consentito lasciare l'Istituto prima che siano trascorse 3 ore dalla dettatura del tema.



## **M655 – ESAME DI STATO DI ISTRUZIONE SECONDARIA SUPERIORE**

**Indirizzi:** IPA8 – SERVIZI COMMERCIALI  
CURVATURA PROMOZIONE COMMERCIALE PUBBLICITARIA  
IPCP - SERVIZI COMMERCIALI  
OPZIONE PROMOZIONE COMMERCIALE E PUBBLICITARIA

**Tema di:** TECNICHE PROFESSIONALI DEI SERVIZI COMMERCIALI PUBBLICITARI

*Il candidato svolga la prima parte della prova e risponda a due tra i quesiti proposti nella seconda parte.*

### **PRIMA PARTE**

*Il candidato, dopo aver esaminato e analizzato il problema di comunicazione di seguito posto mediante il brief, definisca una soluzione creativa, con l'ausilio di studi preliminari (rough) e layout.*

#### **Brief**

*Green Service* gas e luce, azienda che opera nella distribuzione domestica di energia, avvia una campagna informativa per i propri clienti, relativa alla promozione del nuovo servizio denominato “Tutto online per la casa”.

Il servizio include: autolettura gas e luce, storico letture, bollette in pdf, data di emissione della prossima bolletta, estratto conto, domiciliazione; la nuova applicazione di *Green Service* è pensata per rendere il servizio più semplice e chiaro per l'utenza. I servizi on line sono tutti a portata di smartphone e tablet.

Utilizzare il servizio è semplicissimo: basta essere registrati su *Green-Service.com* ai servizi online di *Green Service* gas e luce e inserire username e password per accedere all'applicazione.

#### **Identità visiva aziendale**

*Green Service* è un'impresa impegnata a crescere nell'attività di ricerca, produzione, trasporto, trasformazione e commercializzazione di petrolio e gas naturale. Tutti gli uomini e le donne di *Green Service* hanno una passione per le sfide, il miglioramento continuo, l'eccellenza e attribuiscono un valore fondamentale alla persona, all'ambiente e all'integrità.

*Green Service* opera affinché la percezione della propria identità aziendale sia riconducibile a valori di innovazione, cultura, sostenibilità, efficienza e soprattutto mira alla soddisfazione del cliente (customer satisfaction).

Proprio il trasferimento di questo modo d'essere negli scenari complessi di oggi e di domani ha significato rileggere l'idea stessa di energia in modo originale, innovando le dinamiche di relazione tra il cliente e l'azienda.

*Green Service* vuole promuovere il nuovo servizio attraverso un breve annuncio promozionale a mezzo stampa, da collocare su periodici di larga diffusione nazionale, in quadricromia a tutta pagina, di dimensioni cm 20 x 28.

**M655 – ESAME DI STATO DI ISTRUZIONE SECONDARIA SUPERIORE**

**Indirizzi:** IPA8 – SERVIZI COMMERCIALI  
CURVATURA PROMOZIONE COMMERCIALE PUBBLICITARIA  
IPCP - SERVIZI COMMERCIALI  
OPZIONE PROMOZIONE COMMERCIALE E PUBBLICITARIA

**Tema di:** TECNICHE PROFESSIONALI DEI SERVIZI COMMERCIALI PUBBLICITARI

**Il progetto dovrà contenere:**

- Visual, costituito da elementi grafico-iconici e dal lettering; il progetto deve essere di facile leggibilità e organico.
- Headline: **Tutto online, tutto a portata di click.**
- Logo dell'azienda.

**Sono richiesti i seguenti elaborati:**

- Una serie di studi preliminari (rough).
- Gabbia di impaginazione con gli ingombri relativi agli elementi da comporre (visual, headline, logo aziendale).
- Layout finale.
- Relazione illustrativa dell'iter progettuale.

*Allegato n.1: immagine del logo aziendale*





**M655 – ESAME DI STATO DI ISTRUZIONE SECONDARIA SUPERIORE**

**Indirizzi:** IPA8 – SERVIZI COMMERCIALI  
CURVATURA PROMOZIONE COMMERCIALE PUBBLICITARIA  
IPCP - SERVIZI COMMERCIALI  
OPZIONE PROMOZIONE COMMERCIALE E PUBBLICITARIA

**Tema di:** TECNICHE PROFESSIONALI DEI SERVIZI COMMERCIALI PUBBLICITARI

***SECONDA PARTE***

1. Il candidato spieghi come e perché la comunicazione promozionale tende a produrre un'azione immediata sul consumatore.
2. Il candidato spieghi in che modo occorre dare rilievo alla soddisfazione del cliente (customer satisfaction) nella strategia di marketing.
3. Il candidato illustri quale è il settore di mercato in cui l'azienda citata nella traccia opera, motivando la risposta.
4. Il candidato spieghi in quali casi può risultare efficace l'annuncio promozionale a mezzo stampa.

---

Durata massima della prova: 8 ore.

È consentito l'uso del dizionario della lingua italiana.

È consentito l'uso del dizionario bilingue (italiano-lingua del paese di provenienza) per i candidati di madrelingua non italiana.

È consentito l'uso dei materiali e delle attrezzature, informatiche e laboratoriali (esclusa INTERNET), disponibili nella istituzione scolastica.

Non è consentito lasciare l'Istituto prima che siano trascorse 3 ore dalla dettatura del tema.



## **M994 – ESAME DI STATO DI ISTRUZIONE SECONDARIA SUPERIORE**

**Indirizzo:** IPC8 – SERVIZI COMMERCIALI

**CURVATURA** TURISMO

**Tema di:** TECNICHE PROFESSIONALI SERVIZI COMMERCIALI

*Il candidato svolga la prima parte della prova e risponda a due tra i quesiti proposti nella seconda parte.*

### **PRIMA PARTE**

I siti aziendali on line sono diventati un punto di riferimento strategico per le politiche di promozione e di commercializzazione dei servizi turistici. Si consideri che con la diffusione crescente dei siti di *booking on line* il mercato delle prenotazioni è cambiato, imponendo nuove strategie.

Il candidato sviluppi le linee programmatiche di un intervento di marketing relativo ad un albergo a quattro stelle, localizzato in un'area metropolitana italiana, soffermandosi, sui seguenti punti:

- i metodi di integrazione con i *social network* più diffusi;
- le strategie di fidelizzazione del cliente;
- la selezione qualitativa dei contenuti per il posizionamento ottimale nella *gerarchia* sui principali motori di ricerca;
- la geolocalizzazione della struttura ricettiva anche con dispositivi di comunicazione mobile per orientare il cliente nella scelta della prenotazione.

### **SECONDA PARTE**

1. la proposta di un pacchetto turistico a tema collegato al soggiorno, con l'indicazione degli elementi di costo e di redditività con dati a scelta;
2. il collegamento e la possibilità di prenotazione integrata dai siti dei vettori dei principali mezzi di trasporto;
3. il *pricing* nelle strategie di marketing di un'impresa turistica opportunamente individuata;
4. l'importanza dei *metamotori* di ricerca nelle prenotazioni on line.

---

Durata massima della prova: 6 ore.

Sono consentiti la consultazione del Codice Civile non commentato e l'uso di calcolatrici tascabili non programmabili.

È consentito l'uso del dizionario della lingua italiana.

È consentito l'uso del dizionario bilingue (italiano-lingua del paese di provenienza) per i candidati di madrelingua non italiana.

Non è consentito lasciare l'Istituto prima che siano trascorse 3 ore dalla dettatura del tema.