



Ministero dell' Istruzione, dell' Università e della Ricerca
I214 – ESAME DI STATO DI ISTRUZIONE SECONDARIA SUPERIORE

Indirizzo: 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 due tra i quesiti proposti nella seconda parte.

PRIMA PARTE

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

Brief

Zonasolidale, un Comitato di quartiere di una città metropolitana del Nord d'Italia, vuole lanciare una campagna informativa finalizzata alla raccolta fondi (Crowdfunding) per riqualificare un'area verde pubblica del quartiere da destinare a parco giochi per bambini.

*Per la colletta il Comitato si avvarrà del modello *Donation Crowdfunding*, una “raccolta fondi dal basso” grazie alla quale i cittadini, contribuendo spontaneamente con piccole ma preziose donazioni, rendono possibile il finanziamento di progetti e la promozione di iniziative di pubblica utilità, supportandone la realizzazione.*

*Il *Crowdfunding* si configura, così, come un autentico “strumento sociale” che riesce ad aggregare non solo idee, ma soprattutto persone, creando una vera e propria comunità virtuale tramite una piattaforma *on-line* che raccoglie i fondi e le adesioni al progetto.*

Il progetto si pone l'obiettivo di riqualificare e riconvertire un piccolo parco pubblico, pressoché abbandonato all'incuria, in area giochi fruibile a tutti i bambini del quartiere.

I fondi raccolti saranno utilizzati per riorganizzare le aree verdi, installare nuovi arredi e giochi di legno per realizzare un'area attrezzata compatta e ricca di attività ludiche: un castello multifunzione, due scivoli, un'altalena e una palestra di arrampicata.

*L'iniziativa, rivolta ai cittadini che vogliono impegnarsi attivamente nella valorizzazione di un bene sociale ed ambientale comune, può essere sostenuta con una **donazione diretta** utilizzando la piattaforma **www.bancoidee.it***

Mission

*L'obiettivo principale del Comitato di quartiere *Zonasolidale* è quello di migliorare un'importante area verde nel cuore del territorio grazie all'aiuto ed alla partecipazione concreta che ogni singolo cittadino potrà offrire. Il progetto è sostenuto ed incoraggiato dal Comune che punta, assieme al Comitato, a “fare comunità” e ad essere un bell'esempio di “amministrazione condivisa”, grazie allo scambio d'idee ed alle iniziative che si attiveranno durante la raccolta fondi “**Insieme si può**”.*

Per la realizzazione del progetto il traguardo economico da raggiungere è di 50.000 euro.

Il Comitato *Zonasolidale* e il Comune della città vogliono promuovere la raccolta fondi “Insieme si può”, attraverso la distribuzione capillare nel territorio di un FLYER (volantino), di formato A5 (14,8x21cm) bianca e volta, in quadricromia di stampa.



Ministero dell' Istruzione, dell' Università e della Ricerca
I214 – ESAME DI STATO DI ISTRUZIONE SECONDARIA SUPERIORE

Indirizzo: 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/o immagini
- *Headline:* **Insieme si può.**
- *Sub- headline:* **Parte il crowdfunding per la riqualificazione del parco giochi del tuo quartiere.**
- *Piattaforma on-line:* **www.bancoidee.it**
- *Marchio del Comune*
- *Logo:* **Comitato di quartiere Zonasolidale (allegato)**
- *Icane social*

Sono richiesti i seguenti elaborati:

- Studi preliminari (*rough*)
- Gabbia d'impaginazione con gli ingombri relativi agli elementi da comporre (*visual, headline, sito, logo, ecc.*)
- *Layout* di stampa
- Relazione scritta che motivi le scelte progettuali e tecniche.

Allegato n.1: immagine del logo



SECONDA PARTE

1. Il candidato definisca il *tono di voce* con il quale ha presentato la propria comunicazione pubblicitaria.
2. Il candidato individui il *target* a cui è rivolta la comunicazione pubblicitaria proposta.
3. Il candidato descriva i vantaggi del *marketing* relazionale rispetto al *marketing* tradizionale.
4. Il candidato descriva le caratteristiche principali delle affissioni statiche e dinamiche.

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), degli archivi digitali e dei materiali cartacei presenti in biblioteca, disponibili nell'istituzione scolastica.

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

La Commissione d'Esame distribuisce ai candidati, oltre la copia cartacea del tema e degli allegati, anche eventuali file digitali d'immagini allegati alla prova stessa.



zonasolidale

COMITATO DI QUARTIERE