



*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