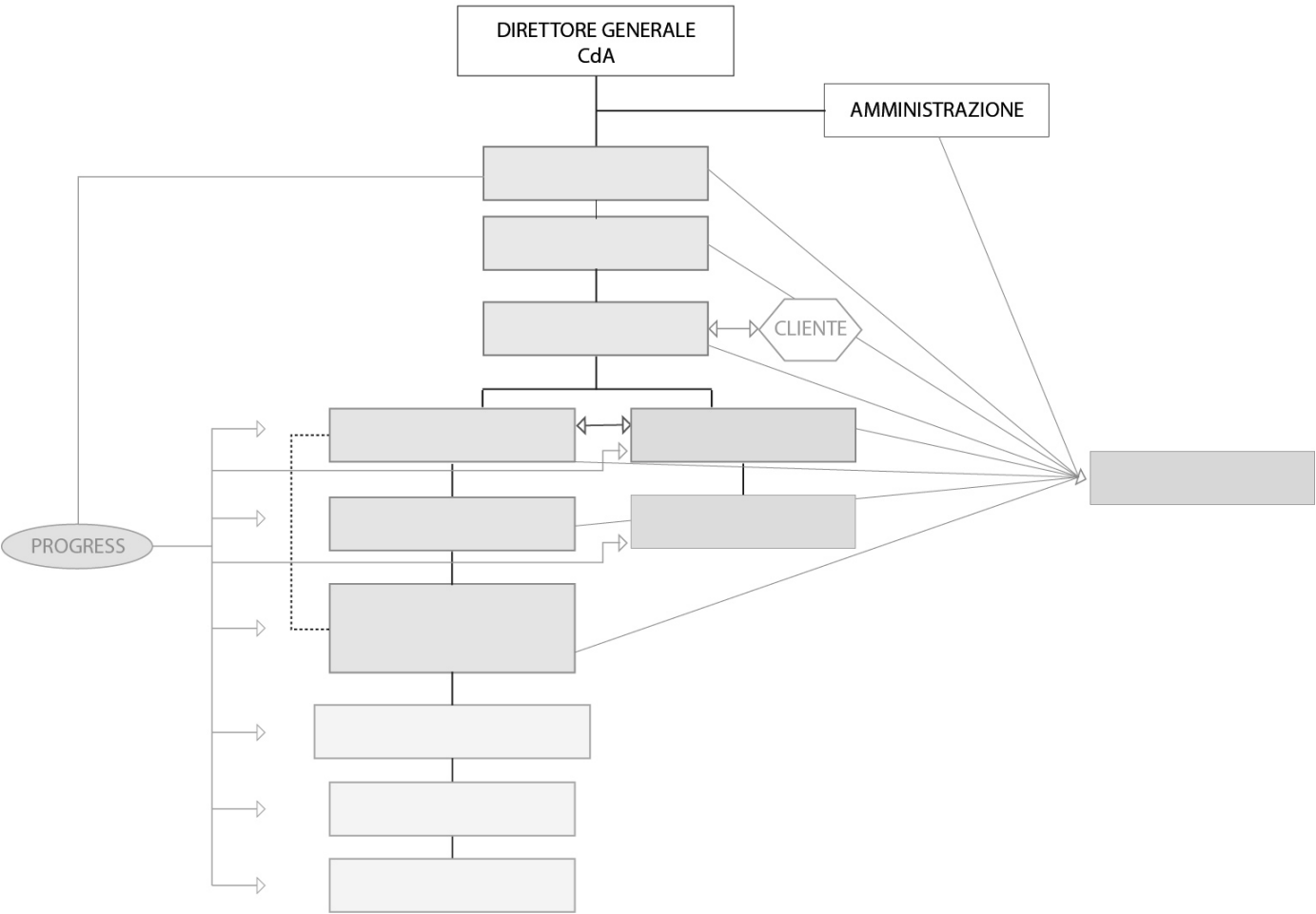


ORGANIGRAMMA AGENZIA PUBBLICITARIA



VERIFICA TPP - II° PENTAMESTRE > LA PUBBLICITÀ

Cognome e Nome _____ Data _____

1. Scrivi la definizione dettagliata di **pubblicità**. [1]

2. Quali sono gli **scopi** che la comunicazione pubblicitaria persegue? Distingui tra pubblicità commerciale e pubblicità sociale. [1]

3. Cos'è una **Campagna Pubblicitaria**? [1]

4. Chi e in quale modo si occupa della realizzazione della **Pubblicità Progresso**? [0,5]

5. Cosa significa, secondo il **Codice di Autodisciplina Pubblicitaria**, che la pubblicità deve essere manifesta, trasparente e veritiera? [0,5]

[] che viene diffusa attraverso i manifesti da un soggetto commerciale e le informazioni contenute devono essere verificabili

[] che deve venir percepita come comunicazione dichiaratamente di parte, che trova spazio nei mass media solo in virtù di una transazione economica, che non può riportare informazioni false

[] che deve venir percepita come comunicazione dichiaratamente di parte e le informazioni contenute devono essere ben comprensibili e verificabili

[] che deve essere chiaro chi trasmette il messaggio e non deve riportare informazioni vere

6. Di seguito sono elencati i principali **elementi dell'annuncio pubblicitario**.

Per ognuno indica brevemente le finalità del loro utilizzo ("a cosa serve") in relazione alla comunicazione. [1]

Elemento	Finalità comunicative
VISUAL	
PACKSHOT	
HEADLINE	
BODYCOPY	
MARCHIO	
PAYOFF	

7. Completa la tabella sottostante indicando tutti i tipi di campagna che conosci relativi ad ogni metodo di classificazione indicato. [1]

METODO DI CLASSIFICAZIONE	TIPI DI CAMPAGNA
numero dei media coinvolti	
numero aziende coinvolte	
fasi del ciclo di vita del prodotto	
scopo per cui è stata realizzata	

8. Quali tra le seguenti sono **caratteristiche tipiche del format "A DEMONSTRATION"**? [0,5]

- ☐ mostra gli effetti prima e dopo l'uso del prodotto
- ☐ necessita del supporto di una forte reason why
- ☐ mostra gli effetti dell'applicazione del prodotto
- ☐ è ambientato in una situazione realistica

Spiega le caratteristiche dei **format con Testimonial** di seguito elencati [0,5]

Testimonial noto, famoso	
Testimonial modello convenzionale	
Testimonial intenditore/esperto	
Testimonial plurimo	

9. Cosa sono il **"Benefit o Promessa Forte"** e le **"Reason Why"** contenute nella Copy Strategy? [1]

10. Elenca nel giusto ordine le seguenti **fasi di realizzazione** della campagna pubblicitaria, indicando accanto ad ogni fase la relativa figura professionale. [2]

- Acquisto spazio sui media
- Presentazione campagna al Cliente - Test di I° livello
- Fatturazione
- Pianificazione Mezzi
- Definizione dei tempi operativi
- Finished layout
- Ricerca informazioni sulla concorrenza
- Copy Strategy
- Briefing
- Ideazione messaggio (rough Headline+Visual)

	Fase	Figura professionale
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		