



Ministero dell' Istruzione, dell' Università e della Ricerca

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.



Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca

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

Il candidato, dopo aver definito gli obiettivi e le finalità che un'azienda persegue attraverso il controllo di gestione, ne illustri gli aspetti operativi e le diverse tipologie in cui esso si articola. Si soffermi poi, in particolare, sul budget, evidenziandone i diversi livelli che consentono di pervenire alla determinazione prospettica del reddito d'esercizio e del correlato patrimonio di funzionamento.

Proceda, inoltre, alla previsione del risultato operativo per l'esercizio 2015 dell'impresa manifatturiera Alfa, sulla base dei seguenti dati:

- vendita di n. 10.000 unità del prodotto beta al prezzo unitario di € 3.000 e n. 60.000 unità del prodotto gamma al prezzo unitario di € 700;
- gli standard unitari di consumo delle materie prime sono i seguenti:
 - prodotto beta = 1,2 kg al prezzo standard unitario di € 200 al kg per la materia prima A e 2,4 kg al prezzo standard unitario di € 400 al kg per la materia prima B;
 - prodotto gamma = kg. 0,5 al prezzo standard unitario di € 50 al kg per la materia prima C e ml 120 al prezzo unitario standard di € 1,2 al ml per la materia prima D;
- i consumi di mano d'opera sono pari a ore 70 per il prodotto beta e ore 20 per il prodotto gamma al prezzo standard unitario di € 15 h;
- l'azienda applica da anni la tecnica del just in time grazie alla quale riesce ad azzerare le rimanenze di materie e prodotti.

I costi industriali indiretti: forza motrice, ammortamenti, manodopera indiretta e manutenzioni, opportunamente individuati, sono ripartiti fra le due produzioni sulla base del costo primo. I costi commerciali ed amministrativi sono pari, rispettivamente, al 20% ed al 25% del costo industriale.

Proceda, infine, alla formulazione del budget economico generale.

SECONDA PARTE

1. La manifestazione economica dei costi e dei ricavi spesso non coincide con quella monetaria. Il candidato ne descriva i motivi e presenti, con riferimento all'azienda Alfa di cui sopra, il flusso di cassa prevedibilmente generato dalla gestione reddituale.
2. In un'economia fortemente competitiva, una corretta strategia d'impresa ha il compito di assicurare una gestione che definisca con chiarezza, mediante una accorta analisi delle condizioni operative e di mercato, gli obiettivi di posizionamento e/o di crescita dell'azienda.

Il candidato analizzi gli strumenti e le modalità di realizzazione di una corretta analisi strategica.



Ministero dell' Istruzione, dell' Università e della Ricerca
M637 – ESAME DI STATO DI ISTRUZIONE SECONDARIA SUPERIORE

Indirizzo: IP08 – SERVIZI COMMERCIALI

Tema di: TECNICHE PROFESSIONALI SERVIZI COMMERCIALI

3. I dati consuntivi, relativi alla produzione mensile del prodotto A, divergono dai valori standard sia per consumo che per costo unitario di materia prima utilizzata.

Analizzi, con dati a scelta, gli scostamenti rilevati individuandone le possibili cause ed i rimedi ipotizzabili.

4. La determinazione del punto di pareggio di una singola produzione può rappresentare un utile supporto per la previsione dei risultati economici in corrispondenza dei vari volumi di produzione. Il candidato proceda al calcolo del punto di pareggio ed alla redazione del diagramma di redditività del prodotto Alfa, sulla base dei seguenti dati:

- Costi fissi = euro 320.000
- Prezzo unitario di vendita = euro 50
- Costi variabili unitari = euro 30

Determini, poi, la produzione necessaria ad assicurare un utile lordo di euro 60.000.

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.



Ministero dell' Istruzione, dell' Università e della Ricerca
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:

Identità visiva aziendale

“Da più di 50 anni ai piedi di milioni di bambini.”

Lo storico marchio di calzature per bambini *Dolci passi* nasce nel 1958, affermandosi nel mercato con le sue calzature “primi passi”. Da subito diventa sinonimo di competenza, pellami accuratamente selezionati, eleganza e comfort.

Il successo è immediato e durevole: le calzature *Dolci passi* vengono apprezzate per la qualità dei materiali, l'avanzata tecnologia costruttiva, le forme attentamente studiate e calibrate per aiutare i piccoli piedi a crescere in salute.

In pochi anni *Dolci passi* diventa leader del mercato, mantenendo e rafforzando progressivamente tale posizione; inizia, contemporaneamente, la diffusione del marchio nei principali mercati esteri.

Da sempre *Dolci passi* dedica impegno e attenzione ai consumatori più esigenti, i bambini, che crescono e cambiano proiettandosi nel futuro.

Per loro *Dolci passi* realizza prodotti belli da guardare e comodi da indossare, che li proteggono e li accompagnano nella straordinaria avventura del crescere.

Dolci passi è in procinto di presentare la nuova linea estate 2016, dal titolo *Mediterranea*, ispirata appunto all'area del mare Mediterraneo, contenitore di culture multietniche, luogo di scambio e di incontro tra civiltà e culture.

Occorre dare alla nuova linea una identità precisa che la distingua e che rafforzi la comunicazione del nuovo prodotto sia nel punto vendita che dopo l'acquisto, attraverso l'ideazione di uno shopper coordinato alla scatola (packaging).



Ministero dell' Istruzione, dell' Università e della Ricerca
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:

- Rappresentazione bidimensionale e tridimensionale in scala del packaging (cm 34x21x13) o dello shopper (cm 38x42x10), utilizzando proiezioni prospettiche o assonometriche.
- Approfondimento dell'impianto aperto della confezione, fustellatura, cordonatura e piegatura.
- Progettazione della struttura grafica e del lettering.
- Headline: Mediterranea
- Logo: aziendale

Si richiede:

- 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





Ministero dell' Istruzione, dell' Università e della Ricerca
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 quali sono i materiali più idonei per il packaging.
2. Il candidato illustri quali valori vengono aggiunti alla comunicazione del packaging dal lettering.
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 quale tecnologia di stampa è più appropriata per il tipo di packaging progettato.

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.



Ministero dell' Istruzione, dell' Università e della Ricerca

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

Il web marketing nel settore turistico ha disegnato nuovi scenari competitivi e di mercato, oltre alla possibilità di promuovere l'offerta di servizi in modo più efficace.

Il candidato si soffermi sui potenziali fattori di sviluppo del *booking on line* e sul ruolo promozionale che rivestono i siti specializzati, illustrando anche la funzione della singola agenzia di viaggio in un'ottica promozionale dei servizi turistici nell'attuale contesto di riferimento.

SECONDA PARTE

1. il ruolo dei *metamotori* di ricerca nelle scelte di prenotazione del turista/consumatore;
2. gli effetti del booking on line nelle prenotazioni dei mezzi di trasporto ed il fenomeno della *disintermediazione* dell'offerta;
3. il valore aggiunto costituito dal fattore umano nelle attività di intermediazione come leva strategica nella determinazione delle scelte del viaggiatore;
4. la velocità di prenotazione come fattore competitivo per l'incremento delle vendite rispetto ai canali di distribuzione tradizionali.

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.