



POLITECNICO
MILANO 1863

TRACCIA 1

Il candidato o la candidata, ispirandosi al materiale fornito in allegato, è invitato/a a elaborare i seguenti contenuti grafici e progettuali relativi all'evento **Welcome Week**, un'iniziativa di accoglienza rivolta alle matricole internazionali dell'Ateneo.

Il **prodotto grafico** deve essere realizzato esclusivamente con **Microsoft PowerPoint**. Nello specifico, si richiede di preparare un file composto da due slide:

- Nella prima slide: progettare un **badge identificativo** destinato alle tour guide che accompagneranno gli studenti nella visita ai campus universitari, nel formato **10x15 cm**.
- Nella seconda slide: descrivere in modo sintetico la composizione di un **kit di benvenuto** pensato per gli studenti partecipanti, indicando almeno un **articolo di merchandising** coerente con l'identità visiva dell'evento.

È possibile, se ritenuto opportuno e coerente con gli obiettivi della prova, utilizzare le immagini fornite nella chiavetta USB messa a disposizione.

L'elaborato finale dovrà essere:

- salvato sulla chiavetta USB ancora sigillata sia in formato **.pptx** (file sorgente) che in formato **.pdf**;
- consegnato anche in versione cartacea stampata.

Allegati in chiavetta:

- *Descrizione dell'evento*
- *Logo del Politecnico*
- *Immagini*



POLITECNICO
MILANO 1863

TRACCIA 2

Il candidato o la candidata, prendendo ispirazione dal materiale fornito in allegato, è invitato/a a sviluppare una proposta grafica e progettuale per la comunicazione dell'evento annuale di **Robotics**, dedicato alla presentazione delle attività di ricerca nel campo della robotica e rivolto a un pubblico generalista.

Il **prodotto grafico** deve essere realizzato **esclusivamente con Microsoft PowerPoint**.
Nello specifico, si richiede di preparare un file composto da due slide:

- Nella prima slide: progettare una **locandina in formato A3** (29,7 x 42 cm) per la promozione dell'evento.
- Nella seconda slide: descrivere in modo sintetico la composizione di un **kit per gli ospiti**, indicando almeno un **articolo di merchandising** rappresentativo dell'identità dell'evento.

È possibile, se ritenuto opportuno e coerente con gli obiettivi della prova, utilizzare le immagini fornite nella chiavetta USB messa a disposizione.

L'elaborato finale dovrà essere:

- salvato sulla chiavetta USB ancora sigillata sia in formato **.pptx** (file sorgente) che in formato **.pdf**;
- **consegnato anche in versione cartacea stampata.**

Allegati in chiavetta:

- *Descrizione dell'evento*
- *Logo Politecnico di Milano*
- *Immagini*



POLITECNICO
MILANO 1863

TRACCIA 3

Il candidato o la candidata, prendendo spunto dal materiale fornito in allegato, è invitato/a a sviluppare una proposta di comunicazione visiva per il progetto di ricerca **Climada**, promosso dal Dipartimento di Elettronica, Informazione e Bioingegneria.

Il **prodotto grafico** deve essere realizzato **esclusivamente con Microsoft PowerPoint**. Nello specifico, si richiede di realizzare un **template in Microsoft PowerPoint**, articolato in **tre tipologie di slide**:

- slide di copertina,
- slide con combinazione di breve testo e immagine,
- slide con testo che descriva in modo sintetico **quali materiali grafici** potrebbero essere efficaci per valorizzare e presentare il progetto di ricerca all'interno di un **kit informativo destinato a una conferenza stampa** rivolta ai media e ai giornalisti.

È possibile, se ritenuto opportuno e coerente con gli obiettivi della prova, utilizzare le immagini fornite nella chiavetta USB messa a disposizione.

L'elaborato finale dovrà essere:

- salvato sulla chiavetta USB ancora sigillata sia in formato **.pptx** (file sorgente) che in formato **.pdf**;
- consegnato anche in versione cartacea stampata.

Allegati in chiavetta:

- *Descrizione del progetto*
- *Logo Progetto*
- *Logo Politecnico di Milano*
- *Loghi dei partner di progetto*
- *Immagini*

Prova 1

Domanda 1

Il candidato/la candidata illustri caratteristiche, tipologie e funzionalità delle maschere di Photoshop.

Domanda 2

Il candidato/la candidata descriva come promuoverebbe una nuova linea di merchandising per il Politecnico di Milano.

Testo da tradurre:

The *Columbia University Brand Guide* has been created to uphold the integrity, consistency, and long-term value of the Columbia brand. It serves as a comprehensive resource to ensure the correct and effective use of the University's visual identity across all communication platforms. By following these guidelines, members of the Columbia community contribute to a unified brand presence that reflects the institution's prestige, academic excellence, and historic legacy.

The official **Columbia University trademark** is a carefully crafted design that incorporates the University's designated typeface, **Trajan Pro**. This typeface is used with specific and regulated parameters for size, weight, and kerning, all of which are critical to preserving the visual harmony and recognizability of the brand. Any deviation from these specifications is not permitted, as it compromises the integrity of the University's visual identity.

Prova 2

Domanda 1

Il candidato/la candidata descriva qual è la differenza fra un file raster e un file vettoriale. Descriva l'utilizzo di entrambi i formati con degli esempi.

Domanda 2

Il candidato/la candidata descriva come imposterebbe una campagna di promozione di un evento sui social.

Testo da tradurre:

Although often used interchangeably, the terms brand, identity, and logo refer to distinct yet interconnected elements within the broader framework of organizational communication and visual strategy. Each plays a unique role in shaping how an institution is perceived and experienced by its audiences.

A brand is the collective emotional and intellectual perception of an organization, as held by the public, stakeholders, and partner institutions. It encompasses the values, reputation, culture, and overall experience associated with the organization.

An identity is composed of a set of visual and stylistic elements—such as typography, color palettes, layout systems, imagery styles, and tone of voice—that work together to create a coherent and consistent representation of the organization.

A logo is the central visual symbol of an organization's identity. It functions as an immediate identifier, allowing audiences to recognize and associate a communication artifact with a specific organization.

Prova 3

Domanda 1

Il candidato/la candidata descriva quali sono le principali caratteristiche e differenze dei font bastoni e graziati con alcuni esempi applicativi.

Domanda 2

In che modo si potrebbe porre attenzione alla sostenibilità nel produrre materiale grafico e/o di merchandising.

Testo da tradurre:

The official University of Cambridge logo comprises two integral components: the symbol (the University's shield) and the logotype (the University's name in its designated typeface). These elements must always appear together as a unified mark and must never be altered, separated, or rearranged. Together, they form a central component of the University's visual identity and play a key role in representing its heritage and authority.

More than just a graphic device, the logo embodies over 800 years of academic excellence, innovation, and leadership. It stands as a globally recognized symbol of the University's outstanding reputation for quality, scholarship, and institutional integrity. For this reason, the logo is one of the University's most valuable brand assets and requires careful stewardship.

Both the symbol and the logo are protected as registered trademarks, and their use is governed by clearly defined policies and procedures.

Prova 4

Domanda 1

Il candidato/la candidata descriva che cosa si intende per il comando “Ricalca immagine” e in che contesto può essere applicato.

Domanda 2

Il candidato/la candidata descriva quali elementi deve contenere un manuale d’uso di un logo.

Testo da tradurre:

The UCLA brand is the collective expression of the work, values, and aspirations of a diverse community of individuals—faculty, staff, students, alumni, and partners. When we consistently use the same visual and verbal elements and communicate with a unified voice, we strengthen the impact of our message. The UCLA Brand Guidelines are designed to support this effort, helping all members of the community tell UCLA’s story with clarity, coherence, and purpose.

As a leading public research university located in a dynamic global city, UCLA holds a distinguished reputation for excellence, innovation, and impact across an extraordinary range of disciplines. By following a shared set of brand principles, we ensure that every communication—no matter the platform or audience—reinforces UCLA’s identity, values, and mission.

Prova 5

Domanda 1

Il candidato/la candidata descriva gli utilizzi principali di Photoshop, Illustrator, Indesign con esempi e possibili interazioni per uno stesso progetto.

Domanda 2

Il candidato/la candidata descriva che cosa si intende per co-branding e come può essere applicato e in quali contesti.

Testo da tradurre:

The visual identity of the University of Oxford serves as the graphic embodiment of who we are and what we stand for. It plays a vital role in communicating the University's values, reputation, and academic distinction. By maintaining visual consistency across all materials and platforms, we reinforce a strong, cohesive, and positive image of the University—one that reflects its global influence, scholarly excellence, and cultural significance.

The official University logo now includes the keyline as an integral part of the design, meaning there is a single, unified version to be used across all applications. The preferred placement of the logo is in the top left corner of a layout, where it achieves maximum visibility and aligns with established design standards. For social media platforms, the University's avatar version of the logo should be used to ensure clarity and recognizability at smaller sizes.

Prova 6

Domanda 1

Il candidato/la candidata descriva che cos'è uno storyboard, illustrandone le principali funzioni, le caratteristiche formali e tecniche, nonché i contesti e gli ambiti in cui può essere utilizzato come strumento di progettazione visiva e narrazione.

Domanda 2

Il candidato/la candidata descriva quali elementi di allestimento, segnaletica, supporti visivi, soluzioni di branding e merchandise potrebbero essere progettati per valorizzare l'identità visiva di una conferenza scientifica all'interno di un campus universitario.

Testo da tradurre:

The Stanford Identity Guide defines the core visual elements that give Stanford communications a recognizable and cohesive appearance. These include the official logos, color palette, typography, and campus imagery—each contributing to a distinctive visual language that reflects the University's spirit, values, and position as a global leader in education and research.

All Stanford logos and marks are proprietary assets, designated for use in official University activities. They are legally protected, and proper usage is critical to maintaining that protection. One important measure is the inclusion of the appropriate trademark symbol (®) when required. This not only reinforces legal protections but also communicates that the mark is an official and valued representation of the institution.

By following these guidelines, you help ensure that every communication contributes to a strong, unified, and respected Stanford identity.