



## Piano degli studi BIENNIO 2017 – 2019

|   |  |
|---|--|
| <b>Titolo del percorso</b>                | <b>Tecnico superiore per l'organizzazione e la fruizione dell'informazione e della conoscenza</b><br>Operazione Rif. PA 2017-7209/RER – Cod. CUP E56G17000390002<br>approvata con Del di Giunta Regionale n. 674/2017 del 22/05/2017 co-finanziata dal Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca e dal Fondo Sociale Europeo PO 2014-2020 Regione Emilia-Romagna  |
| Area tecnologica nazionale di riferimento | <b>Area n. 6 – Tecnologie dell'informazione e della comunicazione</b>  |
| Ambito nazionale di riferimento           | <b>Ambito 6.2 – Organizzazione e fruizione dell'informazione e della conoscenza</b>  |
| Figura nazionale di riferimento           | <b>Figura 6.2.1 - Tecnico Superiore per l'organizzazione e la fruizione dell'informazione e della conoscenza</b>   |
| Durata                                    | <b>Durata: 2000 ore (4 semestri)</b><br>Aula/Laboratorio: 1110 ore<br>Stage: 800 ore<br>Project work: 90 ore   |
| Descrizione della figura professionale    | <b>Il Tecnico superiore per l'organizzazione e la fruizione dell'informazione e della conoscenza</b> ha competenze tecniche e tecnologiche per pianificare e sviluppare progetti di comunicazione, nella prospettiva della cross-medialità. Conosce e sa integrare tutti i mezzi della comunicazione <i>on line</i> e <i>off line</i> , con un'attenzione particolare ai new media e ai canali digitali. Utilizza strumenti e applicazioni per la produzione di contenuti tramite social network e piattaforme digitali, sviluppando la comunicazione di un brand, di un prodotto o di un servizio in chiave <i>user generated content</i> . <b>Fra i principali sbocchi occupazionali</b> segnaliamo in primis le imprese del comparto ICC (Industrie Culturali e Creative) fra le quali le agenzie di comunicazione e di pubblicità, che necessitano di risorse tecnico-strategiche per aumentare la propria qualità e capacità competitiva e di innovazione. Inoltre le organizzazioni aziendali con una struttura interna di marketing e management. |
| Modalità didattiche                       | Lezioni frontali, laboratori, analisi di casi, esercitazioni, project work, visite guidate, stage nelle imprese del settore (anche all'estero).  |

**Piano degli studi - BIENNIO 2017 – 2019**

| Unità formative   | Elementi Unità Formative                                    | Prima annualità<br>2017-2018 |      |       | Seconda annualità<br>2018-2019 |      |       | totale<br>biennio |
|---|---|------------------------------|------|-------|--------------------------------|------|-------|-------------------|
|   |   | aula /<br>labor              | p.w. | stage | aula /<br>labor                | p.w. | stage |                   |
|   | Ore riallineamento  | 30                           |      |       |                                |      |       |                   |
|   | Ore recupero  |                              |      |       | 15                             |      |       |                   |
|   |   |                              |      |       |                                |      |       |                   |
| Accoglienza.<br>Patto formativo   |   | 3                            |      |       |                                |      |       | 3                 |
| 1.1 Inglese e<br>inglese tecnico di<br>settore                                      | 1.1.1 Lingua inglese  | 25                           |      |       | 15                             |      |       | 40                |
|   | 1.1.2 Inglese tecnico di<br>settore                         | 25                           |      |       | 24                             |      |       | 49                |
| 1.2 Lo scenario e le<br>tecniche della<br>comunicazione                             | 1.2.1 La società<br>dell'informazione e della<br>conoscenza | 16                           |      |       | 12                             |      |       | 28                |
|   | 1.2.2 La comunicazione<br>verbale e non verbale             | 15                           |      |       | 9                              |      |       | 24                |
|   | 1.2.3 Tecniche di scrittura<br>efficace                     | 9                            |      |       | 9                              |      |       | 18                |
| 1.3 La gestione del<br>team di lavoro   | 1.3.1 Lavorare in gruppo                                    | 10                           |      |       | 5                              |      |       | 15                |
|   | 1.3.2 La gestione dei<br>conflitti                          | 12                           |      |       | 10                             |      |       | 22                |
|   | 1.3.3. La soluzione dei<br>problemi                         | 12                           |      |       | 10                             |      |       | 22                |
|   | 1.3.4 Leadership  |                              |      |       | 10                             |      |       | 10                |
| 2.2 Strumenti di<br>analisi e gestione<br>dei contenuti sul<br>web                  | 2.2 Strumenti di web<br>analytics                           | 15                           | 5    | 20    | 12                             | 5    | 20    | 77                |
|   | 2.3 CMS e CRM Open<br>Source                                | 16                           | 5    | 20    | 16                             | 5    | 20    | 82                |
| 3 Il mercato del<br>lavoro: sicurezza,<br>qualità e<br>normativa di<br>riferimento. | 3.1 La normativa di<br>riferimento                          | 8                            |      |       | 8                              |      |       | 16                |
|   | 3.2 Il sistema integrato di<br>qualità sicurezza ambiente   | 8                            |      |       | 10                             |      |       | 18                |
|   | 3.3 Il mercato del lavoro                                   | 8                            |      |       | 16                             |      |       | 24                |
| 4.1 Marketing   | 4.1 Elementi di marketing                                   | 25                           |      | 40    | 21                             |      | 25    | 111               |
| 4.2 Gli ambiti<br>strategici della<br>comunicazione<br>d'impresa                    | 4.2 La comunicazione<br>d'impresa                           | 25                           |      | 10    | 15                             |      | 10    | 60                |
|   | 4.3 La Corporate Identity                                   | 15                           |      | 10    | 20                             |      |       | 45                |
|   | 4.4 Organizzazione<br>aziendale                             | 15                           |      |       | 10                             |      |       | 25                |
|   | 4.5 Il project management                                   |                              |      |       | 21                             |      |       | 21                |
| La comunicazione<br>cross-mediale   | 5.1 Digital Marketing                                       |                              |      |       | 15                             | 5    | 30    | 50                |
|   | 5.2 Social Media Strategy                                   | 40                           | 5    | 40    | 36                             | 5    | 50    | 176               |
|   | 5.3 La Visual Identity                                      | 25                           | 5    | 35    | 20                             | 5    | 35    | 125               |

| Unità formative        | Elementi Unità Formative  | Prima annualità<br>2017-2018 |           |            | Seconda annualità<br>2018-2019 |           |            | totale<br>biennio |
|------------------------|---|------------------------------|-----------|------------|--------------------------------|-----------|------------|-------------------|
|                        |   | aula /<br>labor              | p.w.      | stage      | aula /<br>labor                | p.w.      | stage      |                   |
|                        | 5.4 Strumenti per la comunicazione di marketing                     | 25                           |           | 30         | 21                             | 5         | 30         | 111               |
|                        | 5.5 I fornitori della comunicazione                                 | 33                           |           | 30         |                                |           |            | 63                |
|                        | 5.6 Il metaprogetto   |                              |           |            | 24                             | 5         | 35         | 64                |
|                        | 5.7 Budgeting   |                              |           |            | 10                             | 2         |            | 12                |
| Laboratori tecnologici | 5.8 Laboratorio di tecnologia grafica                               | 50                           |           | 40         | 36                             | 3         | 20         | 149               |
|                        | 5.9 Laboratorio di grafica multicanale                              | 50                           |           | 55         | 40                             | 5         | 35         | 185               |
|                        | 5.10 Laboratorio di progettazione web                               | 60                           |           | 45         | 10                             | 5         | 30         | 150               |
|                        | 5.11 Laboratorio di gestione dei contenuti per i dispositivi mobili |                              |           |            | 50                             | 5         | 30         | 85                |
|                        | 5.12 Laboratorio di gestione dei contenuti audiovisivi              | 25                           | 10        | 25         | 25                             | 5         | 30         | 120               |
|                        |   | <b>570</b>                   | <b>30</b> | <b>400</b> | <b>540</b>                     | <b>60</b> | <b>400</b> | <b>2000</b>       |

### Contenuti delle Unità formative PRIMA ANNUALITÀ (2017-2018)

| Unità formative                                 | Ore totali | Elementi unità formative         | aula /<br>labor | p.w. | stage | Sintesi dei contenuti  |
|---|------------|----------------------------------|-----------------|------|-------|--|
| <b>Accoglienza<br/>Patto formativo</b>          | 3          |                                  | 3               |      |       | Presentazione del percorso, dei docenti, delle modalità didattiche.  |
| <b>1.1 Inglese e inglese tecnico di settore</b> | 50         | 1.1.1 Lingua inglese             | 25              |      |       | Aspetti sintattici e grammaticali della lingua (a titolo esemplificativo si citano alcuni contenuti, in quanto il livello dell'insegnamento sarà "tarato" sulle reali conoscenze degli studenti: tempi verbali; frasi subordinate, temporali e ipotetiche; espressioni temporali; verbi modali; verbi attivi e che esprimono azione; il passivo: usi e abusi; il discorso indiretto: <i>reported speech</i> ; frasi subordinate; restrittive e non restrittive; verbi frasali. Lessico generico e in particolare quello riferito ai contesti |
|   |            | 1.1.2 Inglese tecnico di settore | 25              |      |       |  |

|  |    |  |    |   |    |  |
|--|----|--|----|---|----|--|
|  |    |  |    |   |    | lavorativi. La terminologia tecnica di settore utilizzata negli ambiti di lavoro con un particolare riferimento all'ambito della comunicazione. Le figure professionali.   |
| <b>1.2 Lo scenario e le tecniche della comunicazione</b>                       | 40 | 1.2.1 La società dell'informazione e della conoscenza  | 16 |   |    | Le tecnologie dell'informazione (ICT). Gli strumenti: i media tradizionali, i new media, i meta-media integrati. Il nuovo approccio alla comunicazione (concetti di "coda lunga" e "gratis"). Gli assiomi della comunicazione. Elementi e tecniche della comunicazione verbale e non verbale. Elementi e tecniche della comunicazione scritta: differenziazione dello stile. |
|  |    | 1.2.2 La comunicazione verbale e non verbale           | 15 |   |    |  |
|  |    | 1.2.3 Tecniche di scrittura efficace                   | 9  |   |    |  |
| <b>1.3 La gestione del team di lavoro</b>                                      | 34 | 1.3.1 Lavorare in gruppo                               | 10 |   |    | Tecniche e strumenti per gestire le fasi e le dinamiche all'interno di un gruppo. Le tecniche per affrontare le dinamiche del processo negoziale. Problem finding, problem setting, problem analysis, problem solving).  |
|  |    | 1.3.2 La gestione dei conflitti                        | 12 |   |    |  |
|  |    | 1.3.3. La soluzione dei problemi                       | 12 |   |    |  |
| <b>2. Strumenti di analisi e gestione dei contenuti sul web</b>                | 81 | 2.2 Strumenti di web analytic                          | 15 | 5 | 20 | Leggere ed estrapolare dati nell'interfaccia analytics, costruire e inviare report; le principali metriche del WEB; calcolo dei KPI; cos'è il ROI per il web e come si calcola.<br>I sistemi di gestione di contenuti (CMS). Sistemi di gestione di relazioni con i clienti (CRM).   |
|  |    | 2.3 CMS e CRM Open Source                              | 16 | 5 | 20 |  |
| <b>3. Il mercato del lavoro, sicurezza, qualità e normativa di riferimento</b> | 24 | 3.1 La normativa di riferimento                        | 8  |   |    | La normativa dei prodotti editoriali. Privacy e internet. La legge Stanca sull'accessibilità dei siti.   |
|  |    | 3.2 Il Sistema integrato di qualità sicurezza ambiente | 8  |   |    | La sicurezza sul posto di lavoro. Percorso di formazione specifica dei lavoratori ai sensi dell'art. 37, comma 1, lett. A) del D.Lgs 81/08.)   |
|  |    | 3.3 Il mercato del lavoro                              | 8  |   |    | Come affrontare un colloquio di lavoro. Come utilizzare LinkedIn per cercare lavoro e tenere aggiornato il proprio CV.   |
| <b>4.1 Marketing</b>   | 65 | 4.1 Elementi di marketing                              | 25 |   | 40 | Il MKT nell'impresa e nel sistema economico. Il comportamento del consumatore e il processo di acquisto. Analisi dei bisogni e segmentazione del mercato. Orientamento al marketing e al mercato e altri possibili   |

|  |     |                                  |    |   |    |  |
|--|-----|----------------------------------|----|---|----|--|
|  |     |                                  |    |   |    | orientamenti.<br>Le tecniche di marketing applicate alla progettazione, con particolare riferimento alla pianificazione strategica e alle "4 P" del marketing mix: <i>product, price, place and promotion</i> (prodotto, prezzo, distribuzione e comunicazione). |
| <b>4.2 Gli ambiti strategici della comunicazione d'impresa</b>                                   | 75  | 4.2.1 La comunicazione d'impresa | 25 |   | 10 | Capire la vita organizzativa; le organizzazioni di senso; identità organizzativa.  |
|  |     | 4.2.2 La Corporate Identity      | 15 |   | 10 | Identità e immagine d'impresa; <i>namings</i> , identità visiva, <i>product design</i> .   |
|  |     | 4.2.3 Organizzazione aziendale   | 15 |   |    | La comunicazione d'impresa.<br>La comunicazione integrata.   |
| <b>La comunicazione cross mediale.</b><br><b>5.2 Social Media Strategy</b>                       | 85  |                                  | 40 | 5 | 40 | Le mappe della comunicazione crossmediale.<br>Dal web-oriented al mobile-oriented. La "bio-medialità".<br>Il piano editoriale dei contenuti per i social.  |
| <b>La comunicazione cross mediale.</b><br><b>5.3 La visual identity.</b>                         | 65  |                                  | 25 | 5 | 35 | Il progetto grafico. Identità, brand e corporate identity. Il Marchio. Il modello di immagine coordinata.  |
| <b>La comunicazione cross mediale.</b><br><b>5.4 Strumenti per la comunicazione di marketing</b> | 55  |                                  | 25 |   | 30 | La comunicazione pubblicitaria: pianificazione e scelta mezzi; <i>cross-media branded</i> ; palinsesto, format, formati; le metriche della social TV.  |
| <b>La comunicazione cross mediale.</b><br><b>5.5 I fornitori della comunicazione</b>             | 63  |                                  | 33 |   | 30 | Approfondimenti sulle principali realtà che operano nel settore: le agenzie di comunicazione a servizio completo, le web agency, le agenzie di organizzazione eventi, i centri media, etc.); Testimonianze e visite guidate.                                     |
| <b>Laboratori tecnologici.</b><br><b>5.8 Laboratorio di tecnologia grafica</b>                   | 90  |                                  | 50 |   | 40 | Terminologia grafica fondamentale. Il ciclo di lavorazione dello stampato: pre stampa, stampa e post stampa. Stampa off-set. Stampa lito-offset a foglio. Stampa digitale.   |
| <b>Laboratori tecnologici.</b><br><b>5.9 Laboratorio di grafica multicanale</b>                  | 105 |                                  | 50 |   | 55 | Strumenti per la gestione di file destinati alla multicanalità. I software per l'elaborazione grafica (InDesign, Illustrator, Photoshop); l'elaborazione di presentazioni con Keynote; Wireframe e bozze di  |

|   |     |  |            |           |            |  |
|---|-----|--|------------|-----------|------------|--|
|   |     |  |            |           |            | presentazione, griglie grafiche e bootstrap; Modelli grafici e tecniche di pubblicazione per i social media.   |
| <b>Laboratori tecnologici.</b><br><b>5.10 Laboratorio di progettazione web</b>                  | 105 |  | 60         |           | 45         | Html – Dichiarazione encoding e apertura della pagina – Tag principali e loro sintassi – Struttura HTML5, nuovi TAG e loro uso - CSS – Uso basico dei fogli di stile – Reset dello stile e uniformazione dello stile – Schema di utilizzo dei principali metodi di stile – Padding, margin, border, background – Floating degli oggetti blocco, blocco di inline e inline di blocco – Trick e pseudo classi selettori. |
| <b>Laboratori tecnologici.</b><br><b>5.12 Laboratorio di gestione dei contenuti audiovisivi</b> | 60  |  | 25         | 10        | 25         | La progettazione audiovisiva, <i>storytelling</i> e la gestione del flusso di lavoro: gli standard video, gli standard audio, i formati di compressione, post produzione e audio.  |
|   |     |  | <b>570</b> | <b>30</b> | <b>400</b> |  |

### Contenuti delle Unità formative SECONDA ANNUALITÀ (2018-2019)

| Unità formative  | Ore totali | Elementi unità formative                              | aula / labor | p.w. | stage | Sintesi dei contenuti  |
|--|------------|---|--------------|------|-------|--|
| <b>1.2 Inglese e inglese tecnico di settore</b>          | 39         | 1.1.1 Lingua inglese                                  | 15           |      |       | Aspetti sintattici e grammaticali della lingua. Approfondimenti specifici: Marketing. Advertising. Brand. Launch. Consumer. Campaign. Position.  |
|  |            | 1.1.2 Inglese tecnico di settore                      | 24           |      |       |  |
| <b>1.2 Lo scenario e le tecniche della comunicazione</b> | 30         | 1.2.1 La società dell'informazione e della conoscenza | 12           |      |       | La Meta comunicazione. Il futuro della Società dell'informazione. Gli scenari europei. L'agenda digitale. Il digital divide. La formula di Maharabian. La comunicazione in un contesto aziendale. Tecniche di comunicazione scritta. |
|  |            | 1.2.2 La comunicazione verbale e non verbale          | 9            |      |       |  |
|  |            | 1.2.3 Tecniche di scrittura efficace                  | 9            |      |       |  |

|  |    |  |    |   |    |  |
|--|----|--|----|---|----|--|
| <b>1.3 La gestione del team di lavoro</b>                                      | 35 | 1.3.1 Lavorare in gruppo                               | 5  |   |    | Le riunioni come strumento dei gruppi di lavoro. Le strategie negoziali. La trasformazione dei conflitti in opportunità. La tecnica del brainstorming. La leadership di progetto. Analisi e individuazione del proprio stile di leadership. La leadership situazionale nelle diverse fasi del progetto.  |
|  |    | 1.3.2 La gestione dei conflitti                        | 10 |   |    |  |
|  |    | 1.3.3. La soluzione dei problemi                       | 10 |   |    |  |
|  |    | 1.3.4 Leadership                                       | 10 |   |    |  |
| <b>2. Strumenti di analisi e gestione dei contenuti sul web</b>                | 78 | 2.2 Strumenti di web analytic                          | 12 | 2 | 20 | Misurazione e analisi dei dati di traffico di un sito web; misurazione e interpretazione degli <i>insights</i> dei Social Networks in correlazione con web analytics. I sistemi di gestione di contenuti (CMS). Sistemi di gestione di relazioni con i clienti (CRM).  |
|  |    | 2.3 CMS e CRM Open Source                              | 16 | 5 | 20 |  |
| <b>3. Il mercato del lavoro, sicurezza, qualità e normativa di riferimento</b> | 34 | 3.1 La normativa di riferimento                        | 8  |   |    | Tipologie contrattuali. La ricerca attiva del lavoro. I servizi di supporto all’inserimento lavorativo. Privacy e internet; Sicurezza e affidabilità del prodotto/servizio. La sicurezza sul posto di lavoro. Il sistema Qualità. Opportunità per start-up e iniziative di auto-imprenditorialità: incontro con coordinatori di reti regionali e progetti start-up.  |
|  |    | 3.2 Il Sistema integrato di qualità sicurezza ambiente | 10 |   |    |  |
|  |    | 3.3 Il mercato del lavoro                              | 16 |   |    |  |
| <b>4.1 Marketing</b>   | 46 | 4.1 Marketing  | 21 |   | 25 | Strategie di MKT: differenziazione e posizionamento. Approfondimenti specifici sul MKT mix. Le decisioni strategiche relative al prodotto, marca, confezione, distribuzione, prezzo e comunicazione.   |
| <b>4.2 Gli gli ambiti strategici della comunicazione d'impresa</b>             | 76 | 4.2.1 La comunicazione d'impresa                       | 15 |   | 10 | Progettare l'organizzazione. Le tecniche per il governo del cambiamento; Il modello per la gestione dei progetti. La fasi del progetto (avvio, relazioni, costo, tempi, il CPM – Critical Path Method). Gli strumenti per la gestione di un progetto. Il “City branding” per un modello di città partecipativa. Le Mappe urbane come narrazioni visive. La comunicazione di Relazioni Pubbliche: il Bilancio sociale, la comunicazione della Responsabilità sociale d'impresa. |
|  |    | 4.2.2 La Corporate Identity                            | 20 |   |    |  |
|  |    | 4.2.3 Organizzazione aziendale                         | 10 |   |    |  |
|  |    | 4.2.4 Il Project Management                            | 21 |   |    |  |

|  |    |  |    |   |    |  |
|--|----|--|----|---|----|--|
| <b>La comunicazione cross mediale.</b><br><b>5.1 Digital Marketing</b>                           | 50 |  | 15 | 5 | 30 | Content marketing, <i>storytelling</i> e posizionamento. Il Brief. Campagne "organiche" e sponsorizzate. Piano strategico.   |
| <b>La comunicazione cross mediale.</b><br><b>5.2 Social Media Strategy</b>                       | 91 |  | 36 | 5 | 50 | Gli stili mediatici emergenti. Il consumo dei media orientato all'ibridazione e al multitasking. Il nuovo ruolo dei social media e la loro influenza sul business. Opinion leader e <i>brand reputation</i> . Social media management.   |
| <b>La comunicazione cross mediale.</b><br><b>5.3 La visual identity.</b>                         | 60 |  | 20 | 5 | 35 | Il Marchio. Le mappe mentali. Psicologia della forma. La luce, il colore. La tipografia (storia, classificazione, anatomia e composizione). L'identità visiva della città a sostegno delle politiche di marketing territoriale. Progetto, segni, simboli, logo dinamico.   |
| <b>La comunicazione cross mediale.</b><br><b>5.4 Strumenti per la comunicazione di marketing</b> | 56 |  | 21 | 5 | 30 | Gli strumenti below the line: l'editoria aziendale, la comunicazione sul punto vendita, packaging, sponsorizzazioni.   |
| <b>La comunicazione cross mediale.</b><br><b>5.6 Il metaprogetto</b>                             | 64 |  | 24 | 5 | 35 | La comunicazione come elemento intrinseco della progettazione, realizzazione e promozione di prodotti/servizi. Il rapporto cliente/progettista: brief e step di revisione del progetto. Prodotti <i>User Generated Content</i> : la <i>transmedialità</i> . <i>Corporate storytelling</i> : comunicare identità, prodotti e ruoli aziendali. Testimonianze di imprenditori. Visite guidate ad imprese del settore. |
| <b>La comunicazione cross mediale.</b><br><b>5.7 Budgeting</b>                                   | 12 |  | 10 | 2 |    | Elementi di base per intervenire nella definizione del budget del piano di comunicazione.  |
| <b>Laboratori tecnologici.</b><br><b>5.8 Laboratorio di tecnologia grafica</b>                   | 59 |  | 36 | 3 | 20 | Il ciclo di lavorazione dello stampato: pre stampa, stampa e post stampa. Stampa off-set. Stampa lito-offset a foglio. Stampa digitale. Approfondimenti. Analisi di casi.  |
| <b>Laboratori tecnologici.</b><br><b>5.9 Laboratorio di grafica multicanale</b>                  | 80 |  | 40 | 5 | 35 | Strumenti per la gestione di file destinati alla multicanalità. Fotoritocco ed elaborazione digitale; impaginazione e grafica vettoriale; l'elaborazione di presentazioni con Keynote;   |



|  |    |  |            |           |            |  |
|--|----|--|------------|-----------|------------|--|
|  |    |  |            |           |            | Interfacce grafiche, website, responsive design; Modelli grafici e tecniche di pubblicazione per i social media; impaginazione SEO (blogging).   |
| <b>Laboratori tecnologici.<br/>5.10 Laboratorio di progettazione web</b>                               | 45 |  | 10         | 5         | 30         | I sistemi di gestione dei dati; l'ottimizzazione del prodotto (SEM e SEO).   |
| <b>Laboratori tecnologici.<br/>5.11 Laboratorio di gestione dei contenuti per i dispositivi mobili</b> | 85 |  | 50         | 5         | 30         | Analisi di tecnologie. Il funzionamento dei nuovi device. La creazione di pagine web per i dispositivi mobile; Web App.  |
| <b>Laboratori tecnologici.<br/>5.12 Laboratorio di gestione dei contenuti audiovisivi</b>              | 60 |  | 25         | 5         | 30         | Le principali tecniche di montaggio: montaggio audiovisivo, color correction, titolazione, colonna sonora (le musiche royalty free). Motion graphics, le principali tipologie di animazione. |
|  |    |  | <b>540</b> | <b>60</b> | <b>400</b> |  |