

Nombre: _____ Matricula: _____

Declaro estar informado de los reglamentos de evaluación de la Espol art. 19, 20 y 21

1.-Cuales de los siguientes No es usado en estrategia por crecimiento?

- a.- Identificar su Marca: Enfoque en Frecuencia
- b.- Visitas Personalizadas
- c.- Posicionar la Imagen
- d.- Disminuir los Beneficios
- e.- Mantener Servicio y Valor agregado
- f.- Desarrollo Promocional
- g.-• Desarrollo de productos aspiracionales
- h.- Monitorear niveles de Satisfacción

2.- Cual de los siguientes, NO ES el objetivo de una marca

- 1.- Sugerir algo acerca del producto, sus beneficios y empleo
- 2.- Servir de garantía de consistencia y calidad.
- 3.- Ayudar a darle reconocimiento al producto.
- 4.- Ayudar a crear una imagen del producto

3.- Cual de los siguientes NO ES una característica de marca

- 1.- No deben violar la protección legal de otra marca ya existente
- 2.-Distinguir el artículo o servicio
- 3.-Ser adaptable a nuevos productos que se incorporan
- 4.-Sugerir algo acerca del producto, sus beneficios y empleo

4.- Cual de los siguientes elementos no es considerado para determinar el valor de marca

- 1.- El nivel de Diferenciación de la Marca
- 2.-El éxito del Posicionamiento actual
- 3.- La Consistencia en la Diferenciación
- 4.-Ingresos
- 5.- El capital de inversión en publicidad
- 6.-Balance de las Marcas Propietarias

5.- A quien corresponde el siguiente concepto

Nombre simple en su forma y que sea incluso agradable en su forma de pronunciar, compatible en pronunciación en otros idiomas

- a.-Eufonia
- b.-Pronunciabilidad
- c.- Recordación
- d.- Brevedad
- e.-Sugestión

6.-Cual de los siguientes es la identidad visual de una marca

- a.-Grafismo
- b.- Fonotipo
- c.- Logotipo
- d.-Ninguno
- e.-Todos

7.-A quien corresponde el siguiente concepto

Son figuras o logotipos que diferencian visualmente a una marca. Es decir, son figuras distintivas que no pueden reconocerse fonéticamente, sólo visualmente.

- a.-Marca Innominada
- b.-Marca mixta
- c.-Marca nominativa
- d.-Marca Tridimensional

8.- A quien corresponde el siguiente concepto

Puede cederle el producto a intermediarios, bajo una comisión por la explotación de la marca

- a.-Patrocinio de intermediario
- b.-Patrocinio bajo licencia
- c.-Patrocinio de fábrica

9.- A quien corresponde el siguiente concepto

Es la marca perteneciente a una cadena de distribución (generalmente, híper o supermercado, de gran distribución especializada) con la que se venden productos de distintos fabricantes

- a.-Marca Blanca
- b.- Marca Individual
- c.-Marca Combinada
- d.-Marca Chimba

10.- A quien corresponde el siguiente concepto

Cuando la empresa introduce productos adicionales dentro de una categoría determinada bajo el mismo nombre de la marca.

- a.-Extensión de Línea
- b.-Extensión de marca
- c.-Marca compartida
- d.-Marca Nueva

11.- Escriba 3 diferencias entre promesa básica y slogan

Promesa básica	Slogan
1.-	1.-
2.-	2.-
3.-	3.-

12.-Escriba 2 características importantes de la promesa básica

- 1.-
- 2.-

13.-A quien corresponde el siguiente concepto

Permitir a los clientes que prueben los productos en un entorno relevante y significativo, que permita apreciar sus cualidades.

- 1.- Demo
- 2.- Degustación
- 3.- Tryvertising
- 4.- Version Trial

14.-A quien corresponde el siguiente concepto

Son eventos, hechos o tendencias en el ambiente externo de la organización que impiden, limitan o dificultan su desarrollo operativo.

- a.- Oportunidades
- b.- Debilidades
- c.- Amenazas
- d.- Puntos de Anclaje

15.- En que consiste una estrategia Do

16.- En que consiste una estrategia FA

17.- Que es una ventaja competitiva temporalmente sostenible

18.- Que es una imitación de la fortaleza distintiva

19.- Cuando existe poder negociador del cliente, cite 3 aspectos específicos

20.- Que es el riesgo de ingreso de competidores potenciales, cite 1 aspecto específico