

Nombre: \_\_\_\_\_ Matricula: \_\_\_\_\_

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

Respuesta correcta 100%, Respuesta Intermedia 50%, Incorrecta 0%. Cada pregunta 5 puntos.

1.- Que es el valor de Marca?

- 1.-Es el costo que tiene todo producto o servicio en el mercado
- 2.-Es el valor que adquiere una marca con el paso del tiempo
- 3.-Es el valor financiero de la marca, calculado a partir de su valor actual neto
- 4.-Es el valor que tiene una empresa por sus activos

2.- Cuales de los siguientes, SON 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
- 5.-

3.- Cuales de los siguientes SON características de una marca

- 1.- No deben violar la protección legal de otra marca ya existente
- 2.-Distinguir el artículo o servicio
- 3.- Ser Distintivo
- 4.-Servir de garantía, consistencia y calidad
- 5.-Ser adaptable a nuevos productos que se incorporan

4.- Cuales de los siguientes elementos SON considerados 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

El nombre de marca no debe cambiar según los modismos del lugar.

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

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

- a.-Grafismo      b.- Fono tipo      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

Es un conjunto de productos o servicios que guardan una relación entre sí, o que tienen una característica común en función de su utilidad o uso

- a.-Clases de Marcas      b.-Tipos de Marcas      c.-Nombres de Marcas      d.-Genero de Marca

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.- Que es una Marca Fuerte?

11.- A quien corresponde el siguiente concepto

Son frases que tienen como objetivo el distinguir un producto inclusive sin mencionar la marca, en diversas campañas publicitarias,

- 1.- Promesa básica
- 2.-Nombres comerciales
- 3.-Slogan
- 4.-Avisos comerciales

12.-Que es el Top of Mind ?

- 1.-Es la forma como recuerdo una marca de un producto o servicio
- 2.-Es la forma como se realiza la estrategia del producto para que el mercado lo recuerde rápidamente
- 3.-Es la forma como se percibe un producto o servicio en el mercado.

13.-A quien corresponde el siguiente concepto

Elabora sus productos silenciando su origen al elaborarlos con la marca de aquel cliente que compra su producción. Puede hacer productos bajo su propio nombre de marca y vender bajo marcas privadas.

- 1.- Pre producción
- 2.- Degustación
- 3.-Tryvertising
- 4.- Premier
- 5.-Patrocinio

14.-A quien corresponde el siguiente concepto

Son eventos, hechos o tendencias en el ambiente externo de una organización que podrían facilitar o beneficiar el desarrollo de ésta, si se aprovechan en forma adecuada

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

15.- Cual de los siguientes NO SON barreras de ingreso dentro del modelo de Porter

- 1.- Lealtad a marca
- 2.-Diferenciación del Producto
- 3.-Requisitos de capital
- 4.-Producto poco diferenciado

16.- En que consiste una estrategia FO

17.- Que es una ventaja competitiva temporalmente sostenible

18.- Que es una imitación de la fortaleza distintiva

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

20.-Que es la Amenaza de sustitutos cercanos, cite 1 aspecto específico