

NOMBRE : _____

1) CONTESTE VERDADERO (V) O FALSO (F)

- Los objetivos de la publicidad son : Informar, persuadir y vender_____
- Los medios ATL son los denominados no convencionales_____
- Interactuar con el grupo objetivo ayuda a determinar percepciones positivas o negativas sobre una compañía , producto o servicio_____
- El concepto central creativo define el CÓMO del mensaje comunicacional_____
- Un beneficio puede ser emocional o racional _____
- Las marcas no pueden forzar el reconocimiento y la atribución tienen que ganárselos_____
- La publicidad convencional posee imprevisibilidad_____
- La intrusión no permite al anunciante poner su mensaje en un lugar específico donde vaya a tener la mayor relevancia para el receptor_____
- La transformación consiste en la realidad con un giro_____
- Una instalación permite que los mensajes de las marcas cobren vida tridimensional y se integren por completo en la calle_____

Firma_____