EXAMEN PRIMER PARCIAL 2012, DISEÑO DE PACKAGING

Profesor: MS.c. Carlos González Lema

Nombre:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 30 Noviembre de 2012

**NOTA:** Letra legible, respuestas cortas y sin tachones.

**1.- Complete.**

¿Cuándo un empaque de una marca existente en el mercado debería evaluar el cambio de diseño o forma del packaging?. (Max 3 líneas)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

Escriba 5 y describa 1 de los tipos fundamentales de compradores (según Mark Hunter) a identificar y enfocarse previo al diseño de un packaging.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

Cuando hablamos de sectores en el mercado podríamos ejemplificar al sector lácteo, textil, confiterías, etc. Pero cuando hablamos de \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ nos referimos a que dentro de estos sectores, existen parámetros de las expectativas del publico respecto a una categoría de producto determinada.

Dentro de un sector deberemos identificar que un diseño podrá ser determinado por 2 funciones principales. Por su \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ que se refiere a los requisitos físicos necesarios para conservar, trasladar, y exponer el producto y por la intención, que se refiere \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

Recordemos ahora que un empaque tiene segundos para llamar la atención del cliente por lo que tener en cuenta en el lugar en el que irá a exhibirse un packaging mayormente es importante. Por ello deberemos definir si esta va a ser exhibido en un \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ o en \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

Cuando hablamos de un empaque a medida para todos, nos referimos a que un empaque debe conectar con las aspiraciones y expectativas específicas del mercado objetivo. Por ello deberemos identificar si nuestro futuro diseño de packaging deberá estar enfocado a una industria A medida, \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, o si será una marca \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

Un packaging marca blanca es: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

Un brief es sumamente importante para conocer los lineamientos de un cliente, A que preguntas debería este siempre responder. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

Explique la ruta de diseño en Convergencia: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

Escriba los 5 parámetros de la marca claves para que una marca o empresa tengan éxito. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

**2.- Ejemplifique:**

De 2 ejemplos de un packaging tipo único y 2 de un packaging tipo gama:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

De 2 ejemplos de Marcas comerciales:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

De 2 ejemplos de pacakging tipo monolíticos:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

De 2 ejemplos de packaging tipo Exclusivas:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

De 2 ejemplos de packaging tipo Promociónal:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

Mencione 2 tipos de plástico y mencione un ejemplo de su aplicación de cada uno.

**3.- Verdadero o Falso. Justifique su respuesta (2 líneas Max).**

Una campaña publicitaria puede presentar a un producto de la mejor manera, rodearlo del contexto más apropiado, darle notoriedad y conseguirle adhesión popular. Pero este arropamiento, esta protección, sólo puede llegar hasta la puerta del punto de venta. En la percha el producto esta solo frente al consumidor.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

El color no es generalmente el primer impacto atencional que recibimos de las cosas a través de la vista. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**4.- De los siguientes empaques proyectados, seleccione uno y analice su taquigrafía visual, el Lenguaje utilizado** (sinónimos, voces compuestas, fonética, nombres, aliteración, tono de voz)**, analice su color, si refleja su punto de diferencia, una personalidad, cual es su forma de persuasión y materiales.** *(Su capacidad de síntesis será evaluada, evite opiniones redundantes, no se califica por cantidad de palabras sino calidad de contenido)*