



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Escuela de Diseño y Comunicación Visual

Diseño de Packaging Examen 1er Parcial

Profesor: Msc. Carlos González



"Como estudiante de ESPOL me comprometo a combatir la mediocridad y a actuar con honestidad; por eso no copio ni dejo copiar."

.....
Firma de compromiso del estudiante".

Nombre: _____

Fecha: _____ Paralelo: _____

01. Técnicas de Innovación

_____ **Aprender a ver.** Hay que asegurarse de concentrarse en una necesidad real. No confundir una necesidad no expresada con una no existente.

_____ **EL Kaisen es obligatorio.** Alcanzar la perfección requiere una gran disciplina: crear un estándar, seguirlo y encontrar un camino mejor.

_____ **Dejarse guiar por el aprendizaje.** Sin duda, éste es el más complicado de los pasos de innovación. Muchas marcas consiguen esto mediante valores que trascienden el producto.

_____ Todas las anteriores.

_____ Ninguna de las anteriores.

02. Públicos y Sectores

_____ El primer paso hacia un buen diseño de packaging es identificar al público principal al que se dirigirá el diseño. Esto es imprescindible.

_____ Los 5 tipos de consumidores propuestos por Mark Hunter son: Clientes Fieles, de Descuento, Impulsivos, con necesidades, sin rumbo fijo.

_____ Hay que tomar en cuenta, en el proceso de diseño, las referencias de los sectores y convenciones para determinar los parámetros que pueden influir en nuestro diseño.

_____ Todas las anteriores.

_____ Ninguna de las anteriores.

03. Propósito e intención

_____ Intención, a veces llamada forma, se refiere a los requisitos físicos del packaging para proteger y presentar un producto.

_____ En un espacio comercial, para un envase no es necesario llamar la atención de los compradores potenciales.

_____ La diferencia entre el propósito e intención de un empaque radica en uno se enfoca en la forma y el otro en el mensaje.

_____ Todas las anteriores.

_____ Ninguna de las anteriores.

04. Responder a un Briefing

_____ El proceso de acortar un briefing implica que la agencia de diseño pida y obtenga información del cliente sobre el trabajo.

_____ El uso de las 4 W representa una herramienta irrelevante para pensar en cómo enfocar un trabajo de diseño.

_____ Entender el posicionamiento de mercado, Definir los objetivos, Crear un mensaje, Encontrar un argumento principal de venta, acordar fechas claves y entregas es absolutamente insensato cuando existe poco tiempo.

_____ Todas las anteriores.

_____ Ninguna de las anteriores

05. Taquigrafía visual

_____ El significado es un símbolo, una representación o dibujo, mientras que el significante es el producto.

_____ La diferencia entre símbolo y símbolos con relación al posicionamiento, radica en que el uno representa un concepto y el otro tener en cuenta la manera en como la gente interpreta en mensaje en función de los distintos entornos.

_____ Índice es un elemento gráfico que representa un objeto o persona en su más mínima expresión y sirve de referencia para otra cosa.

_____ Todas las anteriores.

_____ Ninguna de las anteriores.

06. Branding:

_____ Accesibilidad, relevancia, coincidencia, conexión emocional y valor son valoratorios de la marca.

_____ Las marcas se utilizan para comunicar atributos intrínsecos y la cuantía de un producto y/o empresa.

_____ Branding es el proceso de crear desde un nombre e imagen exclusivos de un producto para lograr que un cliente lo recuerde tanto en las campañas visuales como en el packaging.

_____ Todas las anteriores.

_____ Ninguna de las anteriores.

07. Monolíticas, Promocionadas y Exclusivas.

De la marcas proyectadas en la pizarra identificar cuál pertenece a la(las) categoría(s) mencionada(s).

_____ Monolíticas,

_____ Promocionadas,

_____ Exclusivas.

08. Lenguaje

_____ Aliteración: Son la voces compuestas cuyo significado se deriva de la unión de una o dos palabras.

_____ Sinónimos: Algunos nombres de marcas están formados por una combinación fonética de sílabas que suenan bien.

_____ Voces Compuestas: Es cuando una palabra tiene el mismo significado, o casi, que otra palabra o palabras.

_____ Todas la anteriores.

_____ Ninguna de las anteriores.

09. Recordando los estudios de casos leídos y analizados en clase. Observe, el producto en pantalla. Analícelo y responda:

¿El diseño corresponde a los públicos o sectores?

¿Es parte de una gama o es único?

¿Considera ha pasado por un proceso coherente de diseño? Justifique no mas de 15 palabras:

¿La personalidad proyectada es coherente con el branding construido alrededor de este producto?

¿Analice la taquigrafía visual del producto?

Recuerde no por mucho escribir va a mejorar su nota sea claro y conciso.