**EXAMEN DE IMAGEN CORPORATIVA PAR. 1**

**PRUEBA DE MEJORAMIENTO**

Nombre del Alumno

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

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 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Defina cuál es la diferencia para usted entre Imagen e Identidad**

Imagen es \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Identidad es \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Imagen Corporativa, término polisémico:

**Califique usted como verdaderas (V) o falsas (F), las siguientes polisemias del término**

\_\_\_\_ Imagen gráfica, imagen visual, imagen material, imagen mental, imagen de empresa, imagen de marca, imagen corporativa e imagen global.

\_\_\_\_ Imagen del espejo, imagen corriente, imagen deseada, imagen corporativa e imagen múltiple.

\_\_\_\_ Imagen símbolo, imagen global, imagen de actividades, imagen de los productos, imagen de los hombres e imagen como apariencia del hecho.

\_\_\_\_ Imagen real, potencial y óptima.

\_\_\_\_ La autoimagen, la imagen intencional y la imagen pública.

\_\_\_\_ Autoimagen e imagen social.

La Identidad Corporativa opera en dos planos:

**A) Más allá de la idea de representación.**

**B) Como resultado de la atribución de significados de terceros y, por tanto, sujeto a presunciones, juicios, actitudes. opiniones, gustos, etc.**

1. ¿Son verdaderas o falsas estas dos aseveraciones?

\_\_\_\_ Verdaderas \_\_\_\_ Falsas

2. De ser falsa alguna de ellas, ¿cuál sería la falsa y cuál la verdadera?

\_\_\_\_ Verdadera \_\_\_\_ Falsa

*IMPORTANTE: Si usted calificó como verdaderas a las dos aseveraciones de la pregunta uno (****1)****, no conteste la segunda pregunta (****2****).*

LUNES 15 DE SEPTIEMBRE DEL 2014

9h30 A 11h3

****

¿Es verdadera o false esta igualdad?

**MODELO DE IMAGEN = MODELO DE REPUTACIÓN**

\_\_\_\_ Verdadera \_\_\_\_ Falsa

Califique con un VISTO o una CRUZ, (verdadero o falso)

**¿Son correctas estas secuencias o pasos en la evolución de la Imagen Corporativa de una empresa?**

\_\_\_\_ Llegar a comprometer a la alta dirección de la empresa, comprometer el núcleo, el corazón de la organización.

\_\_\_\_ Redefinirse e interiorizar los principios y valores que determinarán la toma de decisiones a largo plazo de la empresa en el futuro

\_\_\_\_ Apertura al diálogo con los grupos de interés y relación de confianza a largo plazo.

\_\_\_\_ Establecimiento de objetivos que aumentan el valor de la marca-empresa

\_\_\_\_ Aportación de mejor calidad de relación con empleados, capacidad y atraer y retener el talento.

\_\_\_\_ Desarrollo de la confianza prolongada del mercado financiero.

\_\_\_\_ Transparencia informando fielmente a la sociedad de los resultados de las políticas de responsabilidad corporativas.

\_\_\_\_ Distinción de la empresa entre la globalización de mercados, productos, competencia, etc.

**Cultura Corporativa: DOS PUNTOS**

Califique con un VISTO o una CRUZ, (verdadero o falso)

**Al referirnos a la Cultura corporativa, nos referimos también a:**

\_\_\_\_ Sus formas de comportamiento y aprendizaje

\_\_\_\_ Oficinas y bodegas

\_\_\_\_ Las relaciones de poder dentro de la organización

\_\_\_\_ Las formas de influencia y cambio

\_\_\_\_ Los instrumentos de motivación y recompensa.

\_\_\_\_ Los activos de la empresa

\_\_\_\_ Los valores y las creencias

\_\_\_\_ Las normas de comportamiento

\_\_\_\_ Las políticas escritas de la organización

\_\_\_\_ La motivación vertical

\_\_\_\_ Los sistemas y procesos formales e informales

\_\_\_\_ Las políticas tributarias del país

\_\_\_\_ Las redes internas existentes en la organización

\_\_\_\_ Componentes de la cultura

\_\_\_\_ Correcto uso de materias primas

**Si la Misión, la Visión y los Valores son atributos que definen la estrategia empresarial y son también los atributos asociados a la cultura corporativa, defina cada uno de ellos.**

MISIÓN \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

VISIÓN \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

VALORES \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Marque las respuestas correctas

**¿Qué importancia tiene para los comunicadores controlar el valor de intangibles como la marca, la reputación y la responsabilidad social?**

\_\_\_\_ Agregan valor a los activos tangibles de la empresa.

\_\_\_\_ Facilitan la comunicación con sus públicos.

\_\_\_\_ Hacen que la empresa tenga un alto valor mercantil.

\_\_\_\_Los productos que comercializan son más conocidos.

**DOS PUNTOS**

Marque la respuesta correcta

**¿Qué efectos tienen los valores intangibles en el desarrollo de las empresas?**

\_\_\_\_ Los colaboradores trabajan más tranquilos.

\_\_\_\_ Los clientes de la empresa están siempre satisfechos

\_\_\_\_ Los organigramas y la línea de mando se re establecen.

\_\_\_\_ Aumentan la rentabilidad de la empresa.

**UN PUNTO**

Marque la respuesta correcta

**¿Por qué estos valores forman parte importante de la comunicación?**

\_\_\_\_ Porque son aprovechados para la motivación a los jefes y directores.

\_\_\_\_ Porque son factor estratégico para el crecimiento de la empresa.

\_\_\_\_ Porque se utilizan como plataforma creativa de campañas de publicidad.

Marque la respuesta correcta

**Filosofía, valores e interés en las personas, ¿son valores de la Empresa?**

**­­­**\_\_\_\_ Si \_\_\_\_ No

**¿Se los debe considerar como parte de su cultura organizacional?**

\_\_\_\_ Si \_\_\_\_ No

**¿Estos valores: filosofía e interés en las personas, hacen diferencia entre una empresa y otra?**

\_\_\_\_ Si \_\_\_\_ No

**¿Los programas y actividades forman parte de la estrategia de la comunicación interna o externa de las empresas?**

\_\_\_\_ Interna \_\_\_\_ Externa

**¿Es o no verdad que hoy en día una empresa vale tanto por sus activos como por su valor de marca?**

\_\_\_\_ Es verdad \_\_\_\_ No es verdad

**En momentos de crisis, no es relevante el valor de las marcas.**

\_\_\_\_ Verdadero \_\_\_\_ Falso

**El valor de marca implica todo lo que tenga que ver con:**

\_\_\_\_ Sustentabilidad \_\_\_\_ Responsabilidad Social \_\_\_\_ Los atributos propios de la marca \_\_\_\_ El valor Humano \_\_\_\_ El talento \_\_\_\_ La forma en que están acostumbrado a hacer negocios

**Para garantizar la consolidación de un valor sólido de marca, ¿los intangibles y la comunicación deben manejarse juntos, como un solo equipo; o deben ejercer cada uno su acción por separado?**

\_\_\_\_ Deben manejarse juntos como un solo equipo \_\_\_\_ Deben manejarse por separado

**La sustentabilidad y la responsabilidad social son atributos del Valor de la Marca?**

\_\_\_\_ Verdadero \_\_\_\_ falso

**¿El valor de marca se afecta por el valor humano, el talento y la forma como se acostumbra a hacer negocio?**

\_\_\_\_ Verdadero \_\_\_\_ falso

Marque las respuestas correctas

**Qué entiende por Servicio a la Comunidad, cuando nos referimos a las empresas.**

\_\_\_\_ Es una obligación a cumplir.

\_\_\_\_ Es una tarea que consume tiempo de trabajo productivo.

\_\_\_\_ Son programas y actividades para servir a las comunidades.

\_\_\_\_ No es responsabilidad empresarial sino de los gobiernos seccionales.

\_\_\_\_ Son programas y actividades para fomentar lazos de unión y compromisos de responsabilidad y trabajo entre los colaboradores internos de las empresas.

\_\_\_\_ Permiten hacer contactos cruzados entre diferentes departamentos de las empresas, cuyos colaboradores no se conocen personalmente.

\_\_\_\_ Proporcionar servicios de salud, enfermaría, guardería, comedores, facilidades, buen trato, ambientes saludables y equipo adecuado de trabajo ¿Es parte de la Responsabilidad Social?

\_\_\_\_ No es necesario invertir recursos en personas que tienen la obligación de cumplir con su trabajo.

**\_\_\_\_** Fomentar el voluntariado de los colaboradores.