

*“Como estudiante de Espol, me comprometo a combatir la mediocridad y a actuar con honestidad; por eso no copio ni dejo copiar”*

Nombre: \_\_\_\_\_ Firma: \_\_\_\_\_

*Nota: Recordar que por cada falta ortográfica se restará un punto a la nota final de esta lección*

1. Según lo aprendido, al hablar de Consumer Insights, para entender al consumidor necesitamos comprender más de su parte:  
( 2 puntos)

- a) Consciente
- b) Inconsciente

2. Complete el siguiente enunciado:  
(3 puntos)

\_\_\_\_\_ es una actividad de comunicación, que promueve la venta de un artículo o la divulgación de una idea, postura o noticia.

3. ¿Cuál es la función de un Brief en una campaña publicitaria? (4 puntos)

---

---

---

---

4. Complete: (3 puntos)

La técnica de “la mosca en la pared” consiste en:

---

---

---

---

5. Encierre la respuesta correcta: (3 puntos)

Entre las técnicas para detección de insights tenemos:

- a) Enfoque de producto, Enfoque de consumidor
- b) Idea, Concepto Creativo, Estrategia Creativa
- c) Q.G.E. (Qué Gano en el Estanque)
- d) Vivir la Experiencia, Expertos Inesperados, Mosca en la Pared

6. Según el caso mostrado:



Según un estudio se ha determinado que el consumidor promedio de papas Lay's tiene una edad entre los 13-18 años, y suele ir a comprar a la tienda de barrio más cercana a su hogar cuando desea una para consumo personal, pero si va a comprar por mayor volumen o de mayor tamaño lo hace en un supermercado, generalmente las disfruta en su casa viendo televisión o en reuniones sociales con sus amigos, en varias observaciones se ha notado que un elemento llamativo para el usuario es el color del empaque y el sonido (crujido) que realiza la papa al momento de ser mordida.

¿Cuál de las siguientes estrategias es resultante del estudio de Insights en el caso Lay's para poder incrementar sus ventas?  
(5 puntos)

- a) Crear una edición especial de Lay's con nuevo empaque.
- b) Crear góndolas y POS con sonidos ambientales y aroma de las papas crujientes.
- c) Poner en el mercado un nuevo sabor para nuevos consumidores.
- d) Crear una promoción con aumento del 20% más de contenido en los empaques.

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL**  
**ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL**  
**TALLER DE DISEÑO PUBLICITARIO I**  
**Examen Primer Parcial**

**7. El proceso creativo en la publicidad consta de 3 niveles, ¿en qué consiste cada uno de ellos?: (6 puntos)**



a) Nivel Conceptual

---

---

---

---



b) Nivel Ejecucional

---

---

---

---



c) Nivel de Dirección,  
Producción y Post-  
Producción

---

---

---

---

**8. Relacione las opciones con los enunciados a los cuales pertenecen (6 puntos)**

a) Creatividad Publicitaria

b) Diseño Gráfico

c) Diseño Publicitario

d) Concepto

- \_\_\_\_\_ 1) Proceso creativo que propone soluciones a problemas comerciales mediante la creación de piezas gráficas y audiovisuales que comunican efectivamente una marca, producto o servicio.
- \_\_\_\_\_ 2) El primer estímulo que recibe el usuario de una publicidad.
- \_\_\_\_\_ 3) Es un proceso de interpretación y traducción de elementos del lenguaje de una cultura; aporta significados a todo lo que nos rodea.
- \_\_\_\_\_ 4) Es el diferencial que se quiere mostrar en el mercado, el por qué cree que la pueden elegir, aquello que se distancia de la competencia de algún modo.

**9. Complete el siguiente enunciado: (3 puntos)**

\_\_\_\_\_ es una comprensión fresca y no todavía obvia de las creencias, valores, hábitos, deseos, motivos, emociones o necesidades del cliente, que puede convertirse en base para una ventaja competitiva.