

FACULTAD DE ARTE, DISEÑO Y COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL
EXAMEN PRIMER PARCIAL DISEÑO DE MARCA T1 - 2019

ALUMNO: _____ **FECHA:** _____ **PARALELO:** _____

COMPROMISO DE HONOR

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.

No olvide escribir sus nombres y apellidos o su evaluación no tendrá validez. Por favor lea el compromiso de honor y firmelo inmediatamente antes de empezar con el examen. No se admiten cambios en la respuesta con corrector, tachones o borradores. El examen tiene una valoración de 40 pts.

1. Señalé con una X la respuesta correcta y en blanco la incorrecta (2 pts.)

_____ La etimología de la palabra MARCA proviene de la antigua palabra noruega BRANDR que significa quemar.

_____ Las marcas se crearon para diferenciar productos que corrían el riesgo de ser tan difíciles de diferenciar como dos gotas de agua.

_____ Marca es igual que logotipo.

_____ Imagen Corporativa es lo que la empresa Comunica a su público.

_____ Identidad Corporativa es lo que el público percibe.

_____ Las situaciones de cambio de la imagen corporativa son: Globalización , privatización, entorno cambiante, fusión de empresas.

_____ Marca es mucho más global y recoge todos los aspectos que definen a una compañía, aspectos físicos y abstractos.

_____ La identidad corporativa se define por dos parámetros: lo que la empresa es y lo que hace.

_____ La marca a diferencia de los productos, servicios y técnicas, no se puede copiar ni imitar.

_____ Existen diversas situaciones que impactan en la organización de las marcas como crecimiento orgánico, segmentación de mercado, cambios climáticos y expansión internacional.

_____ Los valores son el centro desde el que todo irradia - incluyendo como luce (diseño), mensaje (voz), y relaciones (servicio al cliente) de tu marca.

_____ nivel conceptual es la observación del nacimiento y desarrollo de la marca, desde el nivel creativo, pone de manifiesto su estructura actual.

_____ La evaluación de la marca contempla cuatro parámetros que son investigación, análisis, planificación y evaluación.

_____ El naming es el proceso creativo mediante el cual se crea el nombre de una marca. Es decir, es la cara de la marca, la primera impresión de los clientes.

_____ Las marcas descriptivas describen el producto o servicio, el beneficio que aporta o alguna característica principal del mismo. También pueden referirse a la actividad que desarrolla la empresa a la que va a representar. De esta forma, sin tener conocimiento.

2. Caso práctico: el señor Moncayo lo contrata como diseñador para la propuesta de la marca de su negocio. Su público objetivo es medio y alto y sus servicios son de comida de mariscos a domicilio, por ende, necesitará una identidad que lo represente, tomar en cuenta las indicaciones de la clase, indicar el área autónoma. Utilizar regla, marcador y otros elementos necesarios. (10 pt)

FACULTAD DE ARTE, DISEÑO Y COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL
EXAMEN PRIMER PARCIAL DISEÑO DE MARCA T1 - 2019

ALUMNO: _____

FECHA: _____

PARALELO: _____