



**ESPOL**  
"Impulsando la sociedad del conocimiento"

**EDCOM**

Escuela de Diseño + Comunicación Visual

**EXAMEN DEL PRIMER PARCIAL**  
**ASIGNATURA: IMAGEN CORPORATIVA**

Nombre: ..... Fecha: .... / .... / 2016 Par.: .....

**"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

**ADVERTENCIA:** Está prohibido el uso de liquid paper y lápiz. No se aceptan tachones o enmendaduras. Piense bien antes de contestar pues por un manchón se le descalificará su respuesta sin opción a reclamo. Escoja solamente una opción en los reactivos presentados. Si hay dos respuesta en una pregunta se calificará con cero. Desde la pregunta 1 hasta la 7 vale 4 puntos. Examen sobre 40 puntos.

**1. Relacione los conceptos con sus características:**

| Conceptos                              | Opciones de Resp. |
|--|-------------------|
| 1. Imagen Corporativa                  | a) 1d, 2a, 3c, 4b |
| 2. Identidad Corporativa               | b) 1b, 2a, 3c, 4c |
| 3. Investigación en imagen corporativa | c) 1c, 2d, 3a, 4b |
| 4. Auditoria y estrategia de imagen    | d) 1e, 2d, 3a, 4b |

**Características**

- a) Lo que la empresa comunica a su público. (Historia, Cultura)
- b) Lo que la empresa es, lo que la empresa dice que es, y lo que los públicos creen que es la empresa.
- c) Análisis de las marcas de la competencia interna y externa, discriminación y procesos.
- d) Lo que el público percibe (Visual, Intangible, Atributos)

**2. ¿Qué analiza las técnicas de investigación de imagen corporativa?. Opciones de respuestas**

- 1. Análisis de los suministros laborales.
- 2. Análisis de las marcas de la competencia interna y externa, discriminación y procesos.
- 3. Análisis de los productos que intervienen en la empresa.
- 4. Análisis de los clientes y la percepción hacia la marca.

**3. Complete el siguiente espacio vacío. La investigación de la imagen debe de ser \_\_\_\_\_ sistemática, \_\_\_\_\_ fiable \_\_\_\_\_.**

- 1. Objetiva, censurada, valida.
- 2. Objetiva, valida, relevante.
- 3. Objetiva, critica, relevante.
- 4. Objetiva, censurada, critica.

**4. ¿Cuál tipo de cultura Corporativa, pertenece el siguiente concepto?**

*El objetivo principal es llevar a cabo un proyecto específico, facilitando las herramientas necesarias para lograrlo con rapidez y eficacia.*

- a. Cultura de la tarea
- b. Cultura del poder
- c. Cultura de la función
- d. Cultura Individual

**5. Señale cual de las siguientes opciones es una metodología en la auditoría y Estrategia de Imagen:**

- 1. Observación de campo.
- 2. Investigación exploratoria: técnicas cualitativas.
- 3. Recopilación de datos por internet.
- 4. Entrega de encuestas.

**6. Relaciones los siguientes conceptos**

**Dimensiones de la Auditoria de la Imagen**

- 1. Identidad
- 2. Comunicación
- 3. Imagen

**Conceptos**

- a) Lo que la empresa DICE lo que es
- b) Lo que es la empresa ES
- c) Lo que los públicos CREEN que es la empresa

- 1. 1b ,2c,3 a
- 2. 1 a, 2b ,3 c
- 3. 1c, 2b,3 a
- 4. 1b. 2 a, 3c

**7. ¿De qué forma las empresas usan la responsabilidad social?**

- a. El impacto causado en la sociedad. Compromiso a contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general para mejorar su calidad de vida.
- b. Organizar a los trabajadores de la empresa para realizar limpieza en la empresa y en las calles de la ciudad.
- c. Se entiende como la fuerza vital de la empresa, estilo y comportamientos.
- d. Se realiza un análisis de la situación, con fuentes secundarias, técnicas cualitativas, técnicas cuantitativas y técnicas multivariabes.

**8. Caso de Estudio (5 puntos)**

CARREFOUR, es uno de los principales grupos de distribución comercial en el mundo. Ha decidido recientemente modificar la imagen de algunos de sus logotipos.

Actualmente Carrefour cuenta con más de 170 hipermercados (CARREFOUR y CARREFOUR PLANET). Donde se expende productos de consumo masivo, y artículos para el hogar, sus colores corporativos son el azul, verde y blanco. Su público objetivo es para clase media alta a alta.

Según las situaciones de cambio de Imagen Corporativa **¿Cuál sería la opción a elegir y, ¿porqué?**

