



Nombre: Firma:

“Como estudiante de ESPOL combato la mediocridad, por eso no copio ni dejo copiar.”

01. Seleccione el orden cronológico adecuada de la evolución del packaging. (2 puntos)

- A. Pieles animales. E. Bolsas de papel.
B. Cartón corrugado. F. Tetrapack.
C. Vasijas barro comercio. G. Plástico.
D. Latas de metal. H. Envases vidrio.
- A,D,F,G,H,C,B,E.
 A,D,H,E,C,B,E,G.
 A,C,H,E,G,D,B,F.
 C,A,B,D,F,E,G,H.
 Ninguna de las anteriores.

02. Las preguntas básicas que debe responder un brief son: (2 puntos)

- ¿Qué?, ¿Quién?, ¿Cómo?, ¿Dónde?.
 ¿Qué?, ¿Quién?, ¿Cuánto?, ¿Para qué?.
 ¿Quién?, ¿Cómo?, ¿De qué?, ¿Cuánto?.
 ¿Qué?, ¿Quién?, ¿Por qué?, ¿Dónde?, ¿Cómo?.
 Ninguna de las anteriores.

03. Packaging:(2 puntos)

- Proteger, transporta, apilar, contiene, promociona.
 Proteger, transporta, apilar, contiene.
 Proteger, transporta, contiene.
 Todas las anteriores.
 Ninguna de las anteriores.

04. El proceso de diseño de packaging son: (2 puntos)

- Descubrimiento, creación, mejoramiento, implementación y producción.
 Descubrimiento, brief, creación, mejoramiento, implementación y producción.
 Descubrimiento, creación, mejoramiento y producción.
 Todas las anteriores.
 Ninguna de las anteriores.

05. Taquigrafía visual: (4 puntos)

- El significante es un símbolo, una representación o un dibujo, mientras que el significado es el producto.
 El significado es un símbolo, una representación o un dibujo, mientras que el significante es el producto.
 El significado es un método que puede utilizarse para la mayoría de productos e incorporarse con facilidad en los aspectos visuales del diseño del packaging.
 Todas las anteriores.
 Ninguna de las anteriores.

06. Branding: (4 puntos)

- El branding es el proceso completo de crear un nombre y una imagen exclusivos para un producto y hacer que el consumidor los recuerde, a través de campañas publicitarias y de materiales de packaging.
 Accesibilidad, 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.
 Todas las anteriores.
 Ninguna de las anteriores.

07. Un envase se compone esencialmente de dos partes distancias: (4 puntos)

- Su aspecto físico y su diseño. Su aspecto hace referencia su forma y su ergonomía, mientras que el diseño se refiere a los gráficos que explican la historia al consumidor.
 El aspecto de un envase está relacionado con el desarrollo de una forma apropiada y con el uso de unos materiales necesarios que darán como resultados la funcionalidad física requerida a un coste que sea aceptable.
 El diseño pretende explicar una historia o establecer una narrativa para un producto que genere el atractivo suficiente y persuada a la gente para comprarlo.
 Todas las anteriores.
 Ninguna de las anteriores.

08. Ergonomía: (6 puntos)

- Se relaciona con el desarrollo de una forma apropiada y los materiales necesarios para encontrar una funcionalidad a un coste aceptable.
 Es la ciencia que aplica al packaging facilita las interacciones humanas con el producto durante su consumo y aunque en menor medida, la manipulación de este durante la distribución.
 La ergonomía es la ciencia de diseñar un packaging para que se adapte o facilite las interacciones humanas con un producto durante su trayecto por la cadena de distribución.
 Todas las anteriores.
 Ninguna de las anteriores.

09. Medallones: (6 puntos)

- Aparecen cuando se ofrece algo extra al consumidor. Generalmente utilizan números extrategicos.
 No son parte del diseño principal, su naturaleza implica que se ha añadido a posteriori, como aval de calidad.
 Se suelen utilizar para la información de un nuevo tamaño o peso de producto.
 Todas las anteriores.
 Ninguna de las anteriores.

10. Acabados de impresión y materiales: (8 puntos)

- Quemado: Una imagen puede marcarse sobre una superficie de madera por pirograbado. Éste es un método de volumen medio que añade un toque de elegancia al producto.
 Impresión offset directa: Un método de alto volumen en el que se imprime una imagen directamente sobre le envase, como en las latas de aluminio de bebidas.
 Relieve: Es un método de bajo volumen que implica estampar en relieve un diseño sobre una superficie de metal, papel o cartón, dejando un acabado atractivo y táctil.
 Todas las anteriores.
 Ninguna de las anteriores.