

1.-A quien corresponde el siguiente concepto, defina la razón de su selección y de un ejemplo aplicativo: . Esta basado en hechos futuros alineados a un objetivo basado en una cantidad de planes y actividades a ejecutar (15)  
a.- Objetivos b.- Metas c.- Planificación Estratégica d.- Planeación estratégica e.- Plan Táctico

2.-A quien corresponde el siguiente concepto, defina la razón de su selección y de un ejemplo aplicativo: . Está basado en la aplicación de planes correctivos para el cumplimiento de la **misión** organizacional (15)  
a.- Objetivos b.- Metas c.- Planificación Estratégica d.- Planeación estratégica e.- Plan Táctico

3.-Que es la Misión y, Cuales son sus componentes. Escriba un ejemplo aplicativo, en el cual identifique cada uno de los componentes ( 15 puntos)

Concepto.- \_\_\_\_\_

Componentes 1.- \_\_\_\_\_ 2.- \_\_\_\_\_ 3.- \_\_\_\_\_

Ejemplo \_\_\_\_\_

4.-Que es la Visión, escriba un ejemplo aplicativo. (10)

Ejemplo \_\_\_\_\_

5.-Que es un Objetivo, escriba un ejemplo aplicativo, en el cual identifique por lo menos 5 características que lo identifiquen (12)

Concepto.- \_\_\_\_\_

1.- \_\_\_\_\_ 2.- \_\_\_\_\_ 3.- \_\_\_\_\_ 4.- \_\_\_\_\_ 5.- \_\_\_\_\_

6.-Cual de los siguientes es la identidad visual de una marca

a.-Grafismo b.- Fonotipo c.- Logotipo d.-Ninguno e.-Todos

7.-A quien corresponde el siguiente concepto

Son figuras o logotipos que diferencian visualmente a una marca. Es decir, son figuras distintivas que no pueden reconocerse fonéticamente, sólo visualmente.

a.-Marca Innominada b.-Marca mixta c.-Marca nominativa d.-Marca Tridimensional

8.- A quien corresponde el siguiente concepto

Puede cederle el producto a intermediarios, bajo una comisión por la explotación de la marca

a.-Patrocinio de intermediario b.-Patrocinio bajo licencia c.-Patrocinio de fabrica

9.- A quien corresponde el siguiente concepto

Es la marca perteneciente a una cadena de distribución (generalmente, híper o supermercado, de gran distribución especializada) con la que se venden productos de distintos fabricantes

a.-Marca Blanca b.- Marca Individual c.-Marca Combinada d.-Marca Chimba

10.- A quien corresponde el siguiente concepto

Cuando la empresa introduce productos adicionales dentro de una categoría determinada bajo el mismo nombre de la marca.

a.-Extension de Linea b.-Extension de marca c.-Marca compartida d.-Marca Nueva

11.- Escriba 3 diferencia entre promesa básica y slogan

Promesa básica	Slogan
1.-	1.-
2.-	2.-
3.-	3.-

12.-Escriba 2 características importantes de la promesa básica

1.-  
2.-

13.-A quien corresponde el siguiente concepto

Permitir a los clientes que prueben los productos en un entorno relevante y significativo, que permita apreciar sus cualidades.

- 1.- Demo 2.- Degustación 3.-Tryvertising 4.- Version Trial

14.-A quien corresponde el siguiente concepto

Son eventos, hechos o tendencias en el ambiente externo de la organización que impiden, limitan o dificultan su desarrollo operativo.

- a.- Oportunidades b.-Debilidades c.-Amenazas d.-Puntos de Anclaje

15.- En que consiste una estrategia Do

16.- En que consiste una estrategia FA

17.- Que es una ventaja competitiva temporalmente sostenible

18.- Que es una imitación de la fortaleza distintiva

19.-Que es Táctica y Plan Táctico, escriba un ejemplo aplicativo, identifique la diferencia entre ambos.(12)

Tactica \_\_\_\_\_

Plan Tactico \_\_\_\_\_

Ejemplo \_\_\_\_\_

Diferencia \_\_\_\_\_

20.-Que es el riesgo de ingreso de competidores potenciales, cite 1 aspectos especifico

21.-Cuales de los siguientes No es usado en estrategia por crecimiento?

- a.- Identificar su Marca: Enfasis en Frequency b.- Visitas Personalizadas e.- Mantener  
c.- Posicionar la Imagen d.- Disminuir los Beneficios  
Servicio y Valor agregado f.- Desarrollo Promocional  
g.-• Desarrollo de productos aspiracionales h.- Monitorear niveles de Satisfacción

22.- Cual de los siguientes, NO ES el objetivo de una marca

- 1.- Sugerir algo acerca del producto, sus beneficios y empleo  
2.- Servir de garantía de consistencia y calidad.  
3.- Ayudar a darle reconocimiento al producto.  
4.- Ayudar a crear una imagen del producto

23.- Cual de los siguientes NO ES una característica de marca

- 1.- No deben violar la protección legal de otra marca ya existente  
2.-Distinguir el artículo o servicio  
3.-Ser adaptable a nuevos productos que se incorporan  
4.-Sugerir algo acerca del producto, sus beneficios y empleo

24.- Cual de los siguientes elementos no es considerado para determina el valor de marca

- 1.- El nivel de Diferenciación de la Marca 2.-El éxito del Posicionamiento actual  
3.- La Consistencia en la Diferenciación 4.-Ingresos  
5.- El capital de inversión en publicidad 6.-Balance de las Marcas Propietarias

25.- A quien corresponde el siguiente concepto

Nombre simple en su forma y que sea incluso agradable en su forma de pronunciar, compatible en pronunciacion en otros idiomas

- a.-Eufonia b.-Pronunciabilidad c.- Recordacion d.- Brevedad e.-Sugestion