Examen de Gestión de Medios I Dic 06 del 2010

Instructor: Dr. Gustavo Galio M. M. Sc. Alumno: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Instrucciones: Circule la letra a su respuesta correcta No se admiten borrón/tachados

**DECLARO CONOCER Y ESTAR INFORMADO DE LOS ARTICULOS 19, 20 Y 21 DEL REGLAMENTO EVALUACION ESPOL**

1.- El Segundo medio en importancia, utilizado como soporte para una campaña publicitaria de las pequeñas empresas es: Circule la respuesta correcta

a.- Televisión b.- Internet c.- Cine d.-Periódicos e.- Radio f.-Revistas g.- Vallas

a.- Explique la razón de su selección b.- Describa un ejemplo aplicativo

2.- Cuales de los siguientes NO SON vehículos de comunicación y contacto de marca?

a.- Símbolos b-Ambiente c-Eventos, d.-Comportamiento de empleado e-Cliente f.-Ambiente

a.- Explique la razón de su selección b.- Describa un ejemplo aplicativo

3.- Las **Partes** de la comunicación es: Circule la letra a su respuesta correcta

a-Emisor/receptor b-mensaje/medio c-Codificación/decodificación/respuesta /retroalimentación

a.- Explique la razón de su selección b.- Describa un ejemplo aplicativo

4.- Que es Alcance, Frecuencia, e Impacto, escriba un ejemplo de cada uno.

Alcance: Ejemplo

Frecuencia: Ejemplo

Impacto: Ejemplo

5.- Que medios convergen con la tecnología actual, son:

a- Teléfono celular b- Cine c- Internet d- Televisión e-Radio f.- Todos los anteriores

a.- Explique la razón de su selección b.- Describa un ejemplo aplicativo

6.- Explique que es un brochure y como es su forma de distribución

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

7.-A quien corresponde el siguiente concepto.

Es la forma como las personas perciben a la empresa o sus productos, es afectada por muchos factores incontrolables

a.- Identidad b.- Top of Mind c.- Imagen d.- Publicidad e.- Posicionamiento f.-Todos

a.- Explique la razón de su selección b.- Describa un ejemplo aplicativo

8.- Que es un ambiente?

a.- El espacio físico que representa al producto/bien o servicio y que es que logra las ventas

b.-El espacio físico que ocupa un producto/servicio, es un importante generador de imágenes.

c.-El espacio físico que tienen en la mente del consumidor los usuarios/consumidores.

d.-El espacio físico que ocupa, muestra lo que es el producto/servicio, en el cliente.

a.- Explique la razón de su selección b.- Describa un ejemplo aplicativo

9.-Cual de las siguientes no sirve para desarrollar y comunicar posicionamiento (7 puntos)

a- Importancia b-Superioridad c-Distinción d-Promoción e-Exclusividad f-Rentabilidad

a.- Explique la razón de su selección b.- Describa un ejemplo aplicativo

10. Defina CUANDO utiliza ALCANCE y CUANDO FRECUENCIA. Describa un ejemplo