***TALLER DE DISEÑO PUBLICITARIO II Prof.: Marusia Castillo C. , MBA***

***SEGUNDO PARCIAL 2011***

***NOMBRE :*** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. ***CONTESTE VERDADERO (V) O FALSO (F). 40 puntos***
   * El mailing o correo directo no se preocupa por competir con los envíos comerciales que inundan los buzones.\_\_\_\_
   * El mass media es siempre la mejor alternativa\_\_\_\_\_
   * La ventaja de la comunicación interactiva radica en que se recuerda mucho más \_\_\_\_\_
   * Los atributos nunca pueden convertirse en beneficio \_\_\_\_\_\_
2. ***CONTESTE SEGÚN SUS PALABRAS. 30 puntos***

Describa 2 de los caminos creativos estudiados.

¿En qué consiste la Ilusión según las técnicas de publicidad alternativa?

¿Cuáles son los dos objetivos que debe logar una buena composición gráfica?

**ANALICE EL SIGUIENTE AVISO Y CONTESTE 30 puntos**

• ¿Cuál es el concepto de comunicación?

• ¿Cuál es el concepto central creativo?

• ¿Qué camino creativo se utilizó?

