Examen I Termino Gestión de Medios II Alumno:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2 Julio 2012 Fila 1

No se admiten tachones Declaro estar informado de los artículos 19,20, 21 de evaluación.

**Art. 21**.- Todo estudiante que cometa en cualquier evaluación actos de **DESHONESTIDAD ACADÉMICA PREMEDITADA** recibirá como sanción, la primera vez, la automática reprobación de la materia correspondiente. En **caso de reincidir en los mismos actos, se anulará su matrícula en forma definitiva y por ningún motivo se le volverá a extender matrícula en la Institución.** Para la aplicación de la sanción correspondiente, el profesor deberá comunicar sobre la falta cometida por el estudiante al Vicerrector General, con copia al Directivo de la Unidad Académica, quien a su vez impartirá a la Secretaría Técnica Académica y a la Secretaría Administrativa las instrucciones que sean del caso, debiendo esta última comunicar por escrito al estudiante la aplicación de la sanción. En caso de estudiantes que incurran en actitudes deshonestas **CIRCUNSTANCIALES** durante un examen o aporte el profesor impedirá la continuación del examen o aporte a dicho estudiante, el que deberá abandonar la sala, correspondiéndole como sanción, la calificación de CERO en el examen escrito o aporte, según sea el caso.
**Art. 22.-** Si un estudiante es sorprendido suplantando a otro, o si es suplantado en la rendición de exámenes y lecciones, los dos estudiantes serán sancionados con la expulsión temporal de cuatro términos académicos regulares consecutivos, contados a partir del término académico en que se cometió la falta. El profesor de la materia en que se cometió la falta, informará al Vicerrector General, con copia al Directivo de la Unidad Académica, quien a su vez impartirá a la Secretaría Técnica Académica y a la Secretaría Administrativa las instrucciones que sean del caso, para la aplicación de esta sanción, debiendo esta última comunicar por escrito la sanción al estudiante.

1. Seleccione el concepto correcto de Planificación Estratégica de Medios y de 1 ejemplo aplicativo

1.-Cantidad de planes y actividades a ejecutar cada unidad operativa, de nivel superior dependiendo del tamaño. Ej.

2.- Cursos de acción preventiva de una planeación a corto, mediano, o largo plazo, para conseguir un objetivo Ej:

3.- Cursos de acción correctiva de una planeación a corto, mediano, o largo plazo, para conseguir un objetivo Ej:

4.- Cursos de acción curativa de una planeación a corto, mediano, o largo plazo, para conseguir un objetivo Ej:

2.- Escriba cuatro objetivos de la publicidad en la etapa de decisión de compra

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

3.-Indique tres factores que predominan en el presupuesto publicitario.

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

4.- De los métodos para fijar el presupuesto en cual se evalúa el **share of voice/share of market.**

1.-Partida de Competencia en el mercado 2.-Objetivo / Tarea 3.- Costeable

4.- Paridad Competitiva 5.- Porcentaje de ventas 6.- Rentabilidad del producto

5.- CUAL de los siguiente NO ES UN factor que debe considerar al momento de decidir sobre el mensaje?

Indique y racionalice el porqué de su selección

1.- Promesa de beneficio o atractivo 2.- Utilizar un lenguaje no técnico en la comunicación

3.- El apoyo promocional 4.- El apoyo de la promesa o atractivo 5.- La necesidad del cliente

6.- De los siguientes aspectos CUAL NO ES parte fundamental para evaluar una campaña respecto al efecto del contenido del mensaje? Indique y racionalice el porqué de su selección

1.-Efecto fue tal como se diseño? 2.- Efecto publicitario igual o mayor al esperado

3.-Efecto en diseño del anuncio fue muy atractivo? 4.- Efecto comunicación igual o mayor al esperado

7.- Indique tres formas como los medios producen ganancias visibles, de un ejemplo aplicativo?

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

8.- Explique que es una retorica mediática y escriba un ejemplo aplicativo

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_9.- Que es el Timing? De un ejemplo

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

10.- Cual es el papel de la audiencia como ente activo. De un ejemplo

a- Que la audiencia se convierta en instrumento de consumo en mano de los medios, que los utilizan para vender la publicidad que sostiene al propio medio

b.- Que la audiencia haga elecciones en función a la probabilidad de que un medio satisfaga sus necesidades.

c.-Que la audiencia se convierta en instrumento de consumo en mano de los televidentes, para que puedan vender la publicidad que sostiene al propio medio

d.- Que la audiencia haga elecciones en función a la seguridad de que un medio satisfaga sus necesidades.

Examen I Termino Gestión de Medios II Alumno:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2 Julio 2012 Fila 2

No se admiten tachones Declaro estar informado de los artículos 19,20, 21 de evaluación.

**Art. 21**.- Todo estudiante que cometa en cualquier evaluación actos de **DESHONESTIDAD ACADÉMICA PREMEDITADA** recibirá como sanción, la primera vez, la automática reprobación de la materia correspondiente. En **caso de reincidir en los mismos actos, se anulará su matrícula en forma definitiva y por ningún motivo se le volverá a extender matrícula en la Institución.** Para la aplicación de la sanción correspondiente, el profesor deberá comunicar sobre la falta cometida por el estudiante al Vicerrector General, con copia al Directivo de la Unidad Académica, quien a su vez impartirá a la Secretaría Técnica Académica y a la Secretaría Administrativa las instrucciones que sean del caso, debiendo esta última comunicar por escrito al estudiante la aplicación de la sanción. En caso de estudiantes que incurran en actitudes deshonestas **CIRCUNSTANCIALES** durante un examen o aporte el profesor impedirá la continuación del examen o aporte a dicho estudiante, el que deberá abandonar la sala, correspondiéndole como sanción, la calificación de CERO en el examen escrito o aporte, según sea el caso.
**Art. 22.-** Si un estudiante es sorprendido suplantando a otro, o si es suplantado en la rendición de exámenes y lecciones, los dos estudiantes serán sancionados con la expulsión temporal de cuatro términos académicos regulares consecutivos, contados a partir del término académico en que se cometió la falta. El profesor de la materia en que se cometió la falta, informará al Vicerrector General, con copia al Directivo de la Unidad Académica, quien a su vez impartirá a la Secretaría Técnica Académica y a la Secretaría Administrativa las instrucciones que sean del caso, para la aplicación de esta sanción, debiendo esta última comunicar por escrito la sanción al estudiante.

1. Seleccione los conceptos incorrectos de Planificación Estratégica de Medios y de 1 ejemplo correcto

1.-Cantidad de planes y actividades a ejecutar cada unidad operativa, de nivel superior dependiendo del tamaño. Ej.

2.- Cursos de acción preventiva de una planeación a corto, mediano, o largo plazo, para conseguir un objetivo Ej:

3.- Cursos de acción correctiva de una planeación a corto, mediano, o largo plazo, para conseguir un objetivo Ej:

4.- Cursos de acción curativa de una planeación a corto, mediano, o largo plazo, para conseguir un objetivo Ej:

2.- Escriba tres factores condicionantes dentro de los objetivos de la publicidad

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

3.-Indique tres factores que predominan en el presupuesto publicitario.

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

4.- Indique tres métodos para fijar el presupuesto publicitario**,** de un ejemplo aplicativo para cada caso**.**

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

Ej1: Ej2: Ej3:

5.- CUALES de los siguiente SON factores que debe considerar al momento de decidir sobre el mensaje?

Indique y racionalice el porqué de su selección

1.- Promesa de beneficio o atractivo 2.- Utilizar un lenguaje no técnico en la comunicación

3.- El apoyo promocional 4.- El apoyo de la promesa o atractivo 5.- La necesidad del cliente

6.- De los siguientes aspectos CUALES SON parte fundamental para evaluar una campaña respecto al efecto del contenido del mensaje? Indique y racionalice el porqué de su selección

1.-Efecto fue tal como se diseño? 2.- Efecto publicitario igual o mayor al esperado

3.-Efecto en diseño del anuncio fue muy atractivo? 4.- Efecto comunicación igual o mayor al esperado

7.- Indique tres formas como los medios producen ganancias visibles, de un ejemplo aplicativo?

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

8.- Explique que es una retorica mediática y escriba un ejemplo aplicativo

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_9.- Que es el Timing? De un ejemplo

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

10.- Cual es el papel de la audiencia como ente activo. De un ejemplo

a- Que la audiencia se convierta en instrumento de consumo en mano de los medios, que los utilizan para vender la publicidad que sostiene al propio medio

b.- Que la audiencia haga elecciones en función a la probabilidad de que un medio satisfaga sus necesidades.

c.-Que la audiencia se convierta en instrumento de consumo en mano de los televidentes, para que puedan vender la publicidad que sostiene al propio medio

d.- Que la audiencia haga elecciones en función a la seguridad de que un medio satisfaga sus necesidades.