ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL

Escuela de Diseño y Comunicación Visual

**Diseño Tridimensional**

**Profesor(a): Andrea Pino A.**

“Como estudiante de ESPOL me comprometo a combatir la mediocridad y a actuar con honestidad; por eso no copio ni dejo copiar.” ………………………………………..

Firma de compromiso del estudiante”.

**Nombre:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Fecha:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Paralelo:\_\_\_\_\_\_\_**

**1. El diseño contribuye a reafirmar una imagen de marca y a sustentar una estrategia comercial. Los comerciantes confían en el diseño para atraer a la clientela. Mientras que algunos prefieren un diseño más sutil, a otros les gusta inspirar y sorprender con proyectos que generan una gran reacción entre el público. Entonces la principal función del diseño de una tienda es:**

\_\_\_ Mostrar los productos

\_\_\_ La combinación de ambiente, funcionalidad y un interiorismo acogedor.

\_\_\_ Incrementar la ventas

\_\_\_Ninguna de las anteriores

**2. Un elemento clave para el éxito de la ambientación interior es una buena distribución de la planta. Cuál sería el dirección y ángulos para un establecimiento con puerta central:**

**3. La señalización y los gráficos también contribuyen al visual merchandesing interior, así como a la creación de un ambiente. De que depende un estilo:**

\_\_\_ La intención del aspecto

\_\_\_ Productos y concepto

\_\_\_ Espacio de uso

\_\_\_Ninguna de las anteriores

**4. La distribución del espacio de venta y la ubicación de las secciones pueden:**

\_\_\_Reforzar la imagen

\_\_\_invitar a ingresar

\_\_\_ Guiar al comprador a través del establecimiento

\_\_\_Ninguna de las anteriores

**5. Cuando un determinado producto se ubica en todos los niveles de una góndola decimos que existe una presentación vertical. Por el contrario, si se utiliza únicamente un nivel lo denominamos presentación horizontal. Es importante precisar Layout porque:**

\_\_\_ Ayudar a tomar decisiones de dirección

\_\_\_Contiene las áreas de exhibición y pero no de circulación.

\_\_\_Permite al cliente visualizar el producto durante menos tiempo.

\_\_\_ Ninguna de las anteriores

**6. MERCHANDISING SENSORIAL: ILUMINACIÓN: No siempre se aprovechan todas las posibilidades que ofrece la iluminación. Muchos establecimientos siguen dedicando todos sus esfuerzos a presentar sus productos, por ejemplos si una joya pequeña esta en un escaparate, que tipo de iluminación debe tener:**

\_\_\_ una anchura superior que iluminaria fría la zona adyacente.

\_\_\_ una anchura pequeña de haz cálida

\_\_\_ una iluminaria de tubos fluorescentes

\_\_\_Ninguna de las anteriores

**7. Es un instrumento de consulta y trabajo para todas aquellas personas responsables de la utilización correcta de los símbolos de una empresa.**

\_\_\_Portafolio de producto

\_\_ Manual corporativo

\_\_\_Manual Multimedia

\_\_\_Ninguna de las anteriores

**8. La señalización dentro de una sección ayudará a guiar los pasos del cliente a través de los artículos que están a la venta, que elementos se debe tener en cuenta:**

\_\_\_Los rótulos interiores deben tener personalidad propia para no confundirse con otros elementos gráficos.

\_\_\_Color, tipo de letra y estilo único permite distinguirlos de los demás.

\_\_\_El texto debe leerse fácilmente sobre un color de fondo contrastado.

\_\_\_Las frases cortas e incisivas son un medio muy efectivo.

**9**. **La aportación del profesional a la decoración interior de la tienda dependerá del tipo de establecimiento en el que se trabaje. Cuál es el proceso de diseño:**

**\_\_\_Revisar**

**\_\_3\_Conceptualizar**

**\_\_6\_Ejecutar**

**\_\_\_Proyectar**

**\_\_4\_Establecer requerimientos**

**\_\_\_Proponer**

**\_7\_\_Medir**

**\_\_\_ Escuchar! (cliente y usuario)**

**10. Diseñar la planta y fachada de la siguiente imagen:**