

Nombre: _____

Paralelo: _____

Julio 10 de 2015

“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.

1. Lea, analice y encierre o marque el número que corresponda. En 1809 se produce el primer envase cilíndrico sellado, antecesor de la lata de conservas, bajo pedido de Napoleón. ¿Cuál fue la importancia clave de este invento?

1. Ayudó a la promoción de marcas comerciales
2. Cumplía con funciones de yuxtaposición y apilamiento.
3. Ayudó a preservar los alimentos y aumentar su vida útil.
4. Identificar los tipos de alimentos según categorías.

2. Lea, analice y al final de la pregunta, encierre o marque el número. Ordene el Proceso de Diseño:

- a) Desarrollo de prototipos y seguimiento.
- b) Identificación de Necesidad e Investigación.
- c) Revisión, cambios, reformulación o mejoras.
- d) Presentación y retroalimentación.
- e) Desarrollo de conceptos.
- f) Briefing.

Respuestas

1. b, f, e, d, c, a
2. f, b, e, a, d, c
3. b, a, f, e, d, c
4. e, b, f, c, a, d

3. Lea, analice y luego encierre o marque el número que corresponda. En el gobierno de Abdalá Bucarám, se realizó una alianza con Indulac para producir Leche Abdalact. Identifique el tipo de personalidad y taquigrafía visual utilizada para el packaging.



1. Historia imaginaria con simbolismo
2. Personalidad literal con iconización
3. Método Sociológico y atribucionismo
4. Personalidad de abstracción con índices

4. Lea, analice y encierre o marque el número que corresponda. La empresa Danec lanza en el 2015 la marca de Detergentes ideal, los cuales lucen como se muestra. Indique cuáles son los factores usados en su la estrategia comunicacional de packaging.



- a) Protección y contención
- b) Valor Agregado
- c) Beneficios
- d) Deseo y Atracción
- e) Persuasión
- f) Atributos.

1. a, c, f
2. a, b, c
3. e, f, c
4. c, d, e

5. Lea, analice, encierre o marque el número y luego responda. La marca de agua VOSS, proviene de manantiales noruegos. Su característica botella cilíndrica (hecha de vidrio), fue diseñada por Neil Kraft, ex director creativo de la marca Calvin Klein. Su costo oscila por los \$6. ¿Qué conceptos están relacionados con la creación de este packaging?



1. Convergencia y Convenience
2. Transformación y precio
3. Marca internacional y personalización
4. Atribución y obsequio
5. Divergencia y Lujo

Continúa pregunta 5, procure utilizar el espacio asignado con oraciones completas y autonomía sintáctica.

¿Por qué?

6. Observe, analice y luego encierre o marque un número que corresponda. ¿Cuál de estos no son packaging?



A.



B.



C.



D.



E.



F.

1. C, D, F
2. C, E, F
3. B, D, E
4. B, D, F

7. Observe, analice y luego encierre o marque un número que corresponda. ¿Qué problemas presentan del siguiente empaque?



- a) No hay esfuerzos de Branding o identidad
- b) Carece de Visibilidad
- c) Carece de personalidad o comunicación
- d) No hay promesa clara o persuasión
- e) No protege el producto
- f) Solo es obsequio, adorno o souvenir

1. a, d, e
2. b, c, d
3. a, c, d
4. a, c, e

8. Lea, analice y luego encierre o marque un número que corresponda. Se acerca la Navidad y la empresa Mi comisariato está planteando sus canastas para la ocasión. Para ello ya esta seleccionando combos de productos para elaborar diferentes escalas de canastas. ¿Qué tipos de productos está generando la empresa Mi Comisariato?:

1. Productos Destination con packaging primario.
2. Productos Convenience con embalajes terciarios.
3. Productos Seasonal con packaging secundarios.
4. Productos Routine con envases primarios.

9. Lea, analice y luego encierre o marque un número que corresponda. Identifique las prácticas comunes que los grandes establecimientos comerciales del Ecuador realizan al presentar sus marca propias:

- a) En sus diseños de empaques hay una tendencia a imitar a los productos de las marcas líderes.
- b) Sus productos son monolíticos pues se respaldan en la trayectoria del establecimiento, como marcas paraguas
- c) Debido a que quienes elaboran los productos no invierten en el diseño del packaging con personalidad propia o publicidad, los productos son ligeramente económicos.
- d) Los productos aunque son marcas monolíticas, a la larga terminan generando personalidad propia.

Los literales identifican las practicas comunes que los grandes establecimientos comerciales del Ecuador realizan al presentar sus marca propias son:

1. a, d, b
2. b, c, d
3. c, a, d
4. b, c, a

10. Lea, analice y luego identifique el tipo de producto presentado marcando el número que corresponda. La marca Neutrogena, actualmente parte de la familia Johnson & Johnson, es muy reconocida por del cuidado de la piel. Su caso podría ser de estudio dentro del mundo del Branding ya que en su momento el nombre del producto jabón Neutrogena, por su popularidad termino provocando el cambio de nombre de la compañía entonces propietaria del producto.



1. Actualmente es un producto monolítico cuyo nombre de la empresa que lo produce respalda directamente a este.
2. Actualmente es un producto promocionado ya que se la marca se respalda en la experiencia y trayectoria del fabricante.
3. Actualmente es un producto exclusivo pues sin saberse el nombre del fabricante la marca tiene la suficiente trayectoria e independencia.
4. Actualmente es un producto con marca de lujo pues los precios no son asequibles para cualquier persona.