

Taller de Diseño Gráfico: 2da Evaluación

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

.....
Firma de compromiso del estudiante

Nombres y Apellidos:..... **Fecha:**/...../2015

Instrucción:

Seleccione la respuesta correcta encerrando con un círculo sobre el literal que considere correcto. Las respuestas con borrones, tachones o corrector líquido o doblemente marcadas serán anuladas. No debe rayar sobre las preguntas de opción múltiple con líneas de espacio.

1. Usted recibe un encargo para diseñar la identidad corporativa de una institución, usted cumple con un correcto proceso de diseño para cumplir con su cliente; señale cuál es el elemento tangible que evidencia la finalización de este proceso:

- a) Imagen de marca
- b) Logotipo y aplicaciones
- c) Manual de marca
- d) Catálogo institucional

2. El _____ en diseño establece beneficios en el consumidor y el cliente, obteniendo un mensaje efectivo para que tome decisiones:

- a) comportamiento racional
- b) comportamiento egoísta
- c) proceso interactivo
- d) proceso de compra

3. Se puede considerar que un logotipo evidencia problemas, cuando su creación:

- a) No cumple con las proporciones adecuadas
- b) No utiliza retícula su boceto inicial
- c) No define los colores adecuadamente
- d) No tiene una buena conceptualización

4. El/Los/La _____ es un tipo de variable _____, que corresponde a las acciones habituales de la persona, qué hace y qué consume con regularidad:

- a) valores, dura
- b) estilo de vida, psico-conductual
- c) personalidad, dura
- d) intereses, socio-económico

5. Se puede interpretar que un branding funciona como modelo business to business cuando:

- a) Las empresas han sabido posicionarse en la mente del consumidor final
- b) La marca es una "táctica" eficiente para ser considerados no necesariamente escogidos
- c) La marca representa para las empresas uno de sus activos más importantes en el momento de generar valor
- d) La marca puede animar al consumidor a comprar y mantenerse fiel

6. De acuerdo a las tipologías de marca de Bellucia y Chávez un/el _____ o _____ son en lo formal signos independientes que tienen capacidad identificatoria tanto en conjunto como separados. Identifique el tipo de denominación al que se refiere:

- a) Isologo, logo símbolo
- b) Imagotipo, logotipo con símbolo
- c) Logotipo, logo con fondo
- d) Isotipo, símbolo con accesorio

7. Lea con atención y luego marque solo una respuesta. ¿El éxito de un cartel depende de? Justifique su respuesta

- a) la ubicuidad del elemento
- b) la expresión del concepto de diseño
- c) la diagramación y efectos visuales utilizados
- d) el soporte de impresión del diseño

8. Para que los profesionales en diseño dejen de ser commodities, deben dejar de venderse a sí mismos y empezar a vender lo que hacen, en este momento transforma su oficio en una marca personal, siendo así, complete los parámetros de construcción de marca personal:

- 1) Objetivos
- 2) _____
- 3) _____
- 4) _____
- 5) _____

9. Los consumidores recuerdan más un packaging por su color que por su nombre o marca. Esta información sirve para obtener ventajas en la promoción del producto, entonces desde un aspecto de marketing qué características persigue el color:

Características:

- a) Posicionar el producto
- b) Crear un estímulo de venta
- c) Mejora la presentación del producto

Definición:

1. Provocar la atracción del comprador y favorecer la efectividad del mensaje
2. Dar personalidad.
3. Hacer los productos más atractivos

Seleccione una alternativa que reúna el conjunto de enunciados compatibles con este criterio:

- a) 1b, 2a, 3c
- b) 1a, 2c, 3b
- c) 1c, 2b, 3a
- d) 1b, 2c, 3a

10. Ordene correctamente los pasos a seguir para diseñar una infografía:

1. Planificar la diagramación
2. Establecer conexiones
3. Jerarquizar la información
4. Elegir tipografías
5. Recolectar información
6. Colocar la fuente
7. Organizar la información

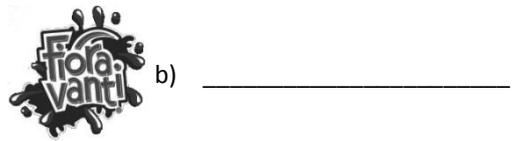
- a) 2,5,3,1,4,7,6
- b) 7,1,4,2,6,5,3
- c) 5,7,3,2,1,4,6
- d) 5,2,3,7,6,4,1

11. En qué escenario se hace necesario cambiar de imagen:

- a) Cuando han pasado diez meses
- b) Cuando el logo comunica que es aburrido
- c) Cuando el cliente lo solicita

d) Cuando se quiere transmitir un mensaje distinto de la empresa

12. Identifique correctamente las siguientes composiciones gráficas de una marca, justifique su respuesta:



13. Identifique y complete, a qué definición del pensamiento creativo y/o herramienta de creatividad corresponden los siguientes enunciados:

a)	Investiga hasta lo que parece totalmente ajeno al tema.
b)	Se focaliza en las ideas.
c)	Se utiliza para señalar por qué una sugerencia no encaja en los hechos.
d)	Excluye lo que parece no relacionado con el tema.

14. Massimo Vignelli, máximo referente del diseño gráfico, menciona que la labor del diseñador gráfico es luchar constantemente contra lo feo y que en esa batalla el diseñador debe emplear sus conocimientos para:

- a) Generar campañas más atractivas
- b) Destacar un producto sobre otro en el mercado
- c) Conceptualizar contenidos y generar copys
- d) Comunicar y persuadir al público

15. Describa la Dirección de Arte, recursos y narrativa de diseño pensada para el siguiente producto, justifique su respuesta y adicionalmente defina qué estrategias utilizaría para su promoción en redes y en medios digitales

Producto: Divertimentos, Juegos tradicionales.

Estrategia en medios digitales:



Dirección de Arte, recursos visuales y narrativos:
