



Taller de Diseño: 2da Evaluación

“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 y Apellido: Fecha:/...../2016 Paralelo: 1

Seleccione la respuesta correcta encerrando con un círculo sobre el literal que considere correcto. Las respuestas con borrones, tachones o corrector líquido serán anuladas. Evite escribir en los reactivos de completamiento.

1. La composición de una marca está determinada por algunas características que conocemos por el término que lo identifica, Raúl Bellucia propone una nueva denominación para dichos términos, convirtiéndolos en identificadores simbólicos e identificadores nominales, siendo así relacione los siguientes enunciados:

- | | |
|--------------|-------------------------|
| 1. Isotipo | a) Símbolo sólo |
| 2. Imagotipo | b) Logo-símbolo |
| 3. Isologo | c) Logotipo con símbolo |

Respuesta:

- A) 1b, 2a, 3c
B) 1a, 2c, 3b
C) 1b, 2c, 3a
D) 1c, 2b, 3a

2. Seleccione la alternativa que relacione correctamente los enunciados. Ordene cronológicamente los eventos suscitados alrededor de la Historia del Cartel:



- A) Nace el cartel litográfico, combinando imagen y texto
B) 1870, París es el dominante en la comunicación en Europa y América
C) Jules Cheret, se convierte en el principal representante del cartel
D) Movimientos como Art Nouveau, Futurismo y Art Decó, utilizan este recurso entre los siglos XIX y XX

Respuesta:

- A) 1c, 2d, 3b, 4a
B) 1a, 2b, 3c, 4d
C) 1d, 2c, 3a, 4b
D) 1b, 2a, 3d, 4c

3. Seleccione la alternativa que relacione correctamente los enunciados:

La mayoría de consumidores recuerdan un empaque más por su color que por su nombre o marca. Desde un aspecto de marketing el color persigue las siguientes características:

Contexto:

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

Características:

1. Provocando la atracción del comprador
2. Dándole personalidad y favoreciendo la efectividad del mensaje.
3. Hace los productos más atractivos

Respuesta:

- A) 1b, 2a, 3c
B) 1a, 2c, 3b
C) 1c, 2b, 3a
D) 1a, 2b, 3c

4. Para crear un/a _____ se debe planificar y estudiar la _____ de un/a/o la institución.

- A) diseño, empresa
B) marca, audiencia
C) visión estratégica, identidad de la empresa
D) identidad corporativa, visión estratégica

5. Especifique el método de interpolación más adecuado para reducir una imagen en un programa de edición:

- A) Bicúbico más suavizado
- B) Remuestreo Bicúbico
- C) Bilineal
- D) Bicúbico más enfocado

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

- I. Cuando el logo comunica está fuera de tendencia
- II. Cuando se quiere transmitir un mensaje distinto sobre la empresa
- III. Cuando han pasado seis meses
- IV. Nunca, salvo que el cliente lo solicite

Respuesta:

- A) I y IV
- B) II y III
- C) Sólo II
- D) Sólo I y III

7. Decimos que _____, es el conjunto de elementos característicos que construyen una marca, se crean y se gestionan mediante el branding.

- A) Identidad de marca
- B) Imagen
- C) Imagen de marca
- D) Identidad

8. Relacione los componentes de fundamentos básicos de la composición de carteles de acuerdo a su definición:

Componentes:

- a) Comunicar mensajes clave
- b) Captar la atención
- c) Superficie única
- d) Diferenciación

Contenido:

1. Competir y distinguirse en la forma de organización de visualización en la composición.
2. Persuadir y atraer la atención del espectador para que lleve a cabo una acción.
3. Estructura la composición en un elemento visual dominante que no tiene continuidad de páginas.
4. Desarrolla una jerarquía en la comunicación a través de conexiones con el color, utilización de texto y elementos visuales.

Respuesta:

- A) 1d, 2c, 3b, 4a
- B) 1c, 2d, 3a, 4b
- C) 1d, 2b, 3c, 4a
- D) 1b, 2a, 3d, 4c

9. Clasifique las siguientes imágenes, organícelas y escriba el literal en el recuadro que considere correcto:

Logotipo	Imagotipo
Isologo	Isotipo



10. La percepción es el tiempo que tardamos en observar un color en un empaque; siendo así, identifique correctamente de mayor a menor, los tonos de color que afectan la eficacia de su percepción:

- A) rojo, gris, verde, amarillo, azul
- B) gris, verde, amarillo, rojo, azul
- C) amarillo, azul, gris, verde, rojo
- D) azul, verde, gris, amarillo, rojo

11. La creación de narrativas visuales altamente estéticas sirven para complementar el mensaje y para persuadir al posible consumidor, de qué recursos se vale la Dirección de Arte para conectar con su audiencia:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

12. ¿El éxito de un cartel depende de?

- A) la expresión del concepto de diseño
- B) la ubicuidad del elemento
- C) la diagramación y efectos visuales utilizados
- D) el soporte de impresión del diseño

13. Relacione los siguientes enunciados con las características de un proceso o rutas de diseño para generar ideas:

Contexto:

- a) Convergencia
- b) Divergencia
- c) Transformación

Características:

1. Innovación radical de la marca
2. Destaca a la marca ofreciendo un punto de diferencia
3. Posiciona una marca y la relaciona con su sector de producto

Respuesta:

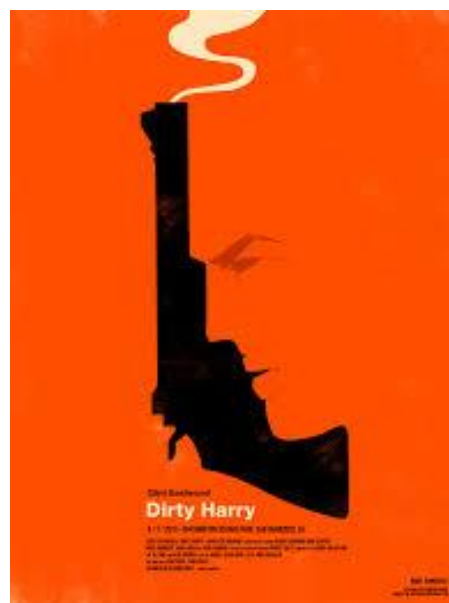
- A) 1b, 2a, 3c
- B) 1a, 2c, 3b
- C) 1c, 2b, 3a
- D) 1a, 2b, 3c

14. Con el desarrollo de la tecnología, esta forma de comunicación se ha apropiado de herramientas audiovisuales que antes eran imposibles de utilizar para explicar una noticia en los medios tradicionales.

Películas, animaciones, sonidos y aplicaciones interactivas forman parte de una nueva generación de gráficos que los profesionales de ese sector denominan como:

- A) Comunicación Audiovisual
- B) Diseño Gráfico
- C) Diseño Editorial
- D) Infografía

15. Identifique el tipo de cartel y de layout al que corresponden los siguientes ejemplos:



a) _____



b) _____