ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL

Examen Final de Imagen Corporativa

**NOMBRE:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_FECHA:**

**PARALELO :\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**Declaración de Honestidad**

*“COMO ESTUDIANTE DE ESPOL ME COMPROMETO A COMBATIR LA MEDIOCRIDAD Y A ACTUAR CON HONESTIDAD; POR ESO NO COPIO NI DEJO COPIAR.”*

 **Firma del Estudiante**

**LINEAMIENTOS.**

1. **Las preguntas del 1 al 5 cada una vale 3 puntos.**
2. **No se aceptan borrones , tachones y liquipeiper.**
3. **Si tiene dos respuestas subrayadas se anula la pregunta .**
4. **El examen es valorado sobre 40 puntos.**

**Subraye la respuesta correcta (15 puntos)**

1.Para desarrollar un plan de comunicación se necesita los siguientes pasos.

1. Análisis de situación, determinar el posicionamiento, identificar el nombre, resumen del ejecutivo.
2. Análisis de situación , determinar posicionamiento, declaración del mensaje, localización del público e identificar la audiencia.
3. Determinar calendario, declaración del mensaje, localización del público e identificar la audiencia.
4. El literal b y c

2.¿Cuáles son las estrategia de la comunicación?

1. Acciones de la compañía, la forma de comunicación y la audiencia.
2. Acciones de la compañía, el público objetivo y la audiencia .
3. Acciones de la compañía , la forma de comunicación y la forma que es percibida.
4. Acciones de la compañía, el público objetivo y el mensaje.

3.¿ Qué ámbitos de la compañía afecta los niveles de situaciones de crisis?

1. La reputación, la imagen, el medio ambiente.
2. La seguridad, la imagen, financiero, gestión de la compañía.
3. La seguridad, el medio ambiente, financiero, gestión de la compañía.
4. La seguridad, el medio ambiente, la imagen percibida, el medio ambiente.

4.Identifique que imagen tiene el concepto correcto

a

b

c

1. Endorsed. Se origina en un fusión o se divide en organizaciones nuevas o grupos que dependen de una identidad.
2. Endorsed. Se origina en un fusión o se divide en organizaciones nuevas o grupos que dependen de una identidad.
3. Se basa en la marca de un único producto de la organización
4. Literal a y c

5.¿ Qué es marca?

1. La marca se conecta con el cliente a través de sus productos
2. La marca se conecta con el cliente desde el punto de vista táctil.
3. La marca se conecta con el cliente desde el punto de vista emocional.
4. La marca se conecta con el cliente a través de sus puntos de ventas.

**Complete los siguientes conceptos ( 18 puntos)**

6. Según el proceso de creación de la marca ¿Cuál de los tipos de Branding pertenece el siguiente concepto?(4 puntos)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_. Es la acción de asociarse a otra marca para obtener un resultado.

7.Según el diagrama del proceso del Branding. Los siguientes pasos para realizar la Identidad visual son .(5 puntos)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, clasificar la estrategia , diseñe la identidad , \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, gestionar recursos.

8. Escriba en orden que soluciones aporta la investigación del grupo de interés.(5 puntos)

1.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

3.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

4.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

5.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

9. Según el valor de marca existen 5 pilares básicos. ¿Cuál valor pertenece el siguiente enunciado.(4 puntos)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_. Una marca conocida se percibe una aura de calidad (sentido negativo o positivo)

10. CASO CARREFOUR



CAMBIO DE LOGOTIPO

**CARREFOUR**, es uno de los principales grupos de distribución comercial en el mundo. Ha decidido recientemente modificar la imagen de algunos de sus logotipos. Actualmente Carrefour cuenta con más de 170 hipermercados (CARREFOUR y CARREFOUR PLANET ) . Donde se expende productos de consumo masivo, y artículos para el hogar, sus colores corporativos son el azul y verde. Su público objetivo es para clase media alta a alta.

Realice la siguientes actividades (7 puntos)

1. Diseñe un nuevo logotipo símbolo usando de dos a tres colores máximo corporativos y argumente su propuesta. (4 puntos)

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

1. ¿Cuál de las estrategia de Identidad de marca pertenece y ¿Por qué?(2 puntos)

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

1. Escriba una estrategia promocional dirigido al consumidor de distribuidor.(1 punto)

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

Firma del alumno