



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
FACULTAD DE ECONOMIA Y NEGOCIOS (FEN)**

BRANDING

Nombre:

PROFESOR: Olga C. Martín Moreno, MMGC

Lunes 28 de Noviembre del 2011

Examen del Primer Parcial

Escoja la respuesta correcta a las siguientes preguntas (5 puntos cada una)

1. Aquel tipo de Marketing que ve a los consumidores como elementos racionales y emocionales es:
 - a. Marketing Directo o One to One
 - b. Marketing Relacional
 - c. Marketing Experiencial
 - d. Marketing de permiso
2. Determinar que un product no cumple con las expectativas de un consumidor es un riesgo de tipo:
 - a. Psicológico
 - b. Físico
 - c. Funcional
 - d. Social
3. Los nombres de marca deben ser elegidos por los siguientes criterios:
 - a. Memorabilidad, significado, simpatía, asertividad.
 - b. Protección, memorabilidad, traducción, adaptabilidad.
 - c. Adaptabilidad, transferibilidad, protección, credibilidad.
 - d. Significado, simpatía, transferibilidad, adaptabilidad.
4. Un _____ es definidor poderoso y eficiente de las marcas
 - a. Slogan
 - b. Logo
 - c. Carácter
 - d. Jingle

Conteste las siguientes preguntas (20 puntos cada una)

5. Describa en detalle en qué consiste un Brand Mantra; luego detalle un ejemplo distinto al dado en clase.
6. Indique en detalle el proceso de administración estratégica de marca
7. Defina y establezca las diferencias entre una estrategia *Pull* y una estrategia *Push*
8. Con un ejemplo establezca paso a paso el procedimiento para nombrar marcas