



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS  
EXAMEN DE BRANDING  
PARCIAL II DEL II TERMINO 2011-2012

APELLIDOS: \_\_\_\_\_ NOMBRES: \_\_\_\_\_  
MATRÍCULA: \_\_\_\_\_ PARALELO: \_\_\_\_\_

“Como estudiante de FEN me comprometo a combatir la mediocridad y actuar con honestidad, por eso no copio ni dejo copiar”

\_\_\_\_\_  
*Firma de compromiso del estudiante*

*Evaluación a desarrollar*

**Tema 1.- Escoja la respuesta correcta a las siguientes preguntas (5 puntos cada una)**

1. Las cinco grandes características de una marca son:
  - a. Robustez, competente, emocionante, sinceridad
  - b. Realista, emocionante, sofisticación, robustez
  - c. Sinceridad, realista, competente, única
  - d. Emocionante, única, audaz, competente
2. Entre los lineamientos para la comunicación en Marketing se encuentra:
  - a. Ser paciente, ser realista, ser comunicativo, ser curioso
  - b. Estar atento, ser curioso, ser integrador, ser audaz
  - c. Ser curioso, ser realista, estar atento, ser integrador
  - d. Ser exclusivo, estar atento, ser analítico, ser audaz
3. Una actividad de co-branding quiere decir:
  - a. Dos o más marcas competidoras realizan el lanzamiento de un solo servicio
  - b. Dos o más marcas se combinan en un conjunto de productos
  - c. Dos o más marcas se unen y una de ellas funciona como marca paraguas
  - d. Dos o más marcas se fusionan y realizan una estrategia independiente
4. La habilidad de los consumidores para identificar a la marca (y sus elementos) bajo algunas circunstancias es:
  - a. Identificación
  - b. Rellamado
  - c. Reconocimiento
  - d. Posicionamiento

**Conteste las siguientes preguntas (20 puntos cada una)**

**Tema 2.-** Establezca en detalle cómo las marcas son construidas

**Tema 3.-** Establezca a través de un ejemplo el concepto de Portafolio de marcas y detalle

**Tema 4.-** Establezca el concepto de una actividad promocional y los tipos de promociones existentes (detalle)

**Tema 5.-** Explique en detalle el modelo de Dinámica de Marca