Examen I Termino Gestión de Medios I Alumno:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 27 nov 2012

No se admiten tachones Declaro estar informado de los artículos 19,20, 21 de evaluación.

**PARA TODAS LAS PREGUNTAS, SELECCIONE LA OPCION INDICADA, y ESCRIBA UN EJEMPLO APLICADO**

1.-Señale cuales de los siguientes son funciones de la comunicación (Verdadero o Falso).

a.- Codificación (\_\_) b.-Estimulo (\_\_) c.-Recodificación (\_\_) d.-Respuesta (\_\_) e. Retroalimentación (\_\_)

2.- Cual es el Medio Principal y los de Soporte utilizado en la inversión publicitaria por Microempresas? P= Principal S= Soporte

a.- Televisión (\_) b.- Radio (\_) c.-Periódicos (\_) d.- Revistas (\_) e-Vallas Publicitarias (\_) f.-Internet (\_)

3.- Identifique y describa al menos 5 modelos de negocios del medio revista

a.-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ b.-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ c.-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ d.-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ e.-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

4.- Las alternativas de espacio tiempo que ofrecen los medios impresos a los anunciantes son: (V) o (F)

a-Anuncio(\_) b- Encarte(\_) c-Solapa(\_) d-Troquelado(\_) e-Corpóreo(\_) f-Muestras(\_) g- Insertos(\_)

5.- Explique la Diferencia entre Tiraje y Circulación Neta

Tiraje:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Circulación Neta\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

6.- Indique 5 desventajas de las vallas publicitarias

a.-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ b.-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ c.-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ d.-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ e.-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

7.-A quien corresponde el siguiente concepto. (10 puntos)

Se lo usa para Publicidad interior desplegada y de gran tamaño, ubicadas en sitios de alta densidad.

a.-Valla Monosposte b.- Valla Rascacielo c.- Valla Dinámica d.- Afiches e.-Todas f.-Ninguna

7a.- Defina la razón de su selección 7b.- De un ejemplo aplicativo

8.-Indique **que es** y explique la **diferencia** entre Publicidad, Promoción y Propaganda, describa un ejemplo aplicativo al concepto.

Publicidad\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Propaganda\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Promoción \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Diferencia\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

9.-Indique 5 desventajas de las vallas revistas

a.-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ b.-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ c.-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ d.-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ e.-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

10.- Describa 5 modelos de negocios que usa la industria del medio Radio y de un ejemplo del concepto

Examen I Termino Gestión de Medios I Alumno:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 27 nov 2012

No se admite tachones Declaro estar informado de los artículos 19,20, 21 de evaluación. Fila2

**PARA TODAS LAS PREGUNTAS, SELECCIONE LA OPCION INDICADA, y ESCRIBA UN EJEMPLO APLICADO**

1.-Señale F o V; son herramientas de la comunicación (Verdadero o Falso).

a.- Codificación (\_\_) b.-Estimulo (\_\_) c.-Mensaje (\_\_) d.-Respuesta (\_\_) e. Ruido (\_\_)

2.- Cual es el Medio Principal y de Soporte utilizado en la inversión publicitaria por las PYMIS ? P= Principal S= Soporte

a.- Televisión (\_) b.- Radio (\_) c.-Periódicos (\_) d.- Revistas (\_) e-Vallas Publicitarias (\_) f.-Internet (\_)

3.- Escriba 5 desventajas del Medio Radio, y explique en que se diferencia la frecuencia AM de la FM

1.-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 3.-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 4-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 5.-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

AM se diferencia del FM en:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

4.- Alternativas de espacio tiempo que ofrece la Televisión a los anunciantes son: (V) o (F)

a. Spot(\_), b.Publirreportaje(\_), c.Patrocinio televisivo(\_), d.Sobreimpresión(\_) e.Product Placement(\_) ,

f. Testimonial (\_), g.-Off(\_), h.-Entrega a domicilio(\_) i.-Entrega por cupon (\_) j.-Mecenazgo(\_)

5.- Indique 5 desventajas de las revistas

a.-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ b.-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ c.-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ d.-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ e.-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

6.-Indique **que es** y explique la **diferencia** entre un medio grafico digital, electrónico y físico , describa un ejemplo aplicativo al concepto.

Medio Digital\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Medio Electronico\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Medio Físico \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Diferencia\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

7.- Que es Circulación Neta y Bruta, Indique el concepto y describa un ejemplo aplicativo.

Circulación Neta:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

8.-Indique 5 desventajas de las Brochure y escriba un ejemplo aplicativo

a.-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ b.-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ c.-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ d.-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ e.-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Ejemplo descriptivo a.-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ b.-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ c.-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

9.-Cual es el Medio de mayor penetración en el Ecuador, Cual Medio es el más utilizado universalmente y Explique que es, dentro del grupo objetivo, el Target de Influencia, el que decide y el usuario

1.-Medio de mayor penetración:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2.-Medio mas utilizado universalmente:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

3.-Target de Influencia: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

4.-Target que Decide: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

5.-Target Usuario: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

10.-Explique y de un ejemplo de Valla Perimetral