

ESPOL- EDCOM / EXAMEN, IMAGEN CORPORATIVA  
MEJORAMIENTO



100 puntos

Nombre: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_

**CONCEPTOS:**

1.- Argumente con precisión la **diferencia** visual y conceptual entre isotipo e imagotipo (vale 5ptos.)

\_\_\_\_\_

2.- Describa que es un logotipo. (vale 5ptos.) \_\_\_\_\_

3. Niveles del Principio sinérgico: Marque 2 respuestas correctas (vale 5ptos.)

- a. El nivel de la organización de los signos visuales de identidad, logotipo y gama cromática...
- b. El nivel de concepto global de la visualización icónica y signíca
- c. El nivel coordinado de los elementos de creatividad y el trabajo gráfico de identidad
- e. El nivel de los elementos complementarios de identidad, conceptos gráficos, formatos, tipografías...

4. La identidad Corporativa: Marque la respuesta correcta (vale 5ptos.)

- f. Es un sistema gestáltico que interactúa con los signos
- g. Es un sistema técnico entre la sinergia y la universalidad
- h. Es una sinergia entre signos lingüísticos, icónicos y cromáticos

5. Eficacia comunicacional: Marque la respuesta (vale 5ptos.)

- i. Por la norma adecuada de usar las técnicas formales y cromáticas
- j. Por el continente visual signo-símbolo
- k. Por la eficacia visual de un sistema de identidad y la simplicidad de su logo

6. Conjuntos fundamentales de la Identidad corporativa: Marque la respuesta (vale 5ptos.)

- l. Potencial expresivo concentrado en los significados , icónicos, lingüísticos
- m. El resultado pedagógico de los símbolos psicológicos y descriptivos
- n. Retórica entre lingüística y norma corporativa

7. BRIEF DE MARCA: Construya el brief de una de las marcas expuestas (vale 15 ptos.)

Categoría: \_\_\_\_\_

Competidores directos: \_\_\_\_\_

Competidores indirectos: \_\_\_\_\_

Posicionamiento: \_\_\_\_\_

Grupo Objetivo (sicográfica - demográfica): \_\_\_\_\_

Ventaja diferencial: \_\_\_\_\_



8. GESTION VISUAL: Realizar el proceso de construcción de la imagen del producto. Indique 3 características de valores altos y 5 explícito para diseñar la marca seleccionada. (vale 10pto.) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

- a.- Graficar por cada valor alto, un diseño que proyecte y exprese la imagen, “no usar elementos figurativos” (vale 5ptos.)
- b.- Graficar en un solo diseño los aspectos visuales más importante (vale 10ptos.)
- c.- Aplique el estudio modular interior de la marca creada e indique la proporción general del diseño. Diseñar el logotipo respectivo y complementar junto al isotipo (vale 15 ptos.)
- d.- Argumente con claridad las razones finales del diseño (vale 5ptos.)
- e.- Realice un diseño de portada del manual y de la página interior (vale 5 ptos.)
- f.- Indique en orden lógico, 10 páginas del contenido del manual (vale 5ptos.)

