



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS



EXAMEN DE ESTRATEGIA DISEÑO GRÁFICO Y COM. AUDIOVISUAL  
PARCIAL 3 DEL II T 2012-2013

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

"Como estudiante de la FEN me comprometo a combatir la mediocridad y actuar con honestidad, por eso no copio ni deajo copiar".

\_\_\_\_\_  
*Firma de Compromiso del Estudiante*

**PARTE I. Teoría**

**(30 puntos)**

1. Describa tres características propias que modifican y condicionan las formas básicas del diseño gráfico.
2. Exponga en qué consiste el *package* y las claves principales que lo componen.
3. Detalle qué comprende una jornada *pitching*. (incluya ventajas, aspectos y ponentes).

**PARTE II. Verdadero o Falso**

**(25 puntos)**

1. En publicidad incidental, la identificación tiene formato de pauta televisiva de 15 segundos.
2. La venta a través de cajeros automáticos es considerada un sistema de ventas con desplazamiento.
3. El *mobile marketing* es una potente herramienta de marketing relacional que crea un dialogo continuo con los clientes.
4. La dependencia de tiempo y lugar así como una alta difusión son ventajas de *mobile marketing*.
5. La discriminación de precios temporal, señala que los precios son variables según momento de compra.

**PARTE III. Caso: Barcelona S. C.**

**(45 puntos)**

Elaborar

- a) Marketing mix.
- b) Estrategias para la penetración y desarrollo de mercados.
- c) Diseñe dos estrategias de activación que mantengan al móvil como medio de respuesta para dos auspiciantes: Pepsi y TC Mi Canal.