



**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS**



**EXAMEN DE BRANDING
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 dejo copiar".

Firma de Compromiso del Estudiante

PARTE I. Teoría

(20 puntos)

1. Defina el capital de marca y sus elementos.
2. Enumere e interprete los componentes del desarrollo gráfico de una marca.
3. Con la ayuda de un cuadro, explique las tres categorías de marcas respaldadoras.
4. Detalle el ciclo de vida de las modas. Cite ejemplos.

PARTE II. Verdadero o Falso.

(40 puntos)

1. El aspecto más importante de una marca es su concentración sobre una única idea, es la característica principal de la ley de la concentración.
2. La marca de producto define la oferta de producto consistente de una marca madre y de una submarca.
3. Los roles de producto sirven como función creadora de mejor asignación de recursos para la construcción de marca y localización de recursos para su gestión.
4. Siempre hay un momento y lugar para lanzar una segunda marca, sostiene la ley de los hermanos.
5. La agrupación es coaligar lógicamente a las marcas que tengan en común características significativas.

PARTE II. Caso: Zapatos Venus

(40 puntos)

1. Considerando el capital de marca y sus elementos, sugiera cinco estrategias para lograr el reposicionamiento de esta reconocida marca ecuatoriana.
2. ¿Qué estrategia de marca podría emplear, si quisiera introducir al mercado un nuevo producto para la clase media, media alta? (Refiera 3 estrategias)
3. Desarrolle 4 estrategias acorde a las 22 leyes inmutables de la marca
4. Elabore 4 estrategias de la cartera de marca.