



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL
ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN AUIDOVISUAL
Examen de Mejoramiento
IMAGEN CORPORATIVA

Nombre: _____
Paralelo : _____

Declaración de Honestidad

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

Firma del Estudiante

Lineamientos del examen

1. La calificación total del examen es de 100 puntos.
2. No se aceptan tachones, borradores ni “Liquid Paper” .
3. Contestar las pregunta con pluma , **no se acepta lápiz** .
4. En las repuestas de **subrayar no se acepta dos ítem señalado, se anula la pregunta**

1.En el siguiente texto a que enunciado se refiere. “La imagen es todo lo que rodea una empresa, son sus atributos sean estos positivos o negativos.” (6 p)

- a) análisis de la imagen corporativa
- b) factores de la imagen corporativa
- c) auditoria de la imagen corporativa.
- d) el literal c y a son los correctos.

2. ¿Cuáles son los atributos de la imagen corporativa que se relaciona la marca? (6p)

3. Subraye el concepto correcto.(6p)

- a) Imagen corporativa . Es lo que percibe el público y comunica la organización.
- b) Identidad corporativa . Es el entorno interno de la empresa y a su vez lo percibe el público.
- c) Identidad corporativa. Es la preferencia del público a través de lo que comunica la organización.
- d) Imagen corporativa. Es el logo, tipografía, escenarios de la marca



5. Escriba dos elementos donde se manifiesta la imagen corporativa y escriba brevemente un concepto de cada una. (6p)

1. _____.
2. _____.

6. ¿Qué elementos asociados con la imagen Corporativa se relaciona la siguiente imagen e indique el, ¿por qué? (10p)



7. El siguiente caso ¿Qué factor de entorno cambiante se refiere?, y ¿porqué? (10p)

GALGO. Galgo es una marca de referencia de la compañía Unipapel. Adquiere la marca en Julio del 2009. Unipapel trabajó para dotar a Galgo de un potencial más atractivo y adaptarla a los nuevos tiempos y exigencia del sector .

- a)Imagen anticuada
- b)Fusiones de las empresas
- c)Entorno cambiante
- d)Globalización.

8.Escriba los dos procesos de posicionamiento de marca e indique su concepto.(20p)

1. _____.
2. _____.

9. Diseñe el diagrama del proceso de branding . (20 puntos)

10. Diseñe un logotipo , e identifique a que tipo de branding pertenece.
y¿porqué?. (30 p)

CASO: Lineas de productos

SUPERMAXI, tiene una nueva linea de productos para perros y gatos estos productos son fabricados por la fundación, FADA que se encarga de crear artículos para animales que no dañen al medio ambiente y a los animales, tales como (shampoo, juguetes, comida etc).

REQUERIMIENTOS

Necesita crear un naming creativo, el logo tiene que ser un símbolo que lo identifique y diferenciativo de sus competidores. El público objetivo es de clase media alta a alta .

1. Tipo de Branding (10p)

2. LOGO SÍMBOLO (20 p)

Naming: _____ (2p)

¿Porqué? característica basada

Símbolo: _____ (2p)

¿Porque? _____

Tipografía principal y
secundaria:(3p) _____

COLORES: (2p)

TRIADA. _____

CONNOTACIÓN: _____

3. Estrategia de identidad visual diversificada.(7p)

a) ENDORSED b) BRANDED c) ÚNICA

¿Porqué? _____

1. DISEÑO (4p)

