

EDCOM - ESPOL
EXAMEN DE ESTRATEGIAS CREATIVAS PUBLICITARIAS
SEGUNDO PARCIAL

CALIFICACIÓN: _____
NOMBRE: _____
FECHA: 1 de septiembre del 2017

1.- ENCIERRE EL LITERAL CON LA RESPUESTA CORRECTA: (Cada pregunta vale 3 puntos)

La promoción de ventas es:

- a) Un instrumento del marketing que comunica a los clientes las ofertas por los medios convencionales y con el fin de hacer inmediatos cambios en los hábitos del consumidor.
- b) Un instrumento del marketing mix utilizado por fabricantes y detallistas para obtener una respuesta favorable a corto plazo por parte de los consumidores.
- c) Un instrumento del marketing ejecutivo que se utiliza para mejorar la imagen comunicacional.
- d) Un instrumento del marketing mix utilizado por los consumidores para responder al producto.

Según el ciclo de vida de un producto, el marketing se clasifica en:

- a) Nacimiento, para cliente shopper, para cliente buyer
- b) Nacimiento, ataque y defensa
- c) De gestión, de defensa, de presentación
- d) Nacimiento, ataque y de presentación

De acuerdo con Wilcox y Cameron, todo plan de RR.PP. se compone de ocho elementos:

- a) Situación, metas, estrategias, calendario, presupuesto, objetivos, revisiones y evaluación
- b) Coordinación, objetivos, metodología, calendario, organización, presupuesto, y evaluación
- c) Situación, objetivos, estrategias, tácticas, calendario, presupuesto, objetivos y evaluación
- d) Situación, coordinación, investigación, implementación, articulación, metas, dimensión, dirección

El nivel pragmático dentro del análisis del mensaje publicitario corresponde a:

- a) La relación con la funcionalidad de la tipografía; responde al estilo utilizado.
- b) La relación con la estética de la diagramación; responde a la organización y distribución.
- c) La relación con la intención de los personajes; responde a las interpretaciones subjetivas.
- d) La relación con la función o intención de la imagen; responde a las causas del mensaje gráfico.

¿Cuál de estos ejemplos corresponde a un titular de canalización o segmentación?

- a) "Con las ipads es fácil ser estudiante"
- b) "Precios pequeños para gente pequeña"
- c) "Todos tenemos algo que se aleja pero, tú tienes REXONA, que no te abandona"
- d) "Con las ipads a precio de ganga, tu puedes tener las que te dé la gana"

"Tu rayo diario de sol" es un mensaje publicitario correspondiente a la empresa Tropicana para promover su jugo de naranja. ¿Qué tipo de recurso literario se usó para escribirlo?

- a) Símil
- b) Paradoja
- c) Aliteración
- d) Hipérbole
- e) Metáfora
- f) Aliteración

2.- COLOCA VERDADERO O FALSO SEGÚN CORRESPONDA, SI ES FALSO JUSTIFICA LA RESPUESTA.
 (Cada pregunta vale 1 punto)

El mensaje publicitario tiene dos objetivos: informar sobre el objeto y reflejar pautas de conducta.	V o F
El storyboard debe incluir la opinión del director y las sugerencias.	V o F
Uno de las ventajas más grandes de la publicidad tradicional es que logra la fidelidad a la marca.	V o F
Los banners, pop up o intersticial corresponden a la categoría SEM en anuncios publicitarios online	V o F
El retargeting dinámico tiene como objetivo que el cliente regrese y complete su compra.	V o F
La publicidad argumentativa atrae al receptor a través del mecanismo de grabación.	V o F
En el mensaje radial existe el factor visual a través de la descripción.	V o F
Dentro del formato publicitario online de los Mobile Ads tenemos la misma interfaz concebida para el móvil.	V o F
La sigla PEST significa: Políticos, Estudiantiles, Sociológicos y Tecnológicos.	V o F
El nivel sintáctico en el análisis de un mensaje publicitario se refiere a la forma bidimensional o tridimensional.	V o F
Las evaluaciones de una campaña publicitaria se distinguen por su propósito principal.	V o F
Los tipos de estrategia publicitaria a utilizarse siempre en el mercado son proactivas y subjetivas.	V o F