

Examen de Mejoramiento de Imagen Corporativa

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.” _____

Nombre: _____

Paralelo : 1 ____ 2 ____

Advertencia: La calificación total del examen es de 100 puntos, no se aceptan tachones, borrones, “Liquid Paper”, contestar las preguntas con pluma, no se acepta lápiz. Desde la pregunta 8 hacia adelante subrayar una sola respuesta, no se acepta dos ítem señalado, se anula la pregunta.

Subraye el concepto correcto. (5 puntos C/U)

1. La imagen corporativa es lo que se _____ de una empresa

- a. Comunica
- b. Percibe
- c. Compra
- d. Esencia

2. En las situaciones de cambio de imagen corporativa ¿Cuál es la situación en la que la empresa debe adaptarse a nuevas culturas, creencias etc.?

- a. Entorno cambiante
- b. Globalización
- c. Fusiones o alianzas de empresas
- d. Privatización

3. La imagen anticuada pertenece a _____

- a. Situaciones de cambio de la imagen corporativas
- b. Elementos que se manifiesta la imagen corporativa
- c. Fusiones de alianzas de empresa
- d. Opción a y b

4. Para potenciar la imagen del producto con la imagen corporativa se debe potenciar.

- a. Comunicación, identidad y producto
- b. Comunicación, valores y filosofía
- c. Comunicación, imagen e identidad
- d. Opción a y c

5. Dentro de la auditoría y estrategia de imagen se realiza una metodología de auditoría.

- a. Se realiza un análisis de la situación, con fuentes secundarias, técnicas cualitativas, técnicas cuantitativas y técnicas multivariadas.
- b. Se realiza un conversatorio de fuentes secundarias y técnicas cualitativas.
- c. Recopilar información sobre los posibles clientes de la empresa.
- d. Conocer los gustos, preferencias y tendencias del mercado.

6. EL naming debe ser _____

- a) indestructible
- b) recordativo
- c) significativo
- d) aplicativo
- e) conductual

7. La esencia de la marca va ligado a

- a. Idea Central
- b. Concepto Único
- c. Mensaje Clave
- d. Voz y tono
- e. Diferenciación
- f. Propuesta de Valor
- g. Categoría de Negocio
- h. Ventaja Competitiva

Conteste las siguientes preguntas .

8. ¿Para qué describimos los tamaños de la marca en el manual?

- a. Para una mejor legibilidad de la marca
- b. Para poder cambiarlo fácilmente
- c. Para poder identificar la áreas de restricción
- d. Para que sea la base de las presentaciones.

9. ¿Para qué establecemos la retícula y los formatos estándar en el manual?

- a. Indicamos los datos técnicos para mantener una unidad en la gráfica.
- b. Indicamos todos los porcentajes de sustratos.
- c. Indicamos las cuatro esquinas donde colocaremos la marca
- d. Indicamos los cortes diagonales o rectos que podemos realizar.

10. ¿Qué es la señalética?

- a. Signos con función, lenguaje entre la comunicación escrita y simbólica.
- b. Imágenes dibujadas o gráficas.
- c. La señalética es parte fundamental de la marca y la empresa para ubicarse.
- d. Símbolos o elementos utilizados para identificar acciones

11. ¿Qué es la cultura corporativa?

- a. Constituye normas de una empresa captadas por los empleados y sus clientes
- b. Constituye un grupo de normas, valores y pautas de conducta que comparten los integrantes de una empresa.
- c. Constituye un grupo de normas ,pautas y valores que son dados por los accionistas de la empresa
- d. Constituye un grupos de normas y pautas que elaborarán todos los integrantes de la empresa.

12. Una los elementos fundamentales de la cultura corporativa según corresponda .

1. Lo que somos	a. La identidad
2. Lo que pensamos	b. Los valores
3. Lo que hacemos	c. La estrategia

- a. 1 a , 2, b , 3, c
- b. 2 a, 3b , 1c
- c. 2b , 3 a 1, c
- d. 2 c , 3b , 1 a

13 ¿Qué tipos de culturas Corporativa, pertenece el siguiente concepto?

Es una cultura que se basa en la burocracia de los individuos, ya que el pilar son los valores de sus trabajadores

- a. Cultura de la tarea
- b. Cultura del poder
- c. **Cultura de la función**
- d. Cultura Corporativa

14¿ Qué es una marca?

- a. Una marca representa la identidad de la empresa
- b. **Una marca representa el valor de la compañía**
- c. Una marca representa la imagen corporativa de la compañía
- d. La opción a y b

15. Señale a que marca corresponde cada Tipologías.



- a. Tipográfica
- b. Forma de Letras
- c. Emblemas
- d. Gráfico o pictórico
- e. Abstracto o simbólico

16¿ Cuáles son las funciones principales de una marca?

- a. Las funciones principales de una marca son : identidad visual, confirmación , compromiso , promesa
- b. **Las funciones principales de una marca son: navegación , confirmación y compromiso.**
- c. Las funciones principales de una marca son: navegación , valor y promesa
- d. Opción a,b

17. La aplicaciones visuales sirven para _____

- a. hacer visible la identidad
- b. **hacer visible la estrategia**
- c. hacer visible la imagen
- d. hacer visible el producto

18 . Dentro de la investigación en imagen corporativa se realiza:

- a. Resumen de la trayectoria de la empresa.
- b. Rediseño del logotipo de la empresa.
- c. **Análisis de las marcas de la competencia interna y externa, discriminación y procesos.**
- d. Encuestas y observación

19. Según los tipos de nombre , el _____ son nombres que expresan la naturaleza de la empresa.

- a. Fundacional
- b. Metafórico
- c. **Descriptivos**

d. Acrónimo

20. Caso : Nuevo Producto

SUPERMAXI, tiene una nueva línea 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).

Requerimiento

Se requiere elaborar logotipo , naming y slogan .El logotipo de basarse en un símbolo que represente al producto que no dañe medio ambiente. Se debe argumentar porque funcionaria junto con un slogan descriptivo . (máximo 3 líneas el argumento) .

Naming (compuesto) : _____

Slogan(imperativo) :“ El slogan debe de empezar con un verbo “
