

**EXAMEN DEL SEGUNDO PARCIAL
IMAGEN CORPORATIVA**

NOMBRE: _____

Paralelo:

Fecha: __/__/_____.

“COMO ESTUDIANTE DE ESPOL ME COMPROMETO A COMBATIR LA MEDIOCRIDAD Y A ACTUAR CON HONESTIDAD; POR ESO NO COPIO NI DEJO COPIAR.” FIRMA DEL COMPROMISO _____

ADVERTENCIA: *Está prohibido el uso de liquid paper y lápiz. La pregunta del 1 al 5 se escoge solo una opción. No se aceptan tachones enmendaduras. Piense bien antes de contestar pues por un manchón se le descalificará su respuesta sin opción a reclamo. 40 puntos*

Complete los siguientes conceptos.

1. El naming en el marca debe ser _____ (4 puntos)
 - a) Interactivo, la experiencia del usuario, conceptualización.
 - b) representativos, las necesidades básicas, composición
 - c) indestructible , fácil de recordar y pronunciar
 - d) polígonos, las preferencias, personificación de marca.

2. La estrategia de marca debe basarse en _____(4 puntos)
 - a) el producto
 - b) la experiencia del consumidor
 - c) el concepto
 - d) la posición

3. La retícula permite: _____(4 puntos)
 - a. La Fácil construcción de la marca
 - b. Copiar y pegar la marca
 - c. Conocer los elementos importantes en la marca
 - d. Opción c

4. En el manual corporativo se explica la construcción de la marca, y el objetivo del mismo, ¿cuál es el objetivo del área autónoma? (4 puntos)
 - a. Para la reproducción correcta del identificador
 - b. Para denotar las restricción en las cuales no se puede poner ningún elemento ajeno.
 - c. Para tomar como referencia al momento de diseñar en afiches
 - d. Para facilita el manejo del identificador

5. Señale a que marca corresponde cada Tipologías.(4puntos)

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



Opciones de respuesta

- 1. a (2) b (5) c (4) d (1) e (3)
- 2. a (1) b (2) c (3) d (4) e (5)
- 3. a (5) b (4) c (3) d (2) e (1)
- 4. a (1) b (2) c (3) d (4) e (5)
- 5. a (1) b (2) c (3) d (4) e (5)

Subraye las opciones correctas

6. ¿Qué puntos son importantes para la secuencia de reconocimiento de la marca? . (4 puntos)

- a) Original
- b) Significativo
- c) Simple
- d) Aspecto
- e) Color
- f) forma

7. Para el posicionamiento de marca, ¿qué se debe de tener en cuenta?.(4 puntos)

- a. La esencia de la marca, propuesta de valor.
- b. Los colores, experiencia del usuario.
- c. La retícula de uso, la misión.
- d. Necesidades y comunicación de crisis.

8. ¿Cuáles son las equivalencias de colores que deben ser expuesto en el manual de marca?(4 puntos)

- a. Pantone Coated
- b. Pantone Uncoated
- c. CMYK
- d. RGB
- e. Hexadecimal
- f. CYKM
- g. RBG
- h. Platone Coated
- i. Platone Uncoated
- j. Hexodecimal

9. Relacione según la clasificación de slogan con los siguientes conceptos . (2 puntos)

- 1.Imperativos
- 2.Descriptivos
- 3.Superlativos

- 4.Provocativos

- a) Incita pensar, o a menudo , suscitan una pregunta
- b) Posesiona la compañía como la mejor de su categoría.
- c) Incitan a la acción y por lo general empieza con un verbo.
- d) Describen un servicio, producto o promesa de marca.

- a. 1c, 3b,2d,4a
- b. 1a,3c,2b,4d
- c. 1b,3a,2d,4d
- d. 1d,3c,2a,4b

10. Caso práctico : Diseño de Imagen corporativa del Restaurant “Seafresh “ (6 puntos)

Descripción: Se requiere diseñar un la identidad visual del restaurant ”Seafresh “ .

Este restaurante nació en la provincia de Santa Elena , unas de las principales características es la venta de comida preparada con mariscos frescos. **Seafresh** , requiere posicionar sus locales a través de toda la parte costera del Ecuador y necesita un logotipo que los identifique.

Conceptualización: La imagen que quiere dar al cliente es, la frescura del mar en el plato.

Sea fresh, es un restaurante de categoría A , debe representar elegancia , modernismo y frescura .

Acción: Se debe elaborar un logotipo que lo identifique , junto a un slogan que posicione el nombre en el Mercado. El logotipo debe de tener el naming del restaurante..Explicar la forma del logo , tipografía y el slogan en el cuadro de líneas .

Slogan: _____

Tipografía: _____

Logo: _____
