

**CUESTIONARIO PARA DESARROLLO DE EXAMEN COMPLEXIVO
TECNOLOGÍA PUBLICIDAD**

1. ¿Qué es Publicidad?
2. Describa los actores en el proceso de crear una campaña de publicidad
3. Detalle los tipos de texto periodísticos de opinión
4. ¿Qué es Propaganda?
5. Explique la característica principal de los siguientes medios:
TV, Radio, Internet, Periódico, Internet
6. Detalle y explique 3 funciones de comunicación de masas
7. Explique las diferencias entre:
Noticia, Crónicas, Editorial
8. Identifica los factores que favorecen o limitan la comunicación en la vida cotidiana.
9. Detalle los tipos de texto periodísticos Informativos
10. ¿Qué que es el Aislamiento?
11. ¿Qué es un jingle publicitario?
12. Explique y analice una noticia actual.
13. ¿Qué es el Nihilismo?

14. Diferencia entre Imagen e Identidad corporativa
- 15.Cuál es el paso más importante para hacer una campaña publicitaria?
16. ¿Qué es un spot publicitario?
17. ¿Cuáles son los dos enfoques de una investigación publicitaria?
18. ¿Explique qué es sampling?
19. Se puede realizar una campaña publicitaria con poco presupuesto? ¿Por qué?
20. ¿Qué es una cuña?
21. Qué es un manual de marca?
22. Mencione los 3 tipos de imagen corporativa
23. Porque son importante la determinación cromática y tipográfica al momento de crear una campaña publicitaria que es el consumidor
24. Indique 2 ventajas de tener una imagen corporativa profesionalmente desarrollada
25. Cuáles son las cuatro características esenciales del lenguaje periodístico?
26. Mencione 2 resultados que componen una imagen corporativa efectiva
27. ¿Qué es la comunicación?

28. ¿Cuál es la diferencia entre noticia y rumor
29. Nombre los tipos de fuente periodística
30. ¿Qué es una fuente periodística?
31. La expresión corporal se puede transmitir a través de_____
32. ¿Qué es escucha activa?
33. Características de la redacción digital
34. Mencione 2 técnicas para hablar mejor en público
35. ¿Qué es estrategia?
36. ¿Qué es BTL?
37. ¿Puede existir una táctica sin estrategia?
38. ¿Cuáles son los medios convencionales o ATL?
39. ¿Qué es una táctica?
40. ¿Qué es target?
41. Detalle 2 técnicas principales para hacer publicidad
42. Detalle cuales son las técnicas de una investigación cualitativa

43. Detalle cuales son las técnicas de una investigación cuantitativa
44. Cuáles son los elementos principales de la comunicación?
45. Cuáles son los principales principios de la publicidad
46. ¿Cuáles son los dos enfoques de una investigación publicitaria?
47. ¿Qué es un copy publicitario?
48. ¿Cuáles son las partes de un anuncio publicitario?
49. ¿Cuáles son los pasos para crear un anuncio publicitario?
50. Detalle 3 tipos de publicidad en televisión
51. ¿Qué es un isotipo?
52. ¿Qué es un slogan?
53. ¿Qué es una marca?
54. ¿Qué es una técnica creativa?
55. ¿Qué es un logo tipo?
56. Que es identidad corporativa y cuál es la diferencia con imagen corporativa
57. Detalle 5 ventajas del internet, como medio de comunicación

58. Mencione 3 figuras retórica y explique
59. ¿Cómo se puede segmentar al consumidor?
60. Mención 5 logo que predominen el color verde
61. ¿Qué significado tiene el rojo en la publicidad?
62. Detalle 5 desventajas de la televisión, como medio de comunicación
63. Mencione 5 marcas de color amarillo
64. ¿Qué significa el color negro en la publicidad?
65. Qué quería explicar la teoría de la mágica?
66. En que se dividen la tipografías
67. Mencione 2 cambios de logos de marcas ecuatorianas (o que estén establecidas en Ecuador) de mayor impacto en la sociedad
68. Cual o cuales son los medios ideales para la comunicación de masa
69. ¿El periodismo digital es igual al tradicional, por qué?
70. ¿Qué es lovemark?
71. ¿Qué es la publicidad no pagada o publicity?
72. Qué es el merchandaising?

73. ¿Que significa CM y que hace?
74. ¿Qué es un pop-up?
75. ¿Cuáles son variable psico grafías del consumidor?
76. De que se trata la estrategia de push and pull
77. Mencione 5 tipos de promoción.
78. ¿Cuáles son las variables demográficas del consumidor?
79. ¿Qué es promoción?
80. ¿Si usted tiene que crear una campaña de publicidad para una marca de yogurt, quien sería su grupo objetivo? Explique por qué detalladamente.
81. Supongamos que tiene USD\$ 5.000 para realizar el lanzamiento de una campaña publicitaria, que medios utilizaría y por que
Marca de pañales: Pañalin
82. Si usted tiene que hacer una campaña para una marca de desodorantes de hombres con olor a manzanilla, cuál sería su idea creativa para la campaña?
83. ¿Cuáles son las funciones principales de un redactor creativo
84. ¿Cuáles son las funciones de un ejecutivo de cuentas?
85. ¿Cuáles son las funciones principales de un director creativo?

86. Si tuviera un presupuesto de \$6.000 y tiene que elegir entre publicidad en internet o tv, cuál cree que sería más eficiente?

87. ¿Qué significa segmentación de mercado?

88. Con que objetivo una marca decide hacer publicidad?

89. ¿Qué significa el color rosado en la publicidad?

90. Nombre 5 marcas de color café

91. ¿Qué significa infografía?

92. Qué significa Era Digital?

93. ¿Cuál es la principal característica de un publicista?

94. ¿Cuáles son las partes de un boletín de prensa?

95. Conteste verdadero y falso

La narración está compuesta por una sucesión de hecho ()

La narración está compuesta por inicio, cuerpo y desenlace ()

Un elemento externo a la narración es el espacio ()

La novela no es una narración. ()

96. Coloque en la columna correcta los diferentes textos periodísticos:

Informativos

De opinión

97. Encierre la respuesta correcta. ¿Qué es un público?

A.- Los públicos son producto de la necesidad que tienen los seres humanos de agruparse para desempeñarse roles semejantes y

debido a que existen roles diferentes es por lo que nacen públicos diferentes.

B.- Los públicos es un grupo de personas atentas a lo dicho o hecho o para que sea difundido y conocido por la gente.

C.- Los públicos son grupos de personas que acuden a un teatro.

98. Encierre la respuesta correcta. ¿Qué es persuasión?

A. Cuando el Público objetivo toma decisiones equivocadas.

B.-Capacidad que tiene el público objetivo para que no hacer las cosas

C.- Capacidad o habilidad para convencer a una persona mediante razones o argumentos para que piense de una determinada manera o haga cierta cosa

99. Encierre la respuesta correcta. ¿Qué son relaciones públicas?

A. Las relaciones públicas son la función del marketing que engloba diversas acciones que no incluyen un mensaje de ventas específico.

B. Las relaciones públicas son la función del marketing que engloba diversas acciones que incluyen un mensaje de ventas específico.

C. Las relaciones públicas que engloba diversas acciones que incluyen un mensaje de ventas específico.

100. Responda verdadero o falso

La radio puede ser audio y video ()

Una cuña normal puede durar 5 minutos ()

La pauta en radio se llama comercial ()

101. El encargado de seleccionar los medios y los soportes para una campaña de publicidad, dentro de una agencia de publicidad es el:

Planificador de soporte

Planificador de medios

Comprador de medios

102. Usted cuenta con una marca muy conocida y dentro del ciclo de vida del producto se encuentra en una etapa de recordación. Qué tipo de anuncio escogería para su campaña si su medio fuera radio.
- Anuncio largo
 - Anuncio corto
 - Ninguno
103. Generar una imagen en los diferentes públicos del emisor, acorde con la identidad que dicho emisor quiere transmitir, es una tarea fundamental de:
- El marketing
 - Las relaciones públicas
 - La Publicidad
104. La decisión para seleccionar un formato de producción se basa en:
- En el tipo de público al que está dirigido el spot
 - La experiencia del director de producción
 - En las necesidades y presupuesto disponibles
105. Cuando un autobús sirve de soporte publicitario, esta entra dentro del formato:
- Publicidad Rodante
 - Mobiliario urbano
 - Publicidad Móvil
106. Cuando las primeras tomas de un comercial debe de atraer e intrigar al televidente, sin dejar que este capte el secreto de anuncio, el formato de televisión es:
- Testimonial
 - Drama
 - Suspenso
107. Se conoce como zapping a:
- Una medida para conocer el porcentaje de espectadores de un programa en un canal determinado
 - El número de veces que una persona cambia el canal al ver un programa de televisión
 - El porcentaje de inversión publicitaria.