



Apellidos: \_\_\_\_\_

Nombre: \_\_\_\_\_

**TEST DE RESPUESTA ÚNICA (NO CUENTA NEGATIVO)**

**1. ¿Cuál de las siguientes características de la publicidad es incorrecta?**

- a) La publicidad se enmarca dentro de la comunicación de masas.
- b) La publicidad es un proceso de comunicación de carácter personal.
- c) La publicidad es un proceso de comunicación de carácter controlado.
- d) Todas las opciones son incorrectas.

**2. Señala la afirmación correcta sobre la publicidad como medio de comunicación:**

- a) Pretende dar a conocer un producto, servicio, idea o institución.
- b) Informa y/o influye.
- c) Es necesario evaluar su eficacia.
- d) Todas las opciones son correctas.

**3. Definidas de manera secuencial, ¿cuáles son las fases del proceso publicitario?**

- a) Planificación y exposición de la campaña.
- b) Planificación, desarrollo creativo, decisión y exposición de la campaña.
- c) Planificación, decisión y exposición de la campaña.
- d) Desarrollo creativo, planificación, decisión y exposición de la campaña

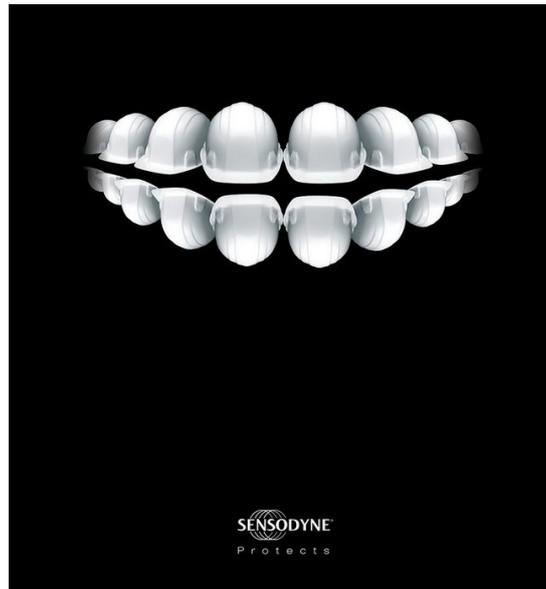
**4. Es una característica de la persuasión racional:**

- a) Está basada en la argumentación y análisis de la información.
- b) Dota al producto de significaciones y valores positivos que configuran su imagen.
- c) Utiliza estímulos por debajo del umbral de los sentidos, pudiendo ocasionar una respuesta incontrolada.
- d) Ninguna de las respuestas anteriores es correcta.

**5. Señala los objetivos específicos que pueden atribuirse a la publicidad como proceso de comunicación:**

- a) Dar a conocer un nuevo producto.
- b) Intensificar el consumo de un producto.
- c) Reposicionar la marca.
- d) Todas las respuestas anteriores son correctas.

6. **¿Qué tipo de persuasión emplea el siguiente anuncio de Sensodyne?:** (marca dedicada a la fabricación de dentífricos especializados en hipersensibilidad dental)



\* Sensodyne protege

- a) Persuasión racional retórica a través de una elipsis visual.
- b) Persuasión racional retórica a través de una metáfora visual.
- c) Persuasión racional retórica a través de una hipérbole visual.
- d) Ninguna de las respuestas anteriores es correcta.

7. **Señala la afirmación incorrecta en relación a la comunicación integrada de la empresa (CIM):**

- a) Todas las herramientas de comunicación (publicidad, relaciones públicas, fuerza de ventas...) han de coordinarse para construir una imagen de marca consistente.
- b) Las organizaciones han de comunicarse de un modo propio con cada público, pero consistente con todos ellos.
- c) La publicidad es la única herramienta de comunicación responsable de enviar mensajes al mercado.
- d) Se han de coordinar todas las fuentes de comunicación y los mensajes de la empresa bajo una misma dirección.

8. **Señala la afirmación correcta respecto a la planificación estratégica de una campaña de publicidad:**

- a) La estrategia creativa se divide en la estrategia de contenido y de codificación.
- b) La estrategia creativa se divide en la estrategia de contenido y de medios.
- c) La estrategia creativa se divide en la estrategia de codificación y de medios.
- d) Todas las respuestas anteriores son incorrectas.

9. **¿Cuál es el principal público de la publicidad comercial?**

- a) Empleados.
- b) Accionistas.
- c) Clientes (actuales y/o potenciales).
- d) Proveedores.

**10. Señala la afirmación correcta respecto al proceso publicitario:**

- a) El método experimental es el criterio más popular para fijar el presupuesto de una campaña de publicidad.
- b) El concepto publicitario ha de apelar a la razón (no a las emociones).
- c) En la etapa de exposición de la campaña se procede al control de inserciones y al análisis de los resultados.
- d) Todas las respuestas anteriores son correctas.

**11. Señala la afirmación correcta respecto a las técnicas creativas:**

- a) Las listas de inspiración técnica nos permiten encontrar la novedad en el contenido de la comunicación.
- b) Las listas de inspiración semiológica ayudan a encontrar la novedad en los textos de los anuncios.
- c) Las listas de inspiración publicitaria ayudan a encontrar la novedad en la imagen de los anuncios.
- d) Todas las respuestas anteriores son correctas.

**12. Señala la afirmación correcta sobre los estilos publicitarios:**

- a) El estilo-educativo se utiliza cuando se necesita explicar aspectos concretos del producto (componentes, usos...)
- b) El estilo regresivo consiste en llevar al público a momentos felices y nostálgicos del pasado (infancia, juventud...)
- c) El suspense diferido funciona en dos tiempos: primero se lanza un mensaje intrigante, que provoca curiosidad, y después se despeja la inquietud mediante un mensaje-respuesta solución.
- d) Todas las respuestas anteriores son correctas.

**13. El Copy Strategy, o plataforma de comunicación, se concreta en:**

- a) Público objetivo y "reason why".
- b) Público objetivo, promesa y "reason why".
- c) Público objetivo, promesa, "reason why" y respuesta deseada.
- d) Público objetivo y respuesta deseada.

**14. Señala la afirmación correcta respecto a la fase de adecuación (mensaje-medio) en el contexto de la planificación estratégica de una campaña de publicidad:**

- a) Se realiza en paralelo con la selección de soportes y medios.
- b) Tiene lugar antes de la identificación del eje de comunicación.
- c) Tiene lugar tras la fase de realización de los anuncios publicitarios.
- d) Es una fase clave del copy strategy.

**15. Indique la afirmación correcta respecto a la etapa de exposición del proceso publicitario:**

- a) Se centra en el control de inserciones.
- b) Conlleva el control de inserciones y el análisis de resultados y conclusiones.
- c) Se centra en el análisis de resultados y conclusiones.
- d) Ninguna opción es correcta.