Guia de practica - El eslogan publicitario

Nombre: _____

Fecha: _____

Puntaje: _____

1.

¿Qué es un eslogan publicitario?

1. Una frase corta y memorable que resume el mensaje de una marca.
2. Un texto largo que explica las características de un producto.
3. El nombre de la empresa en letras grandes.

2.

¿Cuál de los siguientes NO es un objetivo principal de un eslogan?

1. Generar recordación de marca.
2. Detallar el proceso de fabricación del producto.
3. Diferenciar la marca de la competencia.

3.

El eslogan 'Because you're worth it' pertenece a una marca de cosméticos. ¿Qué técnica utiliza?

1. Apelación emocional y autoestima.
2. Descripción del precio bajo.
3. Uso de datos científicos.

4.

¿Cuántas palabras tiene el eslogan ideal, según muchos expertos en publicidad?

1. Entre 3 y 5 palabras.
2. Entre 10 y 15 palabras.
3. Más de 20 palabras.

5.

Completa el famoso eslogan de una conocida marca de bebidas: 'Destapa la __'.

Respuesta: _____

6.

¿Qué diferencia a un eslogan de un tagline?

1. El eslogan es temporal para campañas, el tagline es permanente para la marca.
2. El eslogan es más largo que el tagline.
3. No hay diferencia, son sinónimos.

7.

¿Qué recurso literario se usa en el eslogan 'M&M's: se derriten en tu boca, no en tus manos'?

1. Rima.
2. Antítesis.
3. Aliteración.

8.

Un eslogan efectivo debe ser:

1. Original y fácil de recordar.
2. Largo y lleno de datos.
3. Técnico y complicado.

9.

¿Qué marca usa el eslogan 'The happiest place on Earth'?

1. Disneyland.
2. McDonald's.
3. Apple.

10.

Completa el eslogan de una marca de ropa deportiva: 'Just _ it'.

Respuesta: _____

11.

¿Por qué el eslogan 'Think different' fue efectivo para Apple?

1. Porque se alinea con la innovación y la creatividad de la marca.
2. Porque suena parecido a otros eslóganes.
3. Porque es muy largo.

12.

En un eslogan, la palabra 'más' suele indicar:

1. Comparación y superioridad.
2. Cantidad exacta.
3. Duda.

13.

¿Cuál de estos eslóganes utiliza la técnica de la rima?

1. Red Bull te da alas.
2. Melts in your mouth, not in your hands.
3. La vida es bella, como una botella.

14.

¿Qué emoción busca despertar el eslogan 'Open Happiness' de Coca-Cola?

1. Tristeza.
2. Alegría y bienestar.
3. Enojo.

15.

Completa el eslogan de una conocida marca de zapatillas: 'Impossible is _'.

Respuesta: _____

16.

¿Qué error debe evitarse al crear un eslogan?

1. Ser demasiado genérico y no diferenciar la marca.
2. Usar palabras positivas.
3. Ser corto.

17.

El eslogan 'Have a break, have a Kit Kat' utiliza:

1. Un llamada a la acción y repetición de la marca.
2. Solo el nombre del producto.
3. Una pregunta retórica.

18.

¿Cuál de las siguientes palabras aparece en el eslogan de una marca de tarjetas de crédito: '_ no tiene precio'?

1. La experiencia.
2. El dinero.
3. El tiempo.

19.

Completa: 'Every kiss begins with _' (marca de joyería).

Respuesta: _____

20.

¿Qué función cumple un eslogan en una campaña publicitaria?

1. Resumir el beneficio clave y generar recordación.
2. Mostrar todos los ingredientes del producto.
3. Indicar el precio exacto.