

1.2 INFORMACIÓN EMPRESARIAL

1.- Encuentra las marcas correspondientes de cada logotipo.

I	H	T	O	S	T	I	T	O	S	H	S	Y
B	W	I	E	H	P	I	N	T	E	R	E	S
M	Y	S	D	X	N	D	C	M	R	V	D	E
C	Y	Z	H	N	H	R	Q	D	U	A	O	G
O	S	S	B	U	Q	N	X	U	Q	I	E	O
N	U	N	I	L	E	V	E	R	S	O	N	B
T	U	I	V	A	N	A	U	D	I	D	L	A
I	Q	A	F	M	H	T	O	Y	O	T	A	C
N	K	U	E	A	B	Y	N	L	M	M	Q	N
E	O	B	D	Z	M	W	S	Z	F	S	A	I
N	Z	E	E	O	W	U	E	A	P	P	L	E
T	Z	M	X	N	G	O	O	G	L	E	D	R
A	Y	G	I	L	L	E	T	T	E	H	N	I
L	S	E	P	S	A	D	I	D	A	S	B	S



2.- Une con una línea los conceptos que correspondan.

NO	CONSEPTO	DEFINICION
1.-	Nombre de la empresa	Es la representación gráfica de un símbolo que ejemplifica una marca sin mencionarla
2.-	Logotipo	Se refiere a un motivo o una razón de ser por parte de una organización, una empresa o una institución. Este motivo se enfoca en el presente.
3.-	Isotipo	Es una frase corta, original y atractiva utilizada en contextos comerciales, políticos o religiosos con distintos fines
4.-	Imagotipo	Se refiere a una imagen que la organización plantea a largo plazo sobre cómo espera que sea su futuro.
5.-	Eslogan	Son las actividades necesarias para que una compañía comunique a su mercado y a la población en general.
6.-	Misión	De este depende la primera impresión que los clientes se llevan de una empresa.
7.-	Visión	Es la unión de un logotipo más un isotipo
8.-	Publicidad	Es el término más utilizado en el mundo del diseño gráfico para referirnos a cualquier representación gráfica de una marca

3.- Contesta las siguientes preguntas de isotipos

1.

1.Es la unión de dos o más letras, generalmente utilizando las iniciales de las palabras que forman la propia marca y que se fusionan creando un símbolo conjunto.

2.

1.La unión de varias sílabas, especialmente en nombres de marcas más largos, que se unen para formar un nuevo símbolo que a su vez puede generar una palabra nueva para denominar a la propia marca.

3.

1.Similar al monograma, es la unión de dos o más letras del nombre de la marca, pero éstas conservan la condición de lectura de manera que mencionamos cada una de ellas para referirnos a la marca.

4.

1.Solamente la primera letra de la marca, representando a la misma como síntesis de su propio nombre.

5.

1.Puede parecer un logotipo en su aplicación, pero debido al carácter de personalización que adquiere la firma, plasmada en unas letras autografiadas y auténticas, se convierte en isotipo.

6.

1.De una forma abstracta o figurativa, estos símbolos pueden resumir el nombre de la marca y representar sensaciones asociadas a ella.