

## Estudios de Business

### Hoja de trabajo – Museum of Brands

Utiliza esta hoja de ejercicios durante tu visita del Museo. Las preguntas tratan de todas las secciones del Museo, entonces se puede que tuviera que volver sobre tus pasos. No olvides de traer un cuaderno y material de dibujo contigo.

1. Durant votre visite dans le “time tunnel”, observez la façon dont les produits et services sont promus à travers leur propre publicité et leur packaging. Essayez de trouver un produit qui utilise chacun des éléments listés ci-dessous pour sa promotion :

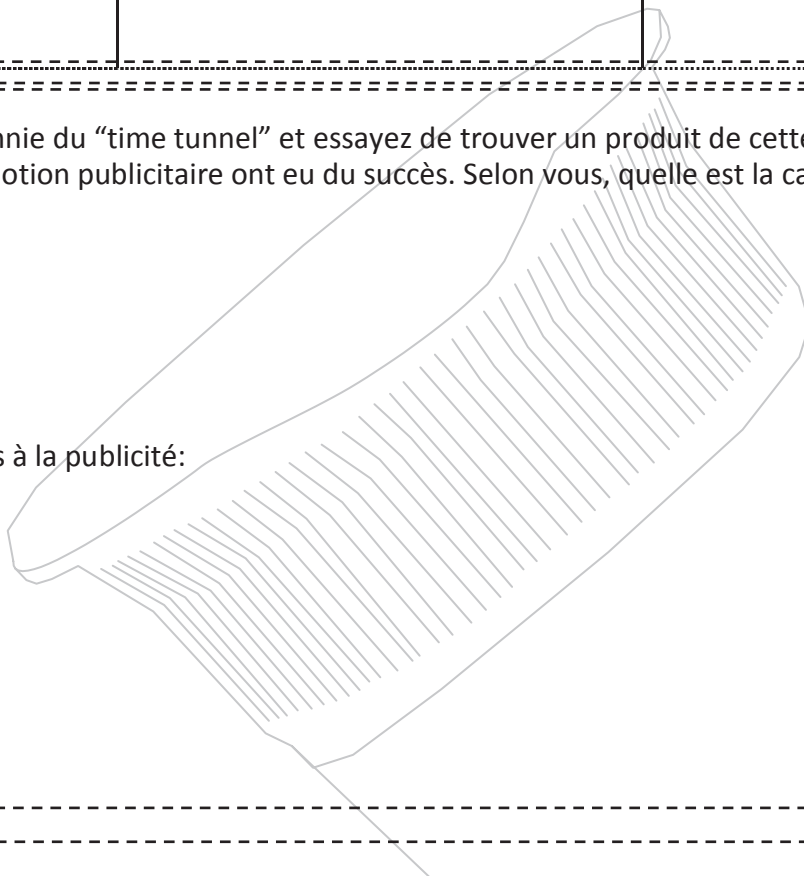
Image	Produit	Date
Causes / Campagnes	Oxo	1910s
Célébrité		
Sponsorship		
Recommandation		
Co-branding		
Evénements		

2. Choisissez une décennie du “time tunnel” et essayez de trouver un produit de cette décennie dont le packaging et la promotion publicitaire ont eu du succès. Selon vous, quelle est la cause du succès de ce produit ?

Décennie:

Produit:

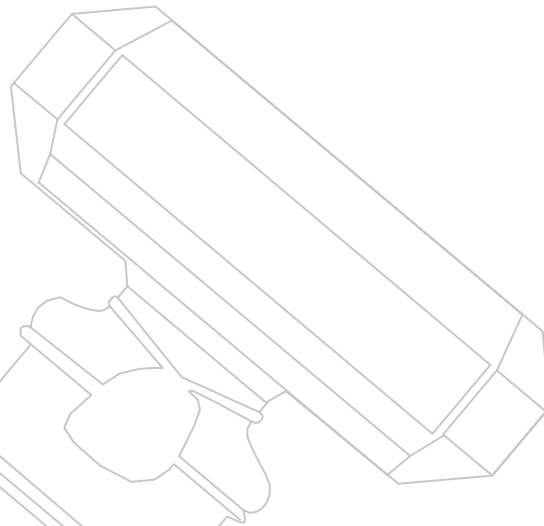
Éléments clés relatifs à la publicité:



3. Certains produits exposés dans le musée ont été conçus de manière à attirer l'attention des enfants. Concentrez-vous sur une époque ou une décennie et cherchez trois produits de ce genre.  
Epoque ou décennie choisie:

Produit	Combien d'éléments répondent à l'appel

4. Il se peut que vous notiez des changements relatifs à la façon dont les marques commercialisent les produits destinés aux enfants. Quoi et qui a pu influencer les marques de manière à changer leurs tactiques?



5. Dans la partie des années 1990 du "time tunnel" vous trouverez des exemples de produits dits "écologiques". Quelles sont les principales caractéristiques de ces produits et qu'est-ce qui les distingue d'autres produits de la même époque?

6. En la sección « Branding » del Museo, busca dos productos que no conoces. Para cada, intenta comprender de cuál tipo de producto trata y cuál tipo de consumidor es apuntado por él.

a) Marca:

Tipo de producto:

Consumidor apuntado:

b) Marca:

Tipo de producto:

Consumidor apuntado:

Según tu opinión, ¿cuál de estos productos es lo más adaptado al mercado apuntado y por qué?

7. No solo son las marcas que evolucionan con el tiempo. En tu opinión, en cuáles aspectos el trabajo de los profesionales en marketing difiere de sus homólogos de:

a) Las épocas Victoriana y eduardianas:

b) Los años 1950:

8. Según tu opinión, ¿a cuáles grandes retos deben responder los profesionales de la publicidad hoy?