

CRIAÇÃO DE MARCAS

1. Imagine que a NESTLÉ lançava no mercado um novo chocolate destinado a pessoas diabéticas. O chocolate não possui açúcar e contudo é doce, pois contém adoçantes naturais.

Crie uma marca para esse chocolate, tomando em consideração que a Nestlé é uma empresa internacional. Na criação da marca, privilegie os seus componentes NOME e ASSINATURA.

2. Imagine que a MAGGI lançava no mercado sopa de legumes enlatada e concentrada, à qual apenas basta juntar igual quantidade de água e aquecer para estar pronta. Não se trata de sopa instantânea em pó, mas sim de sopa em puré já inteiramente confeccionada.

Crie uma marca para esse produto, tomando em consideração que a MAGGI é uma empresa internacional e que já actua nesse sector embora com outro conceito de sopa.

Na criação da marca, privilegie os seus componentes NOME e ASSINATURA.

3. Imagine que a MICROSOFT lançava no mercado um novo software que possuía as funcionalidades de uma base de dados, na qual se poderiam incluir documentos e imagens ligados aos registos nela guardados.

Crie uma marca para esse produto, tomando em consideração que a Microsoft é uma empresa internacional. Na criação da marca, privilegie os seus componentes NOME e ASSINATURA.

4. Imagine que a FIAT lançava no mercado um novo modelo de automóvel destinado a jovens. O modelo é concebido para ser usado em cidade, tem pequenas dimensões e possui baixo preço, baixo consumo e baixa cilindrada.

Crie uma marca para esse produto, tomando em consideração que a FIAT é uma empresa internacional. Na criação da marca, privilegie os seus componentes NOME e ASSINATURA.

5. Imagine que a PROCTER & GAMBLE lançava no mercado um shampoo para a lavagem de cães. O shampoo possui o duplo efeito de retirar do pelo todos os insectos que normalmente incomodam os cães e de tornar o pelo sedoso e brilhante.

Crie uma marca para esse produto, tomando em consideração que a PROCTER & GAMBLE é uma empresa internacional. Na criação da marca, privilegie os seus componentes NOME e ASSINATURA.

6. Imagine que a MARTINI lançava no mercado uma bebida sem álcool e sabor a fruta tropical. Trata-se de uma bebida de aperitivo e para servir de base a cocktails.

Crie uma marca para esse produto, tomando em consideração que a MARTINI é uma empresa internacional. Na criação da marca, privilegie os seus componentes NOME e ASSINATURA.

7. Imagine que a TOYOTA lançava no mercado um novo modelo de "jeep" destinado a famílias que pratiquem vida desportiva e saudável. O modelo é concebido para ser usado facilmente em estradas em más condições e possui muito espaço interior para o transporte de equipamento desportivo.

Crie uma marca para esse produto, tomando em consideração que a TOYOTA é uma empresa internacional. Na criação da marca, privilegie os seus componentes NOME e ASSINATURA.