
Solucionario de

ejercicios de autoevaluación

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 1

1. ¿Qué es un CMS?

- a. Un servidor especial para alojar páginas web.
- b. Un lenguaje de programación en HTML.
- c. Un programa para editar las imágenes de una página web.
- d. Un *software* que ayuda a gestionar los contenidos de un sitio web.**

2. Una página web sirve básicamente para:

- a. Analizar datos.
- b. Vender.
- c. Ofrecer e intercambiar información.**
- d. Tener un blog.

3. Un promotor se diferencia de un usuario en que el promotor...

- a. ... encarga la web.**
- b. ... diseña la web.
- c. ... compra en la web.
- d. ... vende en la web.

4. HTML...

- a. ... es un *software* para construir bases de datos.
- b. ... no es un lenguaje de programación.**
- c. ... es el lenguaje esencial para programar bases de datos.
- d. ... es un lenguaje de programación.

5. Son ventajas de un CMS:

- a. Velocidad de creación y protección de datos.
- b. Facilidad de navegación y tamaño.
- c. Escalabilidad y protección de datos.
- d. Escalabilidad y ahorro.**

6. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: "Un *plugin* es un miniprograma que interactúa con el CMS para ampliar las funcionalidades".

- Verdadero
- Falso

7. A una plantilla de diseño se le llama:

- a. *Plugin*
- b. Módulo
- c. Tema**
- d. Extensión

8. A la hora de escoger un CMS, no hay que preocuparse de:

- a. Las modas.
- b. El conocimiento que tenga del CMS el usuario final.**
- c. El precio.
- d. La curva de aprendizaje.

9. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: "Los costes se pueden disparar por no tener en cuenta el precio de los temas y *plugins* que se necesitan instalar".

- Verdadero
- Falso

10. *Moodle* es un CMS especializado en:

- a. *E-Commerce*
- b. Formación**
- c. Blog
- d. Gestión documental

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 2

1. Un CMS no permite:

- a. Crear perfiles de clientes en profundidad, que ayuden a comprender a quién se está promocionando y sus intereses.
- b. Crear un amplio contenido, en una variedad de formatos, que satisfagan las necesidades de estos clientes a lo largo del viaje del comprador.
- c. Determinar los factores de personalización que pueden influir en las ofertas para un cliente en particular.
- d. Enviar los datos personales de los usuarios a otras empresas para analizar el mercado sin consentimiento previo.**

2. Elige cuál de estas tecnologías no es propia de la Cuarta Revolución Industrial:

- a. *Big Data*
- b. Domótica**
- c. Robótica
- d. *Blockchain*

3. Cuatro de las siete V relacionadas con el *Big Data* son:

- a. Velocidad, Variedad, Verificación y Virtualización.
- b. Velocidad, Volumen, Variedad y Valor.**
- c. Virtualización, Volumen, Vistosidad y Variabilidad.
- d. Volumen, Veracidad, Valor y Viscosidad.

4. Señala la tarea que no se puede automatizar:

- a. Enviar ofertas por *e-mail*.
- b. Generar facturas.
- c. Negociar el precio de una oferta con el cliente.**
- d. Matricular en un curso.

5. Una tendencia relacionada con la realidad virtual es:

- a. Crear capas de información que se superpongan a la realidad que se ve.
- b. Poder localizar restaurantes cerca de tu posición.
- c. Crear mundos inmersivos para probar automóviles.**
- d. Crear probadores de ropa.

6. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: "Para disfrutar de la realidad aumentada siempre es necesario llevar unas gafas especiales".

- Verdadero
- Falso

7. La inteligencia artificial posibilita:

- a. Asegurar los datos personales de los usuarios.
- b. Modelizar los sistemas para crear y analizar escenarios futuros.**
- c. Crear capas de información extra sobre la realidad.
- d. Automatizar tareas para simplificar el trabajo de las personas.

8. Elige la tecnología que no está relacionada con la computación en la nube:

- a. App web progresiva.
- b. Contenedores.
- c. Sensorización.**
- d. *Headless* CMS.

9. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: "El gran motor de la innovación en CMS proviene de la unión de las diferentes tecnologías que están protagonizando la Cuarta Revolución Industrial".

- Verdadero
- Falso

10. ¿Cuál de estas tecnologías no está asociada a los CMS?

- a. JavaScript
- b. Raspberry Pi**
- c. PHP
- d. MySQL

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 3

1. El *marketing-mix* es el resultado de:

- a. Las 4 P's de *marketing*.
- b. Las 7 P's de *marketing*.
- c. La suma de las acciones e investigaciones.
- d. Todas las opciones son correctas.

2. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: "El *marketing-mix* se define como el conjunto de herramientas y variables que tiene una organización o una empresa para cumplir con los objetivos de la entidad y de su público objetivo".

- Verdadero
- Falso

3. Las cuatro P's sobre las que se sustenta el *marketing-mix* son:

- a. Partida, Promoción, Producto y Precio.
- b. Producto, Precio, Plazo y Promoción.
- c. **Producto, Precio, Distribución/Plaza, Promoción/Comunicación.**
- d. Plazo, Partida, Promoción/Comunicación, Producto.

4. ¿Qué es un *Community Manager*?

- a. Alguien especializado en manejar comunidades.
- b. Alguien especializado en *marketing online*.
- c. **Es el punto de encuentro entre la marca o empresa y sus clientes en el mundo *online*.**
- d. Alguien con personalidad y carisma en las redes sociales.

5. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: "Entre las actitudes, aptitudes y habilidades de un *Community Manager*, se encuentran conseguir experiencia mediante la práctica, estar en continuo aprendizaje y ser proactivo".

- Verdadero
- Falso

6. ¿Cuántas son las tareas principales que tiene un *Community Manager*?

- a. 2
- b. 4**
- c. 5
- d. 10

7. ¿A qué se dedica ORM?

- a. A la gestión de las redes sociales.
- b. A la gestión de la comunidad.
- c. A la gestión del tiempo de conexión.
- d. A la gestión de la imagen que se proyecta.**

8. Si existen críticas o comentarios negativos que continúan tras las primeras explicaciones a las quejas o a las opiniones adversas, una solución sería:

- a. Trasladar la conversación a privado.**
- b. Ignorarla.
- c. Discutir hasta que te dé la razón la persona.
- d. Señalar un culpable para trasladar la crítica.

9. ¿Cuál de los siguientes elementos no forman el plan de *marketing*?

- a. Estrategias.
- b. Objetivos.
- c. Análisis de mercado.
- d. Estudio de viabilidad.**

10. Las 4 E's de *marketing* son:

- a. Expectativas, Intercambio, Establecimientos y *Engagement*.
- b. Experiencia, Expansión, Fidelización y Evangelización.
- c. Expectativas, Experiencia, Establecimientos y Evangelización.
- d. Experiencia, Intercambio, Omnicanalidad, Evangelización.**

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 4

1. El comercio electrónico también se conoce como:

- a. **E-Commerce**
- b. E-Tienda
- c. E-comercio
- d. Tienda en internet

2. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: “El comercio electrónico facilita a los clientes el poder acceder a plataformas, webs, redes sociales y aplicaciones donde se muestran catálogos de servicios y productos en todo momento y en cualquier lugar”.

- Verdadero
- Falso

3. La interactividad del comercio electrónico facilita:

- a. Los procesos y procedimientos del *stock*.
- b. La reducción de costes de adquisición.
- c. **El contacto directo, instantáneo y automatizado.**
- d. Estar abierto continuamente.

4. En un *e-Commerce* se pueden vender...

- a. ... productos físicos exclusivamente.
- b. ... productos digitales principalmente.
- c. **... productos físicos y productos digitales.**
- d. ... servicios digitales.

5. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: “Un *e-Commerce* consiste en un modelo de negocio basado en las transacciones de productos o servicios mediante las opciones que dan los medios digitales e internet, como páginas web, aplicaciones móviles y redes sociales”.

- Verdadero
- Falso

6. Las ventas mediante e-Commerce entre empresas se denominan:

- a. C2C
- b. B2B**
- c. B2C
- d. B2E

7. ¿Cuándo nació la generación *Millennial*?

- a. Entre 1965 y 1978.
- b. A partir de 1995.
- c. Entre 1946 y 1964.
- d. Entre 1979 y 1994.**

8. El método más habitual de pago en un e-Commerce es:

- a. Tarjeta de crédito**
- b. Transferencia
- c. PayPal
- d. Financiación

9. ¿Cuál es el modelo logístico que se encarga de todo el proceso, desde el almacenaje y gestión de las existencias hasta la preparación de los pedidos y su envío al cliente?

- a. *Dropshipping*
- b. *Marketplace*
- c. *E-Commerce*
- d. *Fullfilment***

10. Los elementos legales que dan garantías a un e-Commerce son:

- a. Aviso legal, RGPD, política de privacidad y política de *cookies*.
- b. Formulario, términos de uso, política de privacidad y política de *cookies*.
- c. Aviso legal, términos de uso, RGPD y política de *cookies*.
- d. Aviso legal, términos de uso, política de privacidad y política de *cookies*.**

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 5

1. El *Mobile Commerce* también se conoce como:

- a. **m-Commerce**
- b. M-Tienda
- c. M-Comercio
- d. Tienda móvil

2. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: “El principal beneficio del *Mobile Commerce* es que proporciona conectividad instantánea al usuario móvil, independientemente de su ubicación geográfica y la hora del día”.

- Verdadero
- Falso

3. De las siguientes respuestas, ¿cuál no es un beneficio para los usuarios del *Mobile Commerce*?

- a. Reducción de costes
- b. Ahorro de tiempo
- c. **Llamadas ilimitadas**
- d. Flexibilidad

4. ¿Cuál de las siguientes opciones es una diferencia del *Mobile Commerce* con respecto al *e-Commerce*?

- a. Movilidad limitada.
- b. Velocidad de conexión alta.
- c. **Suele tener problemas de seguridad.**
- d. Los costes y mantenimiento suelen ser altos.

5. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: "Los servicios de valor agregado o VAS se definen como aquellos servicios especiales no esenciales que se ofrecen a los usuarios además de los servicios telefónicos normales".

- Verdadero
- Falso

6. ¿Cómo se denominan los servicios de banca ofrecidos mediante MVAS?

- a. Banca virtual
- b. M-Banca**
- c. Banca electrónica
- d. Banca interactiva

7. Los contratos que se realizan vía electrónica se regulan mediante:

- a. Ley de Contratos Electrónicos.
- b. Ley de Contratación Pública.
- c. Ley de Contratos de Operadores Móviles.
- d. Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico.**

8. La entrada en vigor de la Ley de Contratos del Sector Público trajo consigo:

- a. La obligatoriedad del formato electrónico.**
- b. La firma electrónica.
- c. Los certificados digitales.
- d. Los contratos electrónicos.

9. ¿Cuál de las siguientes es una ventaja de la contratación electrónica?

- a. Las cláusulas electrónicas.
- b. La firma electrónica.
- c. Los *e-mails*.
- d. Mejora de la transparencia.**

10. La fiscalidad en el comercio electrónico tiene como impuestos:

- a. El de sucesiones.
- b. El de bienes inmuebles.
- c. El impuesto de matriculación.
- d. El impuesto del valor añadido.**

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 6

1. En una tienda *online* hay que añadir los datos:

- a. Laborales: n.º de trabajadores, dirección, nómina media.
- b. Fiscales: NIF, dirección, datos de registro mercantil, e-mail de contacto, etc.**
- c. De apoderamiento: dirección personal del apoderado, NIF, teléfono, etc.
- d. Fiscales y laborales del apoderado.

2. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: “Una empresa puede dar de alta un dominio porque es una persona física”.

- Verdadero
- Falso

3. La página de condiciones generales de contratación sirve para detallar:

- a. La legislación aplicable a protección de datos.
- b. Las *cookies* que aparecen en el momento de contratar.
- c. El análisis del proceso de compra del cliente objetivo.
- d. Las condiciones de compra, de pago, de envío, devolución, etc.**

4. La página de política de *cookies* no indica:

- a. El tipo de *cookies*.
- b. Cuándo caducan.
- c. Quién las usa.
- d. La relación con la lista de productos.**

5. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: “El icono de selección de idioma se suele colocar en el pie de página”.

- Verdadero
- Falso

6. Los listados de subcategorías se han de usar siempre que...

- a. ... haya pocas cantidades de productos.
- b. ... haya pocas categorías principales.
- c. ... haya gran cantidad de productos y categorías.**
- d. ... nunca deberían usarse.

7. Las formas de pago deberían:

- a. Ser mostradas cuanto antes para que el usuario no abandone el carrito más tarde.**
- b. Ser mostradas al final para que el usuario decida comprar a pesar de todo.
- c. Ser mostradas cada vez que elija un producto para que se vaya preparando.
- d. Ser mostradas junto al precio de cada producto.

8. La página de registro:

- a. Debería presentar ofertas de última hora para provocar el impulso.
- b. Debería recoger todos los datos posibles de familiares y amigos.
- c. Debería ser sencilla, sin distracciones.**
- d. Debería recoger datos del historial académico.

9. El TPV virtual...

- a. ... se contrata en una entidad financiera.**
- b. ... se compra en Amazon.
- c. ... es un módulo del estado.
- d. ... sirve para cobrar por *streaming*.

10. La gestión de stocks es importante para:

- a. Asegurar el cobro.
- b. Evitar abandono de carritos de compra.
- c. Tramitar las devoluciones.
- d. Evitar vender productos de los que no se dispone.**

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 7

1. Los colores terciarios surgen de mezclar:

- a. **Un color primario y otro secundario en proporción 1 a 1.**
- b. Dos colores secundarios en la misma proporción.
- c. Dos colores primarios en distintas proporciones.
- d. Un color primario y otro secundario en proporciones 1 a 3.

2. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: "Las armonías cromáticas están formadas por tres colores: un color dominante, un color tónico y un color de mediación".

- Verdadero
- Falso

3. En una página web se usa la geometría, entre otras cosas, para:

- a. Mejorar el SEM.
- b. Para reducir la velocidad de carga.
- c. **El reparto de los elementos gráficos.**
- d. Para equilibrar el peso de la web.

4. El tamaño en píxeles da idea...

- a. ... del número de colores de la imagen.
- b. ... de la profundidad de color.
- c. **... del tamaño de la imagen y de su peso.**
- d. ... de la temperatura de la escala cromática usada.

5. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: "El formato WebP es un formato de imagen creado por Google con alta compresión y calidad".

- Verdadero
- Falso

6. Las ilustraciones deberían tener un formato:

- a. JPG
- b. Vectorial**
- c. PNG
- d. MP4

7. ¿Para qué sirven los bancos de recursos?

- a. Para encontrar financiación para el proyecto de una página web.
- b. Para alojar la página web y que el diseñador acceda a recursos.
- c. Para encontrar desarrolladores y diseñadores para crear una web.
- d. Para encontrar imágenes, vídeos y otros elementos para la web.**

8. Las fuentes de letras variables se crearon para solucionar...

- a. ... los problemas de compatibilidad de pantalla.**
- b. ... los problemas que causa la infinidad de fuentes existentes.
- c. ... los problemas de elección de fuentes en función del color.
- d. ... los problemas de elección de fuentes en función del CSS elegido.

9. Para diseñar una página web no deberíamos elegir:

- a. Dos o tres fuentes de letra.
- b. Fuentes estándar para títulos.
- c. Fuentes versátiles.
- d. Una fuente con serifa.**

10. La arquitectura de la información no sirve para:

- a. Simplificar los trabajos para las personas que mantendrán la página web y los usuarios.
- b. Marcar las estrategias de crecimiento y los cambios ante vaivenes del mercado.
- c. Aclarar la misión y la visión del sitio, compaginando las necesidades de la empresa y la de los usuarios.
- d. Elegir la gama cromática y los colores corporativos.**

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 8

1. Generalmente, a la hora de diseñar una tienda *online*:

- a. No se le pone límites a la creatividad.
- b. La creatividad está limitada por la usabilidad y la accesibilidad.**
- c. La usabilidad está limitada por la creatividad.
- d. La accesibilidad está limitada por la usabilidad.

2. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: “En cuestiones de accesibilidad y de usabilidad el cliente siempre tiene la razón”.

- Verdadero
- Falso

3. La conveniencia es un criterio:

- a. Hedonista
- b. Egoísta
- c. Funcional**
- d. Antagonista

4. A la facilidad de llegar de un sitio a otro en el sitio web se le llama:

- a. Accesibilidad
- b. Navegabilidad**
- c. Consistencia
- d. Optimización de recursos

5. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: “La accesibilidad y la usabilidad mejoran el SEO”.

- Verdadero
- Falso

6. Los *breadcrumbs* o migas de pan...

- a. ... **facilitan la navegación y la ubicación del usuario en todo momento.**
- b. ... facilitan la interacción con la plataforma de pagos.
- c. ... aseguran los contrastes entre colores.
- d. ... son básicos para garantizar la logística.

7. Respecto a los contenidos gráficos, es mejor:

- a. Añadirlos, pero con mucho movimiento para dar dinamismo.
- b. Añadir los mínimos posibles.
- c. Añadir el máximo posible y reducir texto.
- d. **Equilibrarlos con los textos y evitar los superfluos.**

8. El diseño centrado en el usuario...

- a. ... **es un proceso que comienza investigando al usuario.**
- b. ... es un proceso que comienza con las necesidades de la empresa.
- c. ... es un proceso que se centra en la usabilidad.
- d. ... es un proceso que se centra en la accesibilidad.

9. La experiencia de usuario:

- a. Aumenta la tasa de abandonos.
- b. **Reduce la tasa de abandonos.**
- c. Aumenta el precio del SEM.
- d. Se basa en las ofertas y en los bonos de descuento.

10. La accesibilidad es...

- a. ... obligatoria por ley.
- b. ... recomendable cuando se crean páginas para la Administración pública.
- c. ... necesaria solo para tiendas *online*.
- d. ... **la forma más básica de empatizar con todos los usuarios de un sitio web.**

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 9

1. ¿En qué consiste el posicionamiento?

- a. **En obtener presencia dentro de los motores de búsqueda.**
- b. En el lugar del *ranking* de mejores webs.
- c. El lugar que ocupa con respecto a la competencia.
- d. El listado de empresas del sector.

2. Señala si la siguiente afirmación es verdadera o falsa: “El SEO consiste en la práctica de aumentar tanto la calidad como la cantidad del tráfico de un determinado sitio web, así como la exposición a su marca, a través del posicionamiento o lugar conseguido entre los resultados de las páginas y motores de búsqueda”.

- Verdadero
- Falso

3. Entre las buenas prácticas de SEO se encuentra:

- a. Contactar con los técnicos de los buscadores.
- b. Presentar credenciales de clientes a los buscadores.
- c. **No engañar a los usuarios.**
- d. Tener un servicio de atención al cliente.

4. Las distintas opciones de búsquedas por parte de los usuarios son:

- a. Especializada y concreta.
- b. Informativa, documental y virtual.
- c. **Informativa, navegación y transaccional.**
- d. Transaccional y entretenimiento.

5. Indica si la siguiente afirmación es verdadera o falsa: “La investigación de palabras clave radica en comprender mejor al mercado objetivo y cómo buscan contenido, servicios o productos”.

- Verdadero
- Falso

6. ¿Qué es el *long tail*?

- a. Todas las palabras clave de una web.
- b. Palabras claves específicas y con menor competencia.**
- c. Palabras clave largas que posicionan.
- d. La suma de varias palabras clave.

7. ¿Qué es *SEO On Page*?

- a. Posicionamiento en las páginas de búsqueda.
- b. Selección de las palabras clave.
- c. Estudio de las palabras clave.
- d. Relacionar palabras clave con las páginas web.**

8. Los enlaces de otros sitios web que apuntan hacia otro sitio web se conocen como:

- a. *Backlinks*.**
- b. *SEO On Page*.
- c. SEM.
- d. *Long tail*.

9. El tráfico pagado se denomina:

- a. SEO.
- b. *SEO On Page*.
- c. *SEO Off*.
- d. SEM.**

10. Para figurar en los primeros lugares del SERP gracias al SEM, se utilizan palabras clave...

- a. ... genéricas.
- b. ... concretas.
- c. ... especiales.
- d. ... nicho.**

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 10

1. Antes de instalar *Prestashop*, se necesita:

- a. Un servidor, una base de datos, espacio para instalarlo y un dominio.
- b. Un servidor, *Filezilla*, un dominio y un *e-mail*.
- c. Un ordenador libre para hacer pruebas.
- d. Un *hosting*, dos bases de datos y un disco USB.

2. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: “*Prestashop* y los módulos son *open source*”.

- Verdadero
- Falso

3. En el menú **Configurar** de la barra lateral:

- a. Se configuran los productos.
- b. Se configura el *back office*.**
- c. Se configura el *front office*.
- d. Se configura la plantilla de diseño.

4. En el menú **Vender** de la barra lateral:

- a. Se configuran los productos.**
- b. Se configura el *back office*.
- c. Se configuran las búsquedas.
- d. Se configura la posibilidad de multitienda.

5. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: “*Prestashop* permite la configuración de los enlaces y las páginas para que sean *amigables*”.

- Verdadero
- Falso

6. Prestashop define la profundidad de la arquitectura del sitio web:

- a. Mediante los atributos.
- b. Mediante las características de los productos.
- c. Mediante enlaces.
- d. Mediante páginas de diferente nivel y categorías.**

7. ¿Prestashop diferencia entre marcas y proveedores?

- a. Sí, pero solo para transporte.
- b. No, los trata igual.
- c. Sí, por si hay fabricantes y mayoristas.**
- d. No, eso solo lo hace *WooCommerce*.

8. Un TPV...

- a. ... es un módulo especializado en contabilidad.
- b. ... se encarga en la entidad bancaria y se instala mediante módulos.**
- c. ... significa *Thermal Post Vaccine* y sirve para el SEO.
- d. ... solo sirve para pagar con tarjeta, por lo que no es muy útil.

9. Respecto a los envíos:

- a. Es imposible hacerlos gratuitos.
- b. Se basan en el importe del pedido o en el peso.**
- c. Se gestionan con un *software* aparte.
- d. Se basan en el volumen.

10. Respecto a las facturas:

- a. Son una copia exacta del albarán.
- b. Se numeran después de emitirlas y antes de contabilizarlas.
- c. Aparecen numeradas y se pueden descargar en formato PDF.**
- d. Se modifican con una hoja *Excel*.

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 11

1. El comercio electrónico se define como:

- a. La compra y venta de productos y servicios por medios electrónicos.
- b. La compra de productos virtuales.
- c. La venta de infoproductos.
- d. La compra y venta de productos electrónicos.

2. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: “Las redes sociales se definen como un grupo de aplicaciones basadas en internet que se construyen sobre los fundamentos ideológicos y tecnológicos de la web 2.0, y que permiten la creación e intercambio de contenido generado por el usuario”.

- Verdadero
- Falso

3. Para conseguir ventas y captación en redes sociales es importante:

- a. El perfil de la red social.
- b. La comunidad.
- c. **El valor de marca.**
- d. Tener un servicio de atención al cliente.

4. Para mejorar la adquisición de clientes y aumentar su satisfacción se necesita:

- a. Tener una gran comunidad.
- b. Estar en todas las redes sociales.
- c. **Centrarse en el cliente.**
- d. Contar con una tienda virtual.

5. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: "Las redes sociales permiten una reducción de costes con respecto a los sistemas tradicionales".

- Verdadero
- Falso

6. Las redes sociales generan:

- a. Instantaneidad, acceso, omnicanalidad y retención.
- b. Instantaneidad, adaptación, omnicanalidad y fidelización.**
- c. Rapidez, acceso, omnicanalidad y retención.
- d. Instantaneidad, adaptación, omnicanalidad y comunidad.

7. ¿Qué es Facebook?

- a. Una plataforma web
- b. Un *e-Commerce*
- c. Un *marketplace*
- d. La mayor red social**

8. ¿Qué es Facebook Shops?

- a. La solución comercial para exhibir y vender productos de Facebook.**
- b. La tienda de *merchandising* de Facebook.
- c. Una tienda física.
- d. Un listado de tiendas en Facebook.

9. Para realizar una tienda virtual en Facebook hace falta contar con:

- a. Un perfil personal
- b. Una gran comunidad
- c. Productos para vender
- d. Al menos, un perfil de empresa**

10. Entre las plataformas socios de *Facebook* se encuentra:

- a. *Twitter*
- b. *TikTok*
- c. *Amazon*
- d. ***Shopify***

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 12

1. Uno de los elementos claves para crear un blog es tener:

- a. **Expertise en un determinado tema o materia.**
- b. Una página web.
- c. Un dominio con un nombre pegadizo.
- d. Clientes.

2. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: “La mejor manera de estar en sintonía con los lectores es interactuar con ellos”.

- Verdadero
- Falso

3. Para plantearse cómo poder conseguir una determinada fuente de ingresos, lo primero es:

- a. Tener redes sociales.
- b. Contar con una web.
- c. **Conocer el nicho de mercado.**
- d. Saber escribir.

4. Para aumentar la audiencia de un blog, hay que tener en cuenta tres objetivos, que son:

- a. Tener una gran comunidad, redes sociales y artículos que vender.
- b. Posicionamiento, redes sociales y saber escribir.
- c. **Posicionamiento, autoridad y audiencia.**
- d. Contar con una tienda virtual, redes sociales y una gran comunidad.

5. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: “El trabajo de un blog es arduo y la monetización se ha de hacer desde el primer momento”.

- Verdadero
- Falso

6. Entre las opciones de monetización está:

- a. Posicionamiento.
- b. Reseñas.**
- c. Visualización de imágenes.
- d. Número de suscriptores.

7. Para informar a los usuarios del blog que existe un nuevo artículo lo ideal es contar con:

- a. Una plataforma web.
- b. Un *e-Commerce*.
- c. Anuncios.
- d. Una lista de correo.**

8. Cuando se monetiza mediante la promoción de productos o servicios a cambio de una comisión, hablamos de:

- a. *Marketing* de afiliados**
- b. Publicidad
- c. Venta de contenido
- d. Donación

9. Cuando se monetiza utilizando plataformas como *Google AdSense*, hablamos de:

- a. *Marketing* de afiliados
- b. Vender el blog
- c. Reseñas
- d. Publicidad**

10. Entre los beneficios de tener un blog en un sitio web se encuentra:

- a. Mayores ingresos.
- b. Genera clientes potenciales.**
- c. Diferenciarse de la competencia.
- d. Mejora de la marca.

