
Solucionario de

ejercicios de autoevaluación

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 1

1. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones describe mejor el concepto de intermediario digital?

- a. Una empresa que produce y vende directamente sus propios productos *online*.
- b. Una plataforma que facilita la interacción o la transacción entre usuarios sin ser necesariamente propietaria del producto.**
- c. Una empresa encargada únicamente del transporte de mercancías.
- d. Un sistema informático utilizado para gestionar inventarios.

2. El comercio electrónico permite a las empresas vender productos o servicios a través de _____, eliminando muchas de las limitaciones físicas del comercio tradicional.

- a. sistemas logísticos tradicionales
- b. plataformas digitales**
- c. establecimientos comerciales
- d. mercados mayoristas

3. Relaciona cada modelo de relación comercial con su descripción correcta.

- a. B2B
- b. B2A
- b.** Relación digital entre empresas y administraciones públicas
- a.** Transacciones comerciales entre empresas

4. ¿Cuál es la principal función de un CRM dentro de una empresa?

- a. Diseñar páginas web para comercio electrónico.
- b. Gestionar exclusivamente los procesos contables.
- c. Organizar y analizar la relación con clientes actuales y potenciales.**
- d. Controlar el consumo energético de los servidores.

5. Ordena correctamente las siguientes fases típicas del proceso de compra en comercio electrónico:

4. Confirmación del pedido y envío.
2. Selección del producto.
3. Pago electrónico.
1. Búsqueda o consulta del producto.

6. ¿Qué característica distingue principalmente al modelo de suscripción en el comercio electrónico?

- a. El cliente paga una cuota periódica para recibir productos o servicios de forma recurrente.
- b. La empresa vende productos únicamente a otras empresas.
- c. La empresa no tiene contacto con el cliente final.
- d. El cliente paga únicamente cuando recomienda el producto.

7. ¿Cuáles de los siguientes elementos contribuyen al impacto ambiental del e-commerce?

- a. Transporte y logística de última milla
- b. Uso de embalajes
- c. Procesos de devolución de productos
- d. Existencia de páginas web corporativas

8. ¿Cuál de las siguientes herramientas está orientada principalmente a la gestión visual de tareas mediante tableros y tarjetas?

- a. *Google Calendar*
- b. *Microsoft Teams*
- c. **Trello**
- d. *Zoom*

9. Indica si la siguiente afirmación es verdadera o falsa: "El método *Scrum* organiza el trabajo en ciclos de desarrollo cortos llamados *sprints*".

- Verdadero
- Falso

10. ¿Cuál de las siguientes medidas ayuda a reducir el consumo energético de infraestructuras digitales?

- a. Incrementar el número de servidores físicos para cada aplicación.
- b. Guardar todos los archivos únicamente en dispositivos físicos locales.
- c. Evitar el uso de almacenamiento en la nube.
- d. Utilizar virtualización de servidores para ejecutar varias máquinas en un mismo equipo.**

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 2

1. ¿Cuál es el objetivo principal del diseño comercial de una página web?

- a. Mejorar únicamente el aspecto visual
- b. Reducir el número de visitas
- c. Aumentar la conversión de visitantes en clientes**
- d. Eliminar la interacción del usuario

2. ¿Cuáles de las siguientes variables se utilizan para definir perfiles de usuarios en el comercio electrónico?

- a. Segmentación demográfica
- b. Segmentación geográfica
- c. Segmentación conductual
- d. Todas las opciones son correctas.**

3. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: “El cliente real es aquel que ha mostrado interés en la marca, pero no ha realizado ninguna compra”.

- Verdadero
- Falso**

4. El proceso que siguen los usuarios desde que conocen una marca hasta que compran se llama _____ de *marketing*.

- a. segmentación
- b. experiencia
- c. embudo**
- d. posicionamiento

5. ¿Cuál de las siguientes acciones sirve principalmente para atraer clientes potenciales?

- a. SEO**
- b. Fidelización

- c. Servicio posventa
- d. *Remarketing*

6. Relaciona cada concepto con su definición:

- a. UX
 - b. Diseño comercial
 - c. UI
-
- b. Orientado a aumentar ventas
 - a. Experiencia del usuario
 - c. Aspecto visual de la interfaz

7. Ordena correctamente las fases del embudo de *marketing*:

- 3. Conversión
- 4. Fidelización
- 1. Conciencia de marca
- 2. Consideración

8. ¿Cuál de los siguientes elementos pertenece a la usabilidad web?

- a. Publicidad digital
- b. Paleta de colores
- c. *Influencers*
- d. Facilidad de navegación**

9. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: "El *marketing de influencers* se basa en colaborar con personas que tienen capacidad de influir en las decisiones de compra de su audiencia".

- Verdadero
- Falso

10. ¿Cuáles de las siguientes son características del comportamiento del consumidor digital?

- a. Usa un único dispositivo
- b. Compara información antes de comprar**

- c. No tiene en cuenta las opiniones de otros usuarios
- d. Busca rapidez e inmediatez**

