
Solucionario de

ejercicios de autoevaluación

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 1

1. Existen tres tipos principales de comercios por internet, son:

- a. B2C, B2O y B2B
- b. B2B, B2C y C2B
- c. B2B, B2C y C2C**
- d. Todas las opciones son incorrectas.

2. Indica cuál de estas no es una característica de la web 2.0:

- a. Monitorización**
- b. Viral
- c. En beta permanente
- d. Descentralización

3. ¿Qué categorías de procesos pueden no verse mejoradas por la aplicación de la filosofía y herramientas de la empresa 2.0?

- a. I + D + i
- b. Calidad
- c. Aprendizaje continuo**
- d. Desarrollo de negocio

4. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: "El *Cloud Computing* es beneficioso tanto para los propietarios del *e-commerce* como para los clientes".

- Verdadero
- Falso

5. ¿Qué área no llevará a cabo la aplicación de la perspectiva externa de la digitalización?

- a. Departamento de *marketing* y relaciones públicas.
- b. Departamento de comunicación e imagen.
- c. Departamento de atención al cliente y posventa.
- d. Departamento de gestión del conocimiento.**

6. Señala la opción que no es correcta:

- a. **Un programa de ERP de software libre es WordPress.**
- b. Un programa de ERP de software libre es Odoó.
- c. Un programa de ERP de software libre es Openbravo.
- d. Un programa de ERP de software libre es ERP5.

7. Selecciona la correcta. Los tipos de foros por el tipo de acceso son:

- a. Públicos, en red y dinámicos.
- b. Públicos, privados y protegidos.**
- c. Públicos, privados y dinámicos.
- d. En red, públicos y privados.

8. Un *microinfluencer* es:

- a. Marcas personales con menos de 10.000 miembros de su comunidad.**
- b. Marcas personales con menos de 100.000 miembros de su comunidad.
- c. Marcas personales con menos de 1.000 miembros jóvenes de su comunidad.
- d. Marcas personales con más de 10.000 miembros de su comunidad.

9. Indica qué es incorrecto sobre el *Cloud Computing*:

- a. Es un modelo basado en el pago por uso que en algunos casos tiene una versión de inicio gratuita.
- b. Se pagan únicamente los servicios que se necesitan en el momento en que se necesitan.
- c. Se pagan todos servicios completos que se necesitan en el momento en que se contratan.**
- d. Busca localizar todos los archivos en la nube de modo que cualquier persona con conexión a internet pueda acceder.

10. Ordena el proceso para el protocolo de actuación ante una queja:

1. Escucha detenida al cliente que tiene una queja.
2. Comprobación de información y análisis de la gravedad (alta/ media/baja).

3. Resolución del problema y relato de lo sucedido en el panel de control.
4. Ofrecimiento de ventaja o descuento futuro.

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 2

1. Para nuestro comercio electrónico, ¿debemos crear una página web?

- a. Nunca, es mejor vender en *eBay* y *Amazon*.
- b. Siempre, sin testear si hay mercado, lo ideal es tenerla a cualquier precio.
- c. Solo si compruebo que no vendo lo suficiente en webs de terceros.
- d. **Sí, una vez que he testado que existe mercado, quiero vender directamente.**

2. Indica cuál de los siguientes conceptos no es un consejo para dar a conocer tu negocio a coste mínimo:

- a. Redes sociales.
- b. SEO.
- c. **SEM.**
- d. Interactuar con los seguidores.

3. Indica cuál de las siguientes no es una herramienta para crear una plataforma de *e-commerce*:

- a. **OnlineShopCMS.**
- b. *Wordpress.*
- c. *Magento.*
- d. *Shopify.*

4. Señala cuál de las siguientes no es una clave del *performance marketing*:

- a. *Landing pages.*
- b. **Redes de colaboradores *online*.**
- c. Monitorización.
- d. Modelo de pago.

5. Indica cuál de los siguientes no es un modelo de pago de publicidad en internet:

- a. CPM.
- b. CPC.
- c. CPA.
- d. **CPP.**

6. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: "El *e-mail marketing* consiste en hacerle llegar al usuario por medio del correo electrónico cualquier contenido que tenga finalidad comercial".

- Verdadero
- Falso

7. Las aplicaciones más extendidas para crear campañas SEM son:

- a. *Bing Ads* y *Amazon Ads*.
- b. ***Google AdWords* y *Bing Ads*.**
- c. *Bing Ads* y *eBay Ads*.
- d. *eBay Ads* y *Amazon Ads*.

8. La relevancia es...

- a. ... la popularidad de tu página en internet.
- b. **... el grado de relación que tenga tu página en relación con los parámetros de la búsqueda del usuario.**
- c. ... la popularidad de tus palabras clave.
- d. ... la popularidad de tu página en internet relacionada con las palabras clave.

9. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: "El funcionamiento de los motores de búsqueda tiene dos fases: rastreo e indexación".

- Verdadero
- Falso

10. Señala la opción correcta:

- a. Las 4 P del *marketing* son producto + panel + plaza + promoción.
- b. Las 4 P del *marketing* son producto + precio + plaza + promoción.**
- c. Las 4 P del *marketing* son producto + panel + palabras clave + promoción.
- d. Las 4 P del *marketing* son palabras clave + panel + plaza + promoción.

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 3

1. Los pilares del *social media* plan son:

- a. Analizar, planificar, realizar y ejecutar.
- b. Investigar, planificar, valorar y analizar.
- c. Analizar, comprobar, realizar y ejecutar.
- d. Investigar, planificar, ejecutar y analizar.**

2. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: “Debido a la gran utilidad que las redes sociales aportan a las empresas en tantos sentidos, se puede deducir que en cuantas más de ellas estés e interacciones, más beneficios obtendrá tu empresa”.

- Verdadero
- Falso

3. Indica cuál de los siguientes no es un tipo de blog corporativo:

- a. De analítica web.**
- b. De marca.
- c. De trabajadores.
- d. De clientes.

4. Señala cuál de los siguientes no es un consejo para hacer *marketing* viral:

- a. Compartir valores positivos.
- b. Que los actores de los vídeos no se parezcan a tus clientes.**
- c. Contar con *influencers*.
- d. Incluir al menos una imagen.

5. Indica cuál de los siguientes no es un beneficio de usar las redes sociales en las estrategias de *marketing*:

- a. Imagen corporativa.
- b. Difusión.

- c. Recopilación de información.
- d. Precios.**

6. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: “*Business Manager* es una herramienta de gestión de publicidad en *Facebook* y también en *Instagram*. Te permite gestionar una o varias páginas a la vez desde esta misma plataforma”.

- Verdadero
- Falso

7. Señala cuál no es una herramienta de monitorización de redes sociales:

- a. *Meltwater*.
- b. *Google AdWords*.**
- c. *Radian*.
- d. *Social Mention*.

8. ¿Qué no debes hacer en una gestión de crisis?

- a. Cuidar los mensajes que emites.
- b. Actuar tarde.**
- c. Asumir los errores cuando corresponde.
- d. Analizar los comentarios y sus emisores.

9. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: “Lo que mejor define a la web 3.0 es el uso más natural del lenguaje —si la comparamos con la web 1.0 y la web 2.0— que un *software* interpreta”.

- Verdadero
- Falso

10. Señala la opción correcta dentro de los mandamientos del *marketing* 3.0 según Philip Kotler:

- a. No ames a tus consumidores ni respetes a tus competidores.
- b. Ofrece siempre un buen producto a un precio justo.**

- c. No te diferencias en términos de calidad, coste y tiempo de entrega.
- d. No seas accesible y no ofrezcas noticias de calidad.

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 4

1. Los agentes que conforman el proceso de afiliación son:

- a. Anunciante, usuario, sitio de afiliación, sitio web.
- b. Anunciante, vendedor, sitio de afiliación, sitio web.
- c. Anunciante, *webmaster*, sitio web, vendedor.
- d. Anunciante, *webmaster*, sitio de afiliación, usuario.**

2. Indica cuál de estas frases NO es una característica de los *softwares* de código abierto/*open source*:

- a. Los *softwares* de código abierto se crean, distribuyen y explotan de manera gratuita.
- b. Puedes trasladar toda la información del *e-commerce* de una empresa a otra de manera sencilla.
- c. Posee soporte técnico continuo y especializado.**
- d. Es necesario el uso y respaldo de una comunidad.

3. Indica si esta afirmación es verdadera o falsa: "Por regla general, para los *e-commerces* es preferible tener un catálogo reducido y subir un poco los precios, que tener un catálogo muy amplio con precios más bajos".

- Verdadero
- Falso**

4. Señala cuáles son las cuatro fases del modelo AIDA (referente al proceso de venta):

- a. Pregunta, captación, interés, acción.
- b. Captación, interés, deseo, acción.**
- c. Necesidad, búsqueda, deseo, acción.
- d. Interés, deseo, descuento, acción.

5. Indica si esta afirmación es falsa o verdadera: "El pago contra reembolso conlleva muchas ventajas para el consumidor y por eso le resulta muy atractivo, pero al mismo tiempo conlleva mayor riesgo y costes para el vendedor".

- Verdadero
- Falso

6. Indica qué ley es la encargada de regular la generalidad de aspectos legales de un *e-commerce*:

- a. LOPD.
- b. LSSICE.**
- c. LOPD-GDD.
- d. RGPD.

7. Escoge de entre estas opciones lo que **NUNCA** debe hacerse en una buena política de envíos y devoluciones:

- a. Poner la información accesible para el usuario.
- b. Asumir los errores que se hayan podido cometer.
- c. Utilizar jerga especializada y específica.**
- d. Decir si están incluidos o no los gastos de transporte en caso de devolución.

8. ¿Cuál de estas afirmaciones **NO** se corresponde con la legalidad en lo referente a la contratación *online*?

- a. La contratación *online* siempre es gratuita.
- b. La contratación *online* no tiene exactamente la misma validez jurídica que una contratación tradicional.**
- c. La empresa debe informar de forma clara y completa al consumidor de todo el proceso.
- d. La Ley LSSICE es la encargada de regular los procesos de contratación *online*.

9. Indica cuál es la manera más interesante para un *e-commerce* de utilizar las *cookies* de la página web:

- a. Utilizar las *cookies* para las preferencias de idioma del usuario.
- b. Utilizar las *cookies* para que los productos guardados por el usuario se mantengan y facilitar así la adquisición de productos en la tienda.
- c. Utilizar las *cookies* para crear *retargeting* y ofrecerle al usuario anuncios de forma personalizada.**
- d. Utilizar las *cookies* para cumplir la legalidad y evitar multas u otras sanciones.

10. Indica cuál de estos datos básicos puedes conseguir haciendo una prueba de venta a pequeña escala:

- a. Cuál es tu público objetivo.
- b. Cuáles son las redes sociales que mejor encajan con tu *e-commerce*.
- c. Cuál es el mejor *marketplace*.
- d. Cuál es tu público real.**

