
Solucionario de

ejercicios de autoevaluación

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 1

1. En la teoría de los nodos y lazos, un nodo es:

- a. Una app con la que todos los individuos están unidos en la red.
- b. Enlazamiento de una cuerda.
- c. Grupos o individuos que representan los componentes de la red y que tienen un objetivo común.**
- d. Grupos o individuos que representan los componentes de la red y que no tienen un objetivo común.

2. Indica cuál no es una recomendación para cuidar la reputación de imagen de empresa:

- a. Interactuar con el público.
- b. Cumplir la normativa vigente.
- c. Establecer un plan de crisis.
- d. Monitorizar las informaciones de la competencia.**

3. ¿Qué es un *Prosumer*?

- a. Un individuo que desea ser *influencer*.
- b. Un individuo que consume y produce información.**
- c. Una herramienta para crear alertas sobre la crisis de reputación *online*.
- d. Una herramienta que permite estudiar al consumidor.

4. Señala la afirmación correcta:

- a. Facebook compró *You Tube*.
- b. Las redes sociales están en continuo cambio.**
- c. Tu empresa siempre tiene que estar en *Facebook* y conversar con el público.
- d. Todas las opciones son incorrectas.

5. Indica cuál de las siguientes afirmaciones es verdadera o falsa:

a. *Facebook* compró *YouTube*.

- Verdadero
- **Falso**

b. Las redes sociales están en continuo cambio.

- **Verdadero**
- Falso

c. Tu empresa siempre tiene que estar en *Facebook* y conversar con el público.

- Verdadero
- **Falso**

d. *Google Business Profile* te ayuda a posicionar la empresa en *Google*.

- **Verdadero**
- Falso

6. ¿Cuál de estas definiciones de *Engagement* es la que trabajamos para lograr buenos resultados en *Facebook*?:

a. Es la fidelidad y la motivación con la que nuestros usuarios defienden y se sienten parte de la marca.

b. Interacciones con tu marca.

c. El usuario se toma un tiempo y esfuerzo en decir que le gusta la experiencia que le estás brindando.

d. Todas las opciones son correctas.

7. Facebook ha desarrollado un algoritmo que se llama:

a. ***Edgerank***

b. *Engagement*

c. *Remarketing*

d. *Clickbait*

8. Si quiero llevar la página de *Facebook* con un compañero, debo:

- a. Compartirle mis contraseñas de *Facebook*.
- b. Nombrarle editor o administrador.**
- c. Me debe pasar sus contraseñas de *Facebook* para darle acceso solo a él.
- d. Todas las opciones son incorrectas.

9. Indica cuál de los siguientes consejos sobre la BIO en *Instagram* no es correcto:

- a. Escribe la BIO en un párrafo, no dividas en líneas.**
- b. Agrega un símbolo como una flecha, por ejemplo, para indicar que hagan clic en tu enlace.
- c. Cambia tu biografía de manera constante con tus nuevas acciones.
- d. Incluye los *hashtags* de tus campañas para que tus usuarios los tengan a mano.

10. En X se agrupan cuentas de tu interés en:

- a. Listas**
- b. Momentos
- c. *Timeline*
- d. Todas las opciones son incorrectas.

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 2

1. El plan *Social Media Marketing*...

- a. ... se elabora para presentar en sociedad.
- b. ... se elabora para trabajar las redes sociales.**
- c. ... no es importante para trabajar las redes sociales.
- d. Todas las opciones son incorrectas.

2. Indica si las siguientes afirmaciones son verdaderas o falsas:

- a. Un *Community Manager* puede responder a un comentario en las redes con su opinión.
 - Verdadero
 - Falso

- b. Ante una crisis de reputación online, el Instituto Nacional de Ciberseguridad propone que se ejecuten acciones antes de las 24 horas.
 - Verdadero
 - Falso

3. Un plan operativo es un plan...

- a. ... realizado a medio-largo plazo con acciones exclusivamente para conseguir ventas.
- b. ... realizado a corto-medio plazo con acciones exclusivamente para conseguir ventas.
- c. ... realizado a corto-medio plazo con acciones concretas para alcanzar los objetivos estratégicos.**
- d. Todas las opciones son incorrectas.

4. La estructura de un plan *Social Media Marketing* es...

- a. ... análisis de situación, objetivos, acciones y seguimiento y control.
- b. ... análisis de situación, objetivos, público, acciones y seguimiento y control.**
- c. ... objetivos, público, acciones y seguimiento y control.
- d. ... análisis, objetivos, público y acciones.

5. Indica si siguientes afirmaciones son verdaderas o falsas:

- a. Estudiar tu competencia te puede ayudar a conocer mejor a tu público.

- Verdadero
- Falso

- b. No estudies tu competencia con la idea de extraer contenido relevante para trabajar mejor tu estrategia.

- Verdadero
- Falso

6. El liderazgo de cada perfil en redes, medido en número de usuarios e interacción con los post que publica, se llama:

- a. *Funnel*
- b. Curación de contenidos
- c. *Social Suthority*
- d. *Storyelling*

7. Señala si la siguiente afirmación es verdadera o falsa: "Incrementar mis seguidores en X en 20 por semana es un objetivo SMART".

- Verdadero
- Falso

8. El uso de la narrativa aplicada al marketing para conectar mejor con tus clientes se llama:

- a. *Funnel*
- b. Curación de contenidos
- c. *Social Authority*
- d. **Storytelling**

9. Si trabajas tú solo de *Community Manager* para una empresa pequeña, no es importante tener una línea y calendario editorial.

- a. Verdadero.
- b. **Falso.**
- c. La línea editorial es importante, pero el calendario no tanto.
- d. El calendario es importante, pero la línea editorial no tanto.

10. El proceso de filtración por el que los clientes pasan hasta realizar una compra se llama:

- a. **Funnel**
- b. Curación de contenidos
- c. *Social Authority*
- d. *Storytelling*

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 3

1. Señala la herramienta que puede ayudarte a diseñar post atractivos sin ser diseñador:

- a. *Canva*
- b. *Brand24*
- c. *Google*
- d. Todas las opciones son incorrectas.

2. Elige la afirmación correcta:

- a. En las redes sociales *Facebook*, *Instagram*, *X*, *Pinterest* y *LinkedIn*, a la hora de subir contenido es obligatorio adjuntar una foto como mínimo.
- b. En las redes sociales *Facebook*, *Instagram*, *X*, *Pinterest* y *LinkedIn*, a la hora de subir contenido es obligatorio adjuntar dos fotos como mínimo.
- c. **Solo en *Instagram* y *Pinterest* es obligatorio subir una foto como mínimo.**
- d. Todas las opciones son incorrectas.

3. Indica si las siguientes afirmaciones son verdaderas o falsas:

- a. Puedo usar una foto que encuentro en *Google* siempre y cuando no esté indicado quién es el autor.
 - Verdadero
 - Falso
- b. Para editar videos se debe tener conocimientos avanzados de edición de vídeos y las herramientas para hacerlo son complicadas y costosas.
 - Verdadero
 - Falso

c. Conocer las tendencias de lo que se habla en las redes sociales te puede ayudar a alcanzar una ventaja competitiva.

- Verdadero
- Falso

4. Señala la herramienta que te permite consultar las novedades de diferentes *blogs* desde un mismo lugar:

- a. *Blogosfera*
- b. *Friendly*
- c. ***Feedly***
- d. Todas las opciones son incorrectas.

5. ¿Cuál es el recurso visual que permite explicar ideas, conceptos y tips de forma sintetizada?

- a. Meme
- b. **Infografía**
- c. Infoproducto
- d. Todas las opciones son incorrectas.

6. Señala la herramienta que puede ayudarte a saber en qué momento los seguidores de tu competencia son más activos en X:

- a. *Inboud Research*.
- b. ***Brand24 - Analyze***.
- c. *Analyze your X*.
- d. Todas las opciones son incorrectas.

7. Cuando hablamos de imágenes o texto, con frecuencia en clave de humor, donde la estética no es tan importante como lo que se desea transmitir, nos estamos refiriendo a:

- a. **Memes**
- b. Infografías
- c. Infoproductos
- d. Todas las opciones son incorrectas.

8. Indica qué respuesta esconde un elemento que no es un info-producto:

- a. *Checklist, plantillas, e-book.*
- b. *Webinar, podcast.*
- c. Envío de muestras gratuitas.**
- d. Comunidad privada.

9. Los consejos esenciales para hacer una buena infografía son:

- a. Estructura contenido, sintetiza y pon pocas imágenes.
- b. Elige temas que interesen a tu público, estructura el contenido y sintetiza.**
- c. Estructura contenido, sintetiza y haz que el texto sea el protagonista frente a las imágenes.
- d. Todas las opciones son incorrectas.

10. Un *lead magnet* es:

- a. Una herramienta muy interesante para diseñar infografías potentes.
- b. Un contenido gratuito que una empresa ofrece a un público para obtener a cambio datos suyos.**
- c. Una aplicación del móvil capaz de gestionar varias redes sociales a la vez.
- d. Todas las opciones son incorrectas.

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 4

1. *Hootsuite*, en su versión gratuita, te permite tener:

- a. **Dos perfiles de una o dos redes sociales.**
- b. Dos redes sociales, pero más de dos perfiles.
- c. Tres perfiles de dos redes sociales.
- d. Todas las opciones son incorrectas.

2. Una herramienta colaborativa es una herramienta...

- a. ... creada con la colaboración de donaciones de personas anónimas.
- b. **... que permite a un equipo trabajar conjuntamente sin estar en el mismo lugar y sin compartir contraseñas.**
- c. ... que permite colaborar con los usuarios de las redes sociales.
- d. Todas las opciones son incorrectas.

3. Los beneficios de automatizar tus redes sociales son:

- a. Ahorro de tiempo.
- b. Asegurarse la presencia constante en las redes.
- c. Te permite dedicarte a otros temas que no son de publicación.
- d. **Todas las opciones son correctas.**

4. Indica si las siguientes afirmaciones son verdaderas o falsas:

a. *Hootsuite* es una herramienta de gestión exclusivamente Premium.

- Verdadero
- Falso

b. *Hootsuite* te da métricas sobre el trabajo de los miembros del equipo, por ejemplo, te dice cuánto tiempo tarda alguien en dar respuesta a un usuario.

- Verdadero
- Falso

5. El panel por el que te vas a mover en *Hootsuite* tiene dos elementos básicos que has de controlar:

- a. El tablón y las columnas.
- b. Las menciones y programaciones.
- c. El tablero y las columnas.**
- d. La búsqueda y las programaciones.

6. Las columnas dentro de un mismo tablero pueden ser:

- a. De una sola red social.
- b. De varias redes sociales.
- c. Iguales, por ejemplo, todas las columnas de Búsqueda.
- d. Todas las opciones son correctas.**

7. El Directorio de aplicaciones en *Hootsuite*:

- a. Solo es accesible si tienes un plan Premium.
- b. En la versión gratuita, puedes instalar unas aplicaciones pero no todas las que ofrece.**
- c. En la versión gratuita, puedes instalar todas las que ofrece pero con un máximo de cinco.
- d. Todas las opciones son correctas.

8. El Editor de *Hootsuite* te permite, entre otras acciones:

- a. Planificar los días y hora de publicar *post*.
- b. Revisar los *post* programados y los que están en borrador.
- c. Usarlo como fuente de información a través de *feeds* RSS.
- d. Todas las opciones son correctas.**

9. Monitorizar las redes sociales supone seguir...

- a. ... a lo que se habla sobre un evento.
- b. ... a lo que se dice sobre tu marca.
- c. ... a las redes sociales de la competencia.
- d. Todas las opciones son correctas.**

10. ¿Qué opción se corresponde con la definición “compartir de forma continua y automática contenido”?

- a. Automatizar
- b. Programar
- c. Autonomizar
- d. Todas las opciones son correctas.

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 5

1. Indica qué se está definiendo en la siguiente afirmación: “El número de personas a las que les aparece tu publicación”.

- a. Alcance
- b. Impresiones
- c. Visitas página
- d. Interacciones

2. Señala cuál es la opción correcta:

- a. Las impresiones miden el número de veces que aparece tu publicación.
- b. El alcance mide el número de perfiles a los que aparece tu publicación.
- c. La publicación puede aparecer a un mismo perfil varias veces.
- d. **Todas las opciones son correctas.**

3. Si deseas medir la eficacia de tus campañas, debes utilizar:

- a. La publicidad de pago.
- b. **KPI (Key Performance Indicator).**
- c. Las llamadas a la acción o CTA.
- d. Todas las opciones son incorrectas.

4. Indica si las siguientes afirmaciones son verdaderas o falsas:

- a. Solo las páginas de empresa cuentan con estadísticas y posibilidad de hacer publicidad de pago, los perfiles personales no.

- Verdadero
- Falso

- b. Las estadísticas en Instagram de las interacciones con el contenido te permiten ver las veces que se han guardado las publicaciones.

- Verdadero
- Falso

- c. Los informes de los análisis y conclusiones obtenidos solo son convenientes si se los has de entregar a tus superiores o al cliente que te ha contratado.

- Verdadero
- Falso

5. Si deseas saber cuántos ingresos o pérdidas te ha proporcionado una campaña de publicidad en redes sociales, has de calcular:

- a. **El ROI (Return on Investment).**
- b. La audiencia.
- c. El alcance de la publicación.
- d. Todas las opciones son incorrectas.

6. La razón o razones por las que debes conocer a tu audiencia son:

- a. Para crear contenido relevante.
- b. Para aumentar el *Engagement*.
- c. Para localizar posibles oportunidades de negocio.
- d. **Todas las opciones son correctas.**

7. La herramienta Audiense Insight te permite:

- a. Crear un informe sobre los seguidores de tu cuenta de *Facebook*.
- b. Crear un informe sobre los seguidores de tu cuenta de *Instagram*.
- c. **Crear un informe sobre los seguidores de tu cuenta de X.**
- d. Todas las opciones son incorrectas.

8. La herramienta basada en inteligencia artificial que te puede mostrar el sentimiento hacia la marca que muestran los *post* en redes sociales se llama:

- a. **BlogMeter**
- b. *Audiense Connect*
- c. *Audiense Insights*
- d. *Metricool*

9. La herramienta que te permite auditar tanto tu cuenta de *Instagram* como la de *Facebook* se llama:

- a. *Hootsuite*
- b. *Metricool*
- c. ***Iconosquare***
- d. *Todas las opciones son incorrectas.*

10. La plataforma *Fanpage karma* cuenta con una herramienta llamada *Bar Chart Race* que te permite:

- a. Conocer cuántos perfiles han guardado una publicación, tuya o de tu competencia.
- b. **Poner a competir a varios perfiles de Instagram a través del tiempo.**
- c. Lograr seguidores *influencers* en poco tiempo y gratis.
- d. Todas las opciones son incorrectas.

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 6

1. ¿Cuál de los tres casos de éxito mencionados en la unidad destaca por mostrar en su feed cada uno de los post sus productos?

- a. Nescafé
- b. Chocolates Valor**
- c. INE
- d. Todas las opciones son incorrectas.

2. Indica si las siguientes afirmaciones son verdaderas o falsas:

a. En sus fotografías y vídeos, Nescafé añade textos cortos pero algo complejos.

- Verdadero
- Falso

b. Los días internacionales, nacionales o efemérides el INE los trabaja en las redes sociales de forma diferente.

- Verdadero
- Falso

3. ¿Cuál de los tres casos de éxito mencionados publica el mismo contenido en sus redes sociales al mismo tiempo, algo que se suele aconsejar no hacer pero que en este caso puede ser la excepción que confirma la regla?

- a. Nescafé
- b. Chocolates Valor**
- c. INE
- d. Todas las opciones son incorrectas.

4. Chocolates Valor utiliza *hashtags* como #chocolovers. Indica si este es un *hashtag* propio, del sector o general.

Es un hashtag del sector.

5. Existen quince mandamientos de las redes sociales, y cualquier empresa que los cumpla puede tener éxito en ellas:

- a. Verdadero.
- b. Falso.**
- c. Solo en los casos en los que la empresa vende productos de moda, maquillaje o viajes.
- d. Todas las opciones son incorrectas.

6. Las semejanzas entre Chocolates Valor y Nescafé en cuanto a las estrategias del contenido de las redes sociales son:

- a. Ambas usan ilustraciones personificando el chocolate o una taza, según el caso.
- b. Los textos de los post incitan a que los seguidores interactúen.
- c. Usan siempre el *hashtag* de su marca, #Nescafé y #ChocolatesValor, respectivamente
- d. Todas las opciones son correctas.**

7. ¿Cuál es el formato que más utiliza el Instituto Nacional de Estadística para mostrar su contenido?

- a. Vídeo
- b. Gif
- c. Infografía**
- d. Todas las opciones son incorrectas.

8. ¿Cuál es el error del Instituto Nacional de Estadística comentado en la unidad, a la hora de escribir post en *Instagram*?

- a. Textos largos.
- b. Usa *links* muy largos y en ese lugar no están activos.**
- c. No usa *hashtags*.
- d. Todas las opciones son correctas.

9. Nescafé ha dado un giro a la estrategia de la campaña del “Sueldo para toda la vida”. Este cambio ha ido acompañado de un nuevo *hashtag*, que es:

- a. #LlegarDondeQuieras
- b. #ConNescaféParaSiempre
- c. #TuFuturoConNescafé
- d. Todas las opciones son incorrectas.

10. Con la campaña de Nescafé “1abrazo = 1 taza de café”, indican el objetivo de comunicación y se logra:

- a. **Dar visibilidad a la marca Nescafé con la participación de las personas.**
- b. Conseguir que mucha gente se abrace.
- c. Colapsar *Instagram* por los envíos de tantos abrazos.
- d. Todas las opciones son incorrectas.

