
Solucionario de

ejercicios de autoevaluación

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 1

1. El conjunto de tecnologías desarrolladas para gestionar la información y poder enviarla de un sitio a otro, utilizando principalmente internet se conoce como:

- a. TAC
- b. TEC
- c. **TIC**
- d. TOC

2. La sociedad de la información se basa en que la información...

- a. ... es de un solo tipo.
- b. **... puede ser de cualquier tipo.**
- c. ... es solo numérica.
- d. ... es solo en código binario digitalizado.

3. Las NTIC se clasifican en:

- a. Redes y servicios.
- b. Redes, servicios y datos.
- c. Redes, terminales, datos y nuevos servicios TIC.
- d. **Redes, terminales, servicios y nuevos servicios TIC.**

4. ¿Cuál de las siguientes no es una característica del comercio electrónico?

- a. Interactividad.
- b. Posibilidad de personalización.
- c. **Baja densidad de información.**
- d. Ubicuidad.

5. ¿Cómo se distribuye la información en la sociedad de la información?

- a. **Cómodamente**
- b. **Rápidamente.**
- c. De forma personal y privada.
- d. Todas las opciones son incorrectas.

6. Las comunidades virtuales son:

- a. Un servicio que permite el intercambio de ficheros entre dos puntos o dispositivos.
- b. **Una nueva generación de servicios TIC que permiten almacenar información.**
- c. Redes que permiten realizar operaciones online usando las TIC.
- d. Terminales que permiten realizar operaciones online usando las TIC.

7. ¿Cuál es la forma más básica y utilizada antiguamente para realizar una conexión a internet, usando para ello un módem junto con un acceso telefónico básico?

- a. Redes.
- b. **Telefonía fija.**
- c. Telefonía móvil.
- d. Banda ancha.

8. Los encargados de ser un punto de acceso entre la sociedad de la información y las personas son...

- a. ... los ordenadores personales.
- b. ... los ordenadores portátiles.
- c. ... los teléfonos móviles.
- d. **... los terminales.**

9. ¿Cuál es la aplicación *software* que se instala en los ordenadores para poder acceder a los servicios que ofrece y oferta la sociedad de la información?

- a. Blog de internet.
- b. Sitio *online* de internet.
- c. Navegador de internet.**
- d. Buscador de internet.

10. El servicio que permite una modalidad de compra a distancia es:

- a. Internet.
- b. El comercio electrónico.**
- c. Un blog.
- d. El navegador de internet.

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 2

1. Los anuncios clasificados son un modelo de negocio basado en:

- a. **Publicidad.**
- b. Comercio.
- c. Intermediación.
- d. Prestación de servicios.

2. Indica cuál de los siguientes no pertenece a un modelo de negocio basado en el comercio:

- a. Tiendas virtuales.
- b. Tiendas *outlet*.
- c. Cupones/descuentos.
- d. **Redes sociales.**

3. Indica cuál de las siguientes no es una ventaja del comercio electrónico:

- a. Desaparición de límites geográficos y temporales.
- b. Flexibilidad de pagos.
- c. **Distancia entre cliente y vendedor.**
- d. Aumento de clientes.

4. ¿Cuál de los siguientes no es un inconveniente del comercio electrónico?

- a. Gastos de envío.
- b. Gatos de promoción.
- c. **Contacto directo con clientes.**
- d. Intangibilidad.

5. El objetivo principal del comercio electrónico es:

- a. Intercambio comercial.**
- b. Intercambio de datos.
- c. Presencia en internet.
- d. Presencia de marca (*Branding*).

6. ¿Qué modelo tiene como objetivo principal dotar de herramientas para poder trabajar a los usuarios o clientes desde la nube y no tener que hacerlo en su ordenador, es decir, que los recursos ofrecidos están alojados en la nube?

- a. SaaS.**
- b. Agregador.
- c. P2P.
- d. Geolocalización.

7. El acrónimo de *business to business* corresponde con:

- a. B2B**
- b. B2C
- c. B2E
- d. G2C

8. ¿Cuál es el tipo de comercio electrónico que se lleva a cabo entre las empresas y sus empleados?

- a. G2C
- b. C2C
- c. B2E**
- d. B2C

9. ¿Qué paso de los siguientes no corresponde al proceso para lograr una buena relación cliente-proveedor?

- a. Control de calidad.
- b. Preferencias de los clientes.
- c. Garantía de datos.**
- d. Garantía de información.

10. El proceso en el que tanto el cliente como el proveedor deben someterse a controles por parte del desarrollo o sitio web es:

- a. El control de datos.
- b. El control de calidad.**
- c. El control de información.
- d. El control de clientes.

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 3

1. El tipo de comercio que hace referencia a las ventas por parte de las empresas a los consumidores (clientes o usuarios) finales es:

- a. **B2C**
- b. B2B
- c. B2A
- d. B2E

2. Señala el elemento que no otorga confianza en un sitio web:

- a. **El uso de tecnología *flash*.**
- b. Sello de confianza.
- c. Comparadores.
- d. Todas las opciones son correctas.

3. Hacer que un sitio o desarrollo web sea conocido públicamente se denomina:

- a. Publicidad
- b. *Marketing*
- c. **Promoción**
- d. Negocio

4. ¿Qué técnica, muy usada hoy en día, se basa en que son los usuarios o clientes los que van a difundir información sobre tu empresa o tienda web al resto de usuarios de internet?

- a. *Marketing* retral.
- b. *Marketing* puro.
- c. *Marketing* de usuarios.
- d. ***Marketing* viral.**

5. Para favorecer una buena relación con los usuarios o clientes hay que centrarse en:

- a. Campañas de publicidad.
- b. Descuentos.
- c. Promociones.
- d. **Contenidos.**

6. ¿Cómo se conoce la página de bienvenida o de aterrizaje de usuarios, cuya función principal está asociada a la conversión de clientes o usuarios del sitio o desarrollo web en clientes fieles?

- a. Firts page.
- b. **Landing page.**
- c. *Down page.*
- d. *Front end.*

7. Poner enlaces a las páginas en otros sitios se considera:

- a. **Una técnica de marketing.**
- b. Una táctica de posicionamiento SEO.
- c. Un error de diseño web.
- d. Una práctica penalizable en los buscadores de internet.

8. Los vínculos recíprocos son:

- a. Tipos de comercio *online*.
- b. Segmentación de clientes.
- c. **Alianzas o estrategias por parte de varias empresas con sitios webs para intercambiar vínculos.**
- d. Desarrollos alojados en internet que recurren a un canal para aumentar su tráfico de usuarios o realizar campañas de *marketing* con un tipo de productos concretos.

9. Cuando se cede cierto contenido a terceros para obtener más notoriedad y presencia, ¿a qué concepto se está haciendo referencia?

- a. Intercambio de enlaces.
- b. *Marketing* viral.
- c. Publicidad pagada por clic.
- d. **Intercambio de contenido.**

10. Los sellos de confianza...

- a. ... surgen de la necesidad de acreditar y dar confianza.
- b. ... están disminuyendo su uso en la actualidad.
- c. ... no son necesarios para que la tienda sea legal.
- d. **Todas las opciones son correctas.**

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 4

1. ¿Qué elemento de los siguientes no se considera publicidad?

- a. *Pop-up*
- b. *Skycrapers*
- c. **Blog**
- d. *Layer*

2. Señala cuál de las siguientes no es una ventaja del *marketing online*:

- a. Eficiencia
- b. **Tangibilidad**
- c. Seguimiento
- d. Interactividad

3. ¿Cuál de los siguientes no es un inconveniente del *marketing online*?

- a. **Seguimiento**
- b. *Spam*
- c. Desconfianza
- d. Tangibilidad

4. Se produce cuando las acciones no se centran en un usuario, sino en un conjunto de ellos; se trata de:

- a. Hiposegmentación
- b. **Hipерsegmentación**
- c. Postsegmentación
- d. Presegmentación

5. ¿Qué tipo de *marketing* consiste en establecer el nivel de personalización de las acciones de *marketing* para el usuario de la forma más avanzada o alta posible?

- a. *Marketing one to three.*
- b. *Marketing one to two.*
- c. ***Marketing one to one.***
- d. *Marketing viral.*

6. ¿Cuál de las siguientes características no define al *marketing one to one*?

- a. Promoción personalizada.
- b. Procesos de interacción.
- c. Orientación al cliente.
- d. **Publicidad masiva.**

7. Señala la desventaja asociada al *marketing one to one*:

- a. Fidelización.
- b. **Dificultad de segmentación.**
- c. Incremento del alcance.
- d. Riesgo de *spam*.

8. ¿Cuál de las siguientes fases no corresponde a un proceso de implantación del *marketing one to one*?

- a. Interacción
- b. Análisis
- c. Segmentación
- d. **Pruebas**

9. El documento que desarrollan las empresas o comercios *online* con el fin de alcanzar sus objetivos comerciales y aumentar oportunidades de mercado es:

- a. El *marketing viral*.
- b. **El plan de *marketing online*.**
- c. El *marketing one to one*.
- d. El plan de crisis.

10. ¿Qué parte de la empresa *online* permite desmarcarse de forma inmediata de la competencia más directa?

- a. *Marketing*
- b. Retroalimentación
- c. **Logística**
- d. Comunicación

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 5

1. Un CRM es:

- a. **Una estrategia de negocios centrada en el cliente.**
- b. Una estrategia de negocios centrada en la valorización de los productos.
- c. **Una herramienta informática.**
- d. Una estrategia de *marketing*.

2. ¿Cuál de los siguientes aspectos no define a una gestión sobre la relación con los consumidores?

- a. *Telemarketing*.
- b. Manejo del tiempo.
- c. Servicios y soporte al cliente.
- d. **Gestión de recursos.**

3. ¿Cuál de las siguientes no es una ventaja de la gestión sobre la relación con los consumidores?

- a. Facilitar la toma de decisiones.
- b. Acceso a la información en tiempo real.
- c. Optimizar el proceso de venta.
- d. **Curva de aprendizaje.**

4. ¿Cuál de las siguientes no es una característica de un CRM?

- a. Personalización.
- b. **Complejidad.**
- c. Comunicación interna.
- d. Adaptabilidad.

5. ¿Qué tipos de ERP se pueden diferenciar?

- a. Un tipo: *online*.
- b. Un tipo: descargable.
- c. Dos tipos: *online* y descargable.**
- d. Dos tipos: *online* y personalizable.

6. ¿Cuál de las siguientes no es una estrategia para trabajar con el comercio electrónico?

- a. Marketing viral.**
- b. *Search Marketing Optimization*.
- c. *Marketing* relacional.
- d. *Content Marketing*.

7. ¿Cuál de los siguientes pasos no corresponde a la elaboración de un plan de *marketing*?

- a. Recopilación de información.
- b. Análisis Delfa.**
- c. Objetivos.
- d. Público y competencia.

8. Este CRM hace referencia a los procesos derivados del negocio de la empresa, es decir, es el responsable de controlar que el *marketing*, ventas y servicios al cliente hacen lo correcto. Se refiere al:

- a. CRM analítico.
- b. CRM operativo.**
- c. CRM viral.
- d. CRM colaborativo.

9. ¿Cuál es la técnica que consiste en un diagnóstico previo para analizar todos los factores tanto internos como externos que pueden afectar y/o beneficiar a la empresa?

- a. Análisis Beta.
- b. Análisis Alfa.
- c. Análisis DAFO.**
- d. Análisis Fado.

10. Consiste en el empleo de enlaces patrocinados y en la comparación de precios a través del uso de *Google AdWords* como herramienta. Se trata de:

- a. SEO
- b. SEM**
- c. SAM
- d. SIM

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 6

1. ¿Cuál de los siguientes no es un aspecto necesario para el éxito en el comercio electrónico?
 - a. Aparición en búsquedas.
 - b. Diseño innovador.**
 - c. Realización de campañas de publicidad.
 - d. Desarrollo claro, limpio y ordenado.

2. Son tiendas virtuales desarrolladas por terceras empresas que, mediante un contrato o licencia, puedes usar para implementar el comercio electrónico que tengas pensado:
 - a. Comercio electrónico.
 - b. Blog.
 - c. Desarrollo web.
 - d. Plataforma tecnológica de soporte de comercio electrónico.**

3. Señala cuál de las siguientes no es una plataforma tecnológica para el comercio electrónico:
 - a. *Magento.*
 - b. *Shopify.*
 - c. *WP eCommerce.*
 - d. *AdWords.***

4. ¿Cuál de los siguientes aspectos no está recogido en la LSSI?
 - a. Control de los aspectos económicos de las empresas.**
 - b. Control de los aspectos de la publicidad de las empresas.
 - c. Contratos electrónicos de empresas.
 - d. Regímenes sancionadores.

5. ¿Quién está obligado a cumplir la LSSI?

- a. Usuarios de internet.
- b. Clientes de comercio electrónico.
- c. Empresas *online*.**
- d. Servicios de atención al cliente.

6. ¿Cuál de las siguientes opciones no corresponde a una obligación de la empresa en el envío de publicidad?

- a. Autenticación.**
- b. Autorización.
- c. Identificación.
- d. Mecanismos de baja.

7. Está desarrollado bajo el *framework* de *Zend*, cuenta con una comunidad *Open Source* bastante amplia y cuenta con un sistema integrado para la recuperación de carritos abandonados. Se trata de:

- a. *OsCommerce*.
- b. *PrestaShop*.
- c. *Magento*.**
- d. *OpenCart*.

8. El comercio electrónico es un excelente medio de difusión porque:

- a. Los usuarios lo utilizan para sus compras habituales.**
- b. Permite llegar a más usuarios.**
- c. Aumenta los beneficios de la empresa exponencialmente.
- d. Permite realizar el seguimiento de los resultados e interacciones.

9. El _____ es una técnica implementada por los vendedores mediante la cual intentan vender productos complementarios a los productos que un cliente consume normalmente en su desarrollo o sitio web.

- a. ... *back-end*.
- b. ... *front-end*.
- c. ... ***cross-selling***.
- d. ... *newsletter*.

10. El _____ es un boletín que contiene información sobre temas de interés de una determinada empresa y que se pone a disposición del usuario o cliente final mediante su envío por correo electrónico.

- a. ... *back-end*.
- b. ... *front-end*.
- c. ... *cross-selling*.
- d. ... ***newsletter***.

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 7

1. ¿En qué se diferencia el contrato electrónico de uno tradicional?

- a. **En nada, ambos son igualmente válidos, debiendo estar el electrónico ratificado mediante firma digital.**
- b. En su validez, que el tradicional lo es a todos los efectos legales y el electrónico no.
- c. En su alcance, que el electrónico solo es válido para una serie de casos concretos.
- d. En el lugar de celebración, que en el electrónico siempre es internet.

2. El proceso mediante el cual la empresa *online* factura el IVA ante el organismo responsable se denomina:

- a. Contrato electrónico.
- b. *Marketing* viral.
- c. **Fiscalidad del comercio electrónico.**
- d. *Marketing one to one*.

3. Una empresa puede fiscalizar su IVA en base a:

- a. Quién lleve a cabo la operación.
- b. El país de la empresa emisora.
- c. El país del receptor.
- d. **Todas las opciones son correctas.**

4. Si la operación es realizada por un particular, hay que tener en cuenta:

- a. Si es de España únicamente.
- b. Si es de la Unión Europea.
- c. Si es socio.
- d. **Si es de España o de fuera de la Unión Europea.**

5. A la hora de trabajar con el comercio electrónico, en España hay que tener presente:

- a. La LODP únicamente.
- b. La LSSI únicamente.
- c. La LOPD y LSSI.**
- d. Todas las opciones son incorrectas, no hay regulación legislativa al respecto.

6. El nuevo Reglamento Europeo de Protección de Datos entró en vigor en:

- a. 2015
- b. 2016**
- c. 2017
- d. 2018

7. Que los ciudadanos tengan realmente el control de sus datos personales es un objetivo perseguido por:

- a. La LSSI.
- b. La Ley General de Telecomunicaciones.
- c. El RGPD.**
- d. Todas las opciones son correctas.

8. Se puede identificar de forma unívoca a una empresa de otra gracias a:

- a. Su reputación *online*.
- b. Su marca únicamente.
- c. El *branding*.
- d. Su dominio y su marca.**

9. Se considera una práctica poco ética...

- a. ... comprar bases de datos de terceros.**
- b. ... enviar correos publicitarios personalizados.
- c. ... usar ventanas emergentes con publicidad.**
- d. Todas las opciones son correctas.

10. Indica cuál de las siguientes pautas no es necesario seguir para garantizar la seguridad de las compras en un comercio *online*:

- a. Disponibilidad de factura electrónica.
- b. Derecho de desistimiento.
- c. Incluir un buzón de reclamaciones.**
- d. Incluir la información de la empresa y los términos legales.

