

---

**Solucionario de**

# ejercicios de autoevaluación



---

## Ejercicios de autoevaluación

### Unidad de Aprendizaje 1

1. ¿Qué tipos de protocolo hay?

- a. Empresarial y diplomático.
- b. Social y deportivo.
- c. Universitario y eclesiástico.
- d. Formal e informal.

2. El protocolo que responde al comportamiento que se desarrolla en una esfera de la sociedad más elevada es...

- a. ... el protocolo social.
- b. ... el protocolo empresarial.
- c. ... el protocolo eclesiástico.
- d. ... el protocolo diplomático.

3. La Netiqueta surge de las palabras:

- a. Etiquette y *New*.
- b. Navegar y *etiquette*.
- c. **Network y *etiquette*.**
- d. No proviene de más palabras.

4. El protocolo social, ¿se aplica siempre conscientemente?

- a. Sí, hay que conocer las normas que lo rigen.
- b. Sí, siendo de obligado cumplimiento en cualquier evento.
- c. **No, está interiorizado y se sigue muchas veces sin haber reparado en él.**
- d. No, las autoridades, que son quienes lo aplican exclusivamente en eventos de estado lo siguen por costumbre, aun de forma inconsciente.

**5. El protocolo es...**

- a. ... un conjunto de normas dispuestas aleatoriamente.
- b. ... un conjunto de actuaciones personales. Cada uno elige el que quiera seguir.
- c. ... un conjunto de pautas básicas que se aconseja seguir para una correcta organización y desarrollo de un acto.**
- d. ... algo obsoleto. En la actualidad ya no hay protocolo.

**6. ¿Cuáles son las partes esenciales del protocolo?**

- a. Orden y lugar.
- b. Orden, alfabeto y lugar.
- c. Tratamiento, normas y administración.
- d. Tratamiento, orden y lugar.**

**7. El protocolo empresarial, ¿solo hace referencia a la jerarquía?**

- a. Sí, establece la forma de interactuar en función de la jerarquía de la empresa.
- b. No, también hace referencia al estilo de comunicación.**
- c. No, también hace referencia a la imagen y presentación personal.**
- d. Sí, establece cómo debe tratarse a los altos mandos de la compañía.

**8. ¿Cuándo se aplica el protocolo deportivo?**

- a. Nunca, porque no existe ese protocolo.
- b. Solo en el fútbol.
- c. Solo cuando se está desarrollando el partido o juego como tal.
- d. En cualquier deporte, durante el acto deportivo y todos los actos que se celebran alrededor de mismo.**

9. ¿Quién o quiénes han de aplicar el protocolo universitario?

- a. Nadie.
- b. Solo el alumnado.
- c. Solo el profesorado.
- d. Todo aquel que forme parte de una institución universitaria (profesores, alumnos, catedráticos...).**

10. Una de las normas de la Netiqueta es:

- a. Cuidar tu forma de escribir en internet.
- b. Respetar la privacidad de los demás.
- c. Perdonar los errores de otros.
- d. Todas las opciones son correctas.**



---

## Ejercicios de autoevaluación

### Unidad de Aprendizaje 2

**1. Indica si las siguientes afirmaciones son verdaderas o falsas.**

a. Las relaciones públicas y el *marketing* no se relacionan entre sí.

- Verdadero
- **Falso**

b. La publicidad siempre ha seguido las mismas normas, desde sus inicios hasta ahora.

- Verdadero
- **Falso**

**2. La web 1.0 es...**

a. ... la web actual, con participación de usuario.

**b. ... la web primitiva que se caracteriza por los contenidos estáticos y su imposibilidad de actualización.**

c. ... la que incluye *gifs* y vídeos.

d. No hay distinciones de web.

**3. ¿Cuál de las siguientes opciones es publicidad en la web?**

**a. *Pop-up*.**

b. Publicidad en marquesinas.

c. Anuncios en televisión.

d. Anuncios en radio.

**4. El *marketing* tradicional...**

a. ... sigue las mismas pautas que se siguen ahora.

b. ... surgió en el siglo XXI.

c. ... tiene como objetivo emocionar.

**d. ... tiene como objetivo las ventas.**

**5. ¿Cuáles de las siguientes son acciones de relaciones públicas que se pueden llevar a cabo en la prensa?**

- a. Notas de prensa y dossier de prensa.
- b. Ruedas de prensa.
- c. Presentaciones de productos.
- d. Todas las opciones son correctas.**

**6. Para conseguir una buena relación entre las relaciones públicas y la prensa, ¿se debe tener en cuenta, entre otras cosas, una redacción periodística excelente?**

- a. Sí, es lo único que hay que cuidar.
- b. No, porque si algo está mal, ya se encarga el medio de corregirlo.
- c. No, no importa si tiene faltas de ortografía.
- d. Sí, es una de las partes más importantes para generar confianza, credibilidad y una imagen positiva.**

**7. Según las antiguas normas de las relaciones públicas, ¿en las notas de prensa aparecían comentarios de expertos?**

- a. Sí, era algo obligatorio.**
- b. Sí, es algo obligatorio, tanto antiguamente como en la actualidad.
- c. No, eso solo se hace en la actualidad.
- d. Depende del caso, es algo opcional.

**8. En el Manifiesto Cluetrain...**

- a. ... hay 10 conclusiones.
- b. ... hay 95 conclusiones.**
- c. ... se van incluyendo apartados cada año.
- d. ... los propios usuarios pueden ir incluyendo información.

**9. El Manifiesto Cluetrain está escrito utilizando el “nosotros” porque...**

- a. ... hace referencia a las empresas.
- b. ... ha sido un fallo de escritura.
- c. ... hace referencia a las páginas web.
- d. ... hace referencia a la comunidad de usuarios.**

**10. Una de las conclusiones más destacables del Manifiesto Cluetrain establece que los mercados están formados por:**

- a. La oferta y la demanda.
- b. Sectores demográficos.
- c. Seres humanos.**
- d. Público objetivo.



---

## Ejercicios de autoevaluación

### Unidad de Aprendizaje 3

1. ¿Cuál no es una tarea que realiza un *community manager*?

- a. Actualizar contenidos.
- b. Monitorizar la reputación *online* de la empresa.
- c. Crear el eslogan de la empresa.**
- d. Mantener las redes sociales.

2. El perfil del *community manager* surgió con...

- a. ... la web 1.0.
- b. ... la llegada de internet.
- c. ... la web 2.0 y la aparición del *prosumer*.**
- d. No se sabe exactamente.

3. ¿Cuál de las siguientes no es una habilidad del *community manager*?

- a. Buen conversador.
- b. Resolutivo.
- c. Escribir rápido.**
- d. Moderador.

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

- a. Una de las aptitudes del *community manager* es tener conocimiento sectorial.
  - Verdadero
  - Falso
  
- b. No es necesario que un *community manager* tenga valores 2.0.
  - Verdadero
  - Falso

5. El *prosumer* es...

- a. ... un tipo de usuario que es consumidor de la marca pero que, a su vez, se encarga de crear contenido.
- b. ... un tipo de usuario que no es consumidor de la marca, pero podría serlo si se consigue captar como cliente.
- c. ... un tipo de *community manager*.
- d. ... un tipo de usuario que compra compulsivamente.

6. ¿Con cuál de las siguientes palabras se podría definir a un *community manager*?

- a. Solucionador de problemas
- b. Fotógrafo
- c. Redactor
- d. Diseñador

7. ¿Cuál de las siguientes no es una responsabilidad del *community manager*?

- a. Actualización de contenidos.
- b. Creación de la identidad corporativa de la empresa.
- c. Respuesta rápida a los usuarios.
- d. Lectura sobre temas relacionados con los contenidos.

8. ¿El *community manager* ha de tener objetivos de desarrollo de productos y control de calidad?

- a. No hace falta.
- b. No, porque no es ingeniero.
- c. Sí, porque toda la responsabilidad recae sobre él.
- d. Sí, porque ha de comunicar las sugerencias que hacen los clientes.

9. ¿Qué tipos de *community managers* existen?

- a. Estratégico, ejecutor y redactor.
- b. Redactor, ejecutor y activador.
- c. Estratégico, ejecutor y activador.
- d. *Freelance*, ejecutor y activador.

10. El *community manager* ejecutivo se encarga de:

- a. **Desarrollar la estrategia de social media.**
- b. Dinamizar y mantener siempre activa la comunidad.
- c. Evaluar los resultados de la estrategia de social media.
- d. Todas las opciones son correctas.



---

## Ejercicios de autoevaluación

### Unidad de Aprendizaje 4

#### 1. ¿Qué es un medio social?

- a. **Una plataforma web que permite al usuario publicar su propio contenido y compartirlo con toda la red o con un grupo reducido de usuarios.**
- b. Una plataforma web que solo permite ver contenido.
- c. Una plataforma web que solo permite compartir contenido.
- d. Una página web, pero que se ha compartido en *Facebook*.

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

- a. La participación es una característica fundamental de los medios sociales.

- **Verdadero**
- Falso

- b. Gracias a las redes sociales se pueden conocer a personas de diferentes partes del mundo.

- **Verdadero**
- Falso

#### 3. ¿En qué tipos se pueden clasificar las redes sociales?

- a. Amistad y profesionales.
- b. Profesionales y lúdicas.
- c. Lúdicas, artísticas y de amistad.
- d. **De amistad, profesionales, lúdicas y otras.**

#### 4. XING es una red...

- a. ... de amistad.
- b. **... profesional.**
- c. ... lúdica.
- d. ... de fotografía.

5. ¿Cuál de las siguientes no es una red de amistad?

- a. *Facebook*
- b. *Twitter*
- c. ***LinkedIn***
- d. *YouTube*

6. Los "hilos" y retweets se pueden realizar en:

- a. ***Twitter***
- b. *Facebook*
- c. *Instagram*
- d. *Minube*

7. ¿Cuáles son las herramientas que pueden ser de utilidad para gestionar *Instagram*?

- a. *Iconosquare* y *Social Rank*.
- b. *Hootsuite* y *Buffer*.
- c. *People Map*.
- d. **Todas las opciones son correctas.**

8. ¿Para optimizar bien una red social de trabajo es necesario completar el perfil?

- a. **Sí, debe completarse y actualizarse periódicamente.**
- b. Sí, pero solo en *Facebook*.
- c. No es necesario, cada persona podrá decidir qué hacer.
- d. No, los datos del perfil son algo privado.

9. ¿Cuál de las siguientes redes permite crear metaversos?

- a. *Youtube* y *Facebook*.
- b. *Facebook* e *Instagram*.
- c. ***Second Life* y *Erepublik*.**
- d. *Erepublik* y *Facebook*.

**10. Slideshare no es una herramienta útil para el *community manager* porque...**

- a. ... no puede generar contenido propio.
- b. ... es una herramienta con un alto coste.
- c. ... no es una herramienta muy conocida entre los usuarios de la red.
- d. Sí es útil para el *community manager*; de hecho, es de gran utilidad para el *marketing* de contenidos y ofrece multitud de ventajas.**



---

## Ejercicios de autoevaluación

### Unidad de Aprendizaje 5

1. ¿Cómo se pueden clasificar las redes sociales según su contenido?

- a. Texto, audio y vídeo.
- b. Texto, audio, vídeo y fotografía.**
- c. Fotografía y vídeo.
- d. Audio y vídeo.

2. ¿Cuáles son las plataformas más usuales para la creación de blog?

- a. *Wordpress* y una página web.
- b. *Blogger*.
- c. *Twitter*.
- d. *Blogger* y *Wordpress*.**

3. ¿Qué tipos de blog puede crear una empresa?

- a. Blog corporativo y blog sectorial de carácter genérico.
- b. Blog corporativo y blog de los empleados.
- c. Blog corporativo, blog de carácter sectorial genérico y blog de los empleados.**
- d. Solo blog corporativo.

4. ¿Cuál funciona como la primera fuente de referencia sobre la empresa?

- a. Blog de los empleados.
- b. Blog corporativo.**
- c. Blog de carácter sectorial genérico.
- d. Todas las opciones son incorrectas.

5. ¿Qué tipo de contenido ha de aparecer en un artículo de un blog?

- a. Da igual, es la empresa quien decide.
- b. Solo informativo.
- c. Informativo, descriptivo y reflexivo.**
- d. Contenido audiovisual, obligatoriamente.

6. ¿Cuál es la principal red social de *microblogging*?

- a. *Facebook*.
- b. *Blogger*.
- c. *Instagram*.
- d. *Twitter*.**

7. ¿Cuántos caracteres acepta *Twitter*?

- a. 140
- b. 280**
- c. 310
- d. 156

8. ¿Cuál es la principal *wiki* que existe actualmente?

- a. *Wikileaks*
- b. *Wikifound*
- c. *Wikiloud*
- d. *Wikipedia***

9. ¿De qué tipo son los vídeos que debe realizar una empresa en su canal de *Youtube*?

- a. Publicitarios e informativos.
- b. Informativos y de ocio.
- c. Solo publicitarios.
- d. Informativos, publicitarios y de ocio.**

10. ¿Los *community managers* necesitan hacer uso de herramientas que les ayuden a gestionar los contenidos?
- a. Sí, entre ellas se encuentran las de monitorización y análisis de datos.
  - b. Sí, entre ellas se encuentran algunas como *Google Analytics*.
  - c. Sí, entre ellas se encuentran algunas como *HootSuite*.
  - d. No, para la gestión de contenidos es suficiente con el trabajo desarrollado en cada red social.

