
Solucionario de

ejercicios de autoevaluación

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 1

1. ¿Cuáles son las principales ventajas de la comunicación a través de internet?

- a. **Una comunicación sin barreras, inmediatez y detección de audiencias.**
- b. Poder hablar con los clientes cara a cara.
- c. Tener una comunicación sin barreras.
- d. La facilidad para compartir contenidos en las redes sociales.

2. ¿Cuáles son los grandes inconvenientes de la comunicación a través de internet?

- a. La posibilidad de sufrir enfermedades, como el síndrome de *Google*.
- b. **Deshumanización, difícil gestión del tiempo, situaciones incómodas y pelagra la privacidad.**
- c. La deshumanización y la posibilidad de sufrir adicciones a las redes sociales.
- d. La difícil gestión del tiempo y los agujeros de seguridad en las comunicaciones.

3. ¿En qué se basan las redes sociales tradicionales?

- a. No existen redes sociales tradicionales.
- b. **En la amistad, el parentesco, el trabajo o aficiones comunes.**
- c. En el dinero.
- d. En la amistad y medios de comunicación como el teléfono fijo.

4. ¿Cuál es la principal diferencia entre las redes sociales tradicionales y las que se llevan a cabo a través de internet?

- a. **La inmediatez y la virtualización que aportan las nuevas tecnologías de la información.**
- b. El uso de la tecnología.
- c. La virtualización y el uso de la tecnología.
- d. La inmediatez y el uso de la telefonía móvil como vehículo de comunicación.

5. Indica si la siguiente afirmación es verdadera o falsa: En líneas generales, es complicado que se pueda crear una relación profunda exclusivamente a través de internet.

- Verdadero
- Falso

6. ¿Qué puede ocasionar una comunicación basada exclusivamente en internet?

- a. Déficit sociales, laborales y emocionales.
- b. Falta de comprensión por parte de los potenciales clientes de una empresa.
- c. Adicción a la telefonía móvil.
- d. Déficit emocionales y adicción a las redes sociales.

7. ¿Cuál es la principal vía de comunicación en la actualidad?

- a. Internet.
- b. La telefonía móvil.
- c. La telefonía.
- d. Las redes sociales.

8. ¿Qué entendemos por internet de las cosas?

- a. Este término se refiere a la interconexión de objetos que utilizamos en el día a día con internet.
- b. Este término se refiere al universo de internet, en general.
- c. Este término hace referencia a las relaciones que se crean entre las personas y los objetos a través de internet.
- d. Es una estrategia que sirve para realizar la gestión de redes sociales y de estrategias de comunicación empresariales.

9. ¿Qué pueden conseguir las empresas a través de las nuevas tecnologías de la comunicación y de los dispositivos que utilizan los usuarios para acceder a ellas?

- a. Pueden establecer una relación más estrecha con sus clientes o con las personas interesadas en sus productos o servicios.
- b. Pueden conseguir más seguidores en las redes sociales.

- c. Aumentar sus ventas.
- d. Mejorar su imagen de marca.

10. ¿Qué es y qué permite hacer *WhatsApp Business*?

- a. Una aplicación que permite gestionar facturas a través de *WhatsApp*.
- b. Es la versión de *WhatsApp* para empresas. Permite crear mensajes de bienvenida cuando un usuario les escribe por primera vez, formular respuestas rápidas, tener acceso a estadísticas, categorizar a los clientes con etiquetas.**
- c. Es una aplicación especialmente diseñada para hacer *networking* a través de *WhatsApp*.
- d. Una red social especialmente diseñada para hacer *networking* entre empresas.

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 2

1. Ordenadores, teléfonos móviles y *tablets*, ¿son capaces de compartir información entre sí?

- a. **Sí, pueden compartir información entre sí a través de memorias USB, cables de transmisión de datos, correo electrónico, herramientas de intercambio de archivos en la nube, etc.**
- b. No, en ningún caso.
- c. Únicamente se puede compartir información entre ordenadores y teléfonos.
- d. Solo puede compartirse información entre *tablets* y ordenadores.

2. ¿Qué es una memoria USB?

- a. Es un dispositivo que permite cargar el teléfono móvil enchufándolo a la red eléctrica.
- b. Es un dispositivo telefónico de almacenamiento de datos que sirve para intercambiar archivos entre teléfonos móviles.
- c. **Es un dispositivo informático de almacenamiento de datos que sirve para intercambiar archivos entre varios dispositivos: teléfonos móviles, ordenadores, *tablets*, etc.**
- d. Es un disco óptico en el que se pueden almacenar datos para intercambiarlos entre varios dispositivos: teléfonos móviles, *tablets*, ordenadores, etc.

3. ¿Para qué puede ser internet una buena herramienta en el ámbito organizacional?

- a. **Para mejorar los flujos de comunicación dentro de las empresas.**
- b. Para conseguir que las empresas conecten mejor con sus clientes en las redes sociales.
- c. Para mejorar la imagen de marca de una empresa.
- d. Todas las opciones son correctas.

4. Indica si la siguiente afirmación es verdadera o falsa: Promocionar productos y/o servicios es un posible objetivo de la comunicación en internet de una empresa.

- Verdadero
- Falso

5. ¿Cuáles son los principales objetivos que las empresas suelen marcarse en su comunicación en internet?

- a. Vender más productos.
- b. Mejorar su reconocimiento de marca, captar nuevos clientes, fidelizarlos, conseguir más ventas y aumentar su cuota de mercado.**
- c. Mejorar su reconocimiento de marca y el posicionamiento SEO.
- d. Aumentar el número de visitas a su página web.

6. ¿Qué podemos conseguir con una buena comunicación interna en una empresa?

- a. Agilizar los procesos laborales.**
- b. Conseguir más ventas *online*.
- c. Mejorar el ambiente laboral.
- d. Mejorar la imagen de marca.

7. ¿Por qué pueden sustituir algunas empresas la realización de reuniones físicas?

- a. Por el envío de correos electrónicos.
- b. Por el envío de correos electrónicos o el uso de programas para realizar videoconferencias.**
- c. Por comunicarse con sus clientes a través de las redes sociales.
- d. Por servicios de *streaming*.

8. Entre otras cosas, ¿qué pueden hacer las empresas a través del trabajo en red?

- a. Enviar archivos a otros usuarios, independientemente del lugar geográfico en el que se encuentren, o mantener reuniones o videoconferencias entre varios equipos dispuestos en diversos lugares.**
- b. Mejorar su reputación en internet.
- c. Potenciar su posicionamiento SEO.
- d. Enviar archivos a otros usuarios, mejorando así su posicionamiento SEO.

9. ¿Qué es Trello?

- a. Una herramienta de trabajo colaborativo especialmente diseñada para trabajar en equipo a través de internet.**
- b. Una herramienta para conseguir más seguidores en las redes sociales.
- c. Una herramienta de monitorización de redes sociales.
- d. Una página web con consejos sobre comunicación empresarial.

10. ¿Cuáles son las principales partes negativas del trabajo en red?

- a. El contacto personal se resiente, puede haber una menor concentración, se depende del resto del equipo.**
- b. Las ventas del negocio físico de una empresa pueden resentirse.
- c. Las empresas se enfrentan a problemas de seguridad *online*.
- d. El contacto personal se resiente, afrontando las empresas posibles problemas laborales como la desmotivación del personal.

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 3

1. ¿Qué no puede faltar en la estrategia de comunicación de una empresa?

- a. La apertura de, al menos, una cuenta de correo electrónico corporativa.
- b. La apertura de una cuenta en *Twitter*.
- c. Acciones de *videomarketing*.
- d. Compra de seguidores en *Instagram*.

2. ¿Qué entendemos por *webmail*?

- a. Es un cliente de correo electrónico que provee a los usuarios de una interfaz en entorno web, a través de la que pueden crear y gestionar cuentas de correo electrónico.
- b. Es una empresa que ofrece servicios de internet a otras empresas.
- c. Es un sistema de correo electrónico que ayuda a las empresas a potenciar sus ventas *online*.
- d. Es un cliente de correo electrónico que provee a las empresas de una interfaz en entorno móvil mediante la que pueden crear cuentas de correo electrónico.

3. Indica si la siguiente afirmación es verdadera o falsa: *Yahoo!* ofrece servicios de *webmail*.

- Verdadero
- Falso

4. ¿Qué es *RoundCube*?

- a. Una aplicación de *webmail*.
- b. Un sistema de *microblogging*.
- c. Una aplicación de mensajería instantánea.
- d. Un sistema operativo.

5. Indica si la siguiente afirmación es verdadera o falsa: Cualquier empresa o persona puede construir su propio sistema de *webmail*.

- Verdadero
- Falso

6. ¿Cuáles son las principales ventajas de utilizar una aplicación de *webmail* en el ámbito empresarial?

- a. **Inmediatez, sencillez y gratuidad.**
- b. Complejidad, eficacia e inmediatez.
- c. Que permite mejorar las relaciones con los clientes.
- d. Que permite mejorar el posicionamiento SEO de la empresa.

7. Para que dos usuarios puedan comunicarse entre sí utilizando un sistema de mensajería instantánea, ¿qué deben tener instalado?

- a. *WhatsApp*.
- b. **El sistema que vaya a utilizarse.**
- c. Un sistema operativo en el navegador.
- d. *WhatsApp* o *Telegram*.

8. ¿Qué son, básicamente, las herramientas de *microblogging*?

- a. **Híbridos entre los blogs y los sistemas de mensajería instantánea.**
- b. Redes sociales.
- c. Híbridos entre las webs y los sistemas de mensajería instantánea.
- d. Híbridos entre *Google* y *Twitter*.

9. ¿Qué misión tenía, en sus orígenes, el *microblogging*?

- a. Crear una herramienta de trabajo especialmente diseñada para trabajar en equipo en red.
- b. **Fusionar los blogs tradicionales con las emergentes redes sociales.**
- c. Fusionar *Twitter* y *Facebook*.
- d. Crear una red de páginas webs de empresas.

10. ¿Cuál decimos que es la plataforma de *microblogging* por excelencia?

- a. *Twitter*
- b. *Skype*
- c. *Instagram*
- d. *WhatsApp*

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 4

1. En el ámbito *online*, ¿a qué hace referencia la palabra wiki?

- a. A los blogs corporativos.
- b. A los sitios web cuyos contenidos son desarrollados por múltiples usuarios mediante cualquier tipo de navegador.**
- c. A contenido que se comparte rápidamente.
- d. A blogs realizados con *Wikipedia*.

2. Indica si la siguiente afirmación es verdadera o falsa: Las wikis suelen incluir un historial de cambios en la edición de los contenidos.

- Verdadero
- Falso

3. ¿Cuáles son las principales ventajas de las wikis?

- a. Que son rápidas, flexibles, permiten tratar temas de actualidad, son económicas, multiidioma y permiten a los usuarios trabajar con libertad.**
- b. Que son editables por cualquier tipo de usuario.
- c. Que pueden ayudar a las empresas a comunicar mejor y crecer.
- d. Todas las opciones son incorrectas.

4. ¿Qué es TikiWiki?

- a. Una herramienta para crear wikis.**
- b. Un sistema de *microblogging*.
- c. Una aplicación para crear blogs.
- d. Una herramienta de gestión documental *online*.

5. ¿Para qué pueden utilizar las empresas un blog corporativo?

- a. Para vender más.
- b. Para potenciar su imagen en internet.

- c. Para difundir sus novedades, productos, servicios, consejos y otros contenidos de interés para sus clientes, actuales y potenciales.
- d. Para conseguir más seguidores en las redes sociales.

6. ¿Cuáles son las principales plataformas para construir blogs corporativos?

- a. **Blogger, WordPress y Blogspot.**
- b. *Dropbox, GoogleBlog y WordPress.*
- c. *Blogger, WordPress y AppleBlog.*
- d. *Blogging, Wikiblog y Blogspot.*

7. Si una empresa no sabe qué tipo de contenido publicar en su blog corporativo, ¿qué es lo primero que debe hacer?

- a. **Meditar acerca de qué quieren leer los usuarios de su blog.**
- b. Preguntar a sus seguidores en las redes sociales qué tipo de contenido quieren ver.
- c. Preguntar a sus clientes actuales qué tipo de contenido deben publicar.
- d. Realizar una encuesta en sus redes sociales para comprobar qué contenido es el más aceptado por su comunidad.

8. ¿Para qué sirve, principalmente, Google Docs?

- a. **Para compartir y editar documentos *online*.**
- b. Para conseguir un mejor posicionamiento en *Google*.
- c. Para editar documentos *online*.
- d. Para crear wikis.

9. Indica si la siguiente afirmación es verdadera o falsa: Las empresas pueden utilizar sus páginas web para compartir archivos con sus clientes.

- Verdadero
- Falso

10. ¿Qué es *Athento*?

- a. Una herramienta avanzada de gestión documental.**
- b. Un tipo de blog corporativo.
- c. Una herramienta ideada para crear wikis fácilmente.
- d. Un sistema operativo colaborativo.

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 5

1. ¿Qué tipo de personalidades digitales existen?

- a. **Comunicadores amplios, participantes básicos, exclusivamente compradores, usuarios pasivos, guardianes proactivos.**
- b. Prosumidores y consumidores.
- c. Prosumidores, consumidores y creadores de contenido.
- d. Comunicadores básicos, participantes básicos, exclusivamente compradores y prosumidores.

2. Indica si la siguiente afirmación es verdadera o falsa: La huella digital de un usuario en internet se puede eliminar fácilmente.

- Verdadero
- Falso

3. ¿Cuál es uno de los objetivos principales de crear un perfil profesional digital?

- a. Aumentar el número de seguidores en las redes sociales.
- b. Mejorar la cuenta de resultados de la empresa.
- c. Aumentar los contactos del usuario en cuestión.
- d. **Aumentar la visibilidad de los conocimientos que el usuario tiene sobre su profesión.**

4. ¿Cuál es la red social más apropiada para tratar temas profesionales?

- a. **LinkedIn.**
- b. WordPress.
- c. Facebook.
- d. Instagram.

5. ¿Qué entendemos por imagen de perfil?

- a. Es la imagen de portada de las páginas de empresa en las redes sociales.
- b. Es el logotipo de una empresa en su página web.

- c. **Es una fotografía que representa a los usuarios de las redes sociales y que aparece junto a su nombre de usuario cada vez que comparten un contenido.**
- d. Es una fotografía que representa a los usuarios de las redes sociales que no aparece cuando se comparte un contenido.

6. ¿Es recomendable poner el estado laboral en las redes sociales?

- a. **Sí, y cambiarlo cuando las prioridades de búsqueda de empleo cambien.**
- b. No, en ningún caso.
- c. Sí, y no cambiarlo nunca ya que daría sensación de inseguridad.
- d. Sí, pero únicamente en *LinkedIn*.

7. ¿Para qué es importante introducir información de contacto en las redes sociales?

- a. **Para que las empresas o reclutadores de talento puedan contactar con nosotros en caso de que lo consideren oportuno.**
- b. Para recibir mensajes privados.
- c. Para que los clientes puedan contactarnos a través de ellas.
- d. La afirmación es falsa, no es importante introducir información de contacto en las redes sociales.

8. Para que el diseño de un blog sea lo más original posible, ¿de qué es recomendable huir?

- a. **De las plantillas gratuitas de las plataformas de *blogging*.**
- b. De *WordPress*.
- c. De utilizar un *hosting* gratuito.
- d. De las plantillas de pago de las plataformas de *blogging*.

9. ¿Cómo deben ser los objetivos que se marquen en un blog?

- a. **A corto, medio y largo plazo. Deben ser realistas, medibles y cuantificables.**
- b. Realistas, medibles y conseguibles.

- c. A corto plazo y conseguibles.
- d. Fácilmente identificables.

10. ¿Cuál es una de las mejores maneras de fomentar el debate con la comunidad en *LinkedIn*?

- a. Participando en los grupos de *LinkedIn*.**
- b. Escribiendo contenido de calidad.
- c. Creando campañas de publicidad en la plataforma publicitaria de *LinkedIn*.
- d. Hablando de asuntos polémicos.

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 6

1. ¿Qué pueden conseguir las empresas y los trabajadores a través del *networking*?

- a. **Crear y desarrollar oportunidades de negocio, compartir información de valor y captar posibles clientes o aliados empresariales.**
- b. Captar más clientes y conseguir nuevas inversiones.
- c. Mejorar su imagen de marca.
- d. Mejorar su posicionamiento SEO, compartir información de valor y captar nuevos aliados empresariales.

2. Indica si la siguiente afirmación es verdadera o falsa: Una de las razones del auge del *networking* es la crisis de credibilidad de la publicidad.

- Verdadero
- Falso

3. En el ámbito *online*, ¿cómo puede hacerse *networking*?

- a. Mediante redes sociales, acciones de *e-commerce* o correos electrónicos.
- b. No puede hacerse *networking online*.
- c. Atrayendo tráfico de calidad a una página web mediante artículos en un blog.
- d. **A través de videoconferencias, correo electrónico, redes sociales o aplicaciones de mensajería instantánea.**

4. El *networking* es una acción exclusiva de empresarios o emprendedores.

- a. **No, los trabajadores también pueden hacer *networking* para mejorar sus conocimientos, sus relaciones profesionales o incluso optar a una mejora laboral.**
- b. Sí, y es una gran oportunidad solo para ellos.
- c. No, es una acción exclusiva para empresas.
- d. Sí, aunque no se trata de una acción rentable.

5. ¿Qué es *Tinder*?

- a. Una red social profesional.
- b. Una red social para buscar pareja.
- c. Una red social de amistad.**
- d. Una red social para hacer *networking*.

6. ¿Cuál es la mayor red social de ámbito profesional del mundo?

- a. LinkedIn.**
- b. *Xing*.
- c. *Badoo*.
- d. *Facebook*.

7. ¿Cuál es el principal público objetivo de *Womenalia*?

- a. Emprendedores y autónomos.
- b. Mujeres empresarias.**
- c. Jóvenes empresarios.
- d. Directivos de multinacionales.

8. ¿Para qué sirve, fundamentalmente, *Yammer*?

- a. Para potenciar el trabajo en equipo dentro de una misma empresa.**
- b. Para agilizar las relaciones con los clientes de una empresa.
- c. Para fomentar el *marketing* empresarial.
- d. Para hacer videoconferencias y potenciar el *networking* empresarial.

9. ¿Qué son los agregadores de contenidos?

- a. Aplicaciones que permiten a los usuarios agrupar sus acciones digitales y compartir sus contenidos en una sola página web.**
- b. Aplicaciones que permiten a los usuarios agrupar todas sus redes sociales de amistad en una sola URL.
- c. Son profesionales dedicados a escribir contenido de calidad para los blogs y las páginas web de las empresas.
- d. Aplicaciones que permiten a las empresas agrupar sus páginas web y blogs, y compartir contenidos en sus redes sociales.

10. ¿Qué ocurrió para que dejaran de usarse masivamente los agregadores de contenidos?

- a. La explosión de las redes sociales.
- b. El auge del *marketing online*.
- c. El auge del *e-mail marketing*.
- d. Que los buscadores de internet comenzaron a penalizar estas herramientas.

