



### Examen Segundo Parcial

Nombre del estudiante: \_\_\_\_\_ Calificación: \_\_\_\_\_/100

Fecha: 05 Febrero 2018

#### COMPROMISO DE HONOR

Yo, \_\_\_\_\_ al firmar este compromiso, reconozco que el presente examen está diseñado para ser resuelto de manera individual, que puedo usar un esferográfico; que solo puedo comunicarme con la persona responsable de la recepción del examen; y, cualquier instrumento de comunicación que hubiere traído, debo apagarlo y depositarlo en la parte frontal del aula, junto con algún otro material que se encuentre acompañándolo.

No debo además, consultar libros, notas, ni apuntes adicionales a las que se entreguen en esta evaluación. Los temas DEBO DESARROLLARLOS de manera ordenada, en el espacio correspondiente en el cuadernillo de preguntas, y que un mal desarrollo o dejar el espacio en blanco podría anular las respuesta.

Firmo como constancia de haber leído y aceptar la declaración anterior y me comprometo a seguir fielmente las instrucciones que se indican a continuación.

*"Como estudiante de ESPOL me comprometo a combatir la mediocridad y actuar con honestidad, por eso no copio ni dejo copiar"*

Firma: \_\_\_\_\_ N° cédula: \_\_\_\_\_

---

#### INSTRUCCIONES

---

1. Abra el examen una vez que el profesor de la orden de iniciar.
2. Escriba sus datos de acuerdo a lo solicitado en la hoja de respuestas, incluya su número de cédula.
3. Verifique que en el examen conste 7 temas
4. Desarrolle todas las preguntas del examen en un tiempo máximo de 2 horas.
5. Utilice esferográfico para responder la pregunta correspondiente
6. No consulte con sus compañeros, el examen es estrictamente personal.
7. En caso de tener alguna consulta, levante la mano hasta que el profesor pueda atenderlo.



**TEMA 1 - Lea y analice cuidadosamente cada uno de los enunciados; y encierre con un círculo la respuesta correcta. (12 puntos)**

1. ¿Qué es una landing page?
  - a) Son páginas interactivas y con diseño sencillo
  - b) Se trata por lo general de páginas webs de contenido estático y sin menús
  - c) Son páginas dirigida a la evolución del usuario
  - d) Son páginas que deben estar ubicadas en mi web
  
2. Indique cuál de las opciones presentadas no es un ejemplo de acción deseable que se puede esperar de una landing page
  - a) Que los usuarios rellenen un formulario de contacto.
  - b) Colocar enlaces a contenidos relacionados a la web
  - c) Comprar un curso online
  - d) Descargar un PDF
  
3. En una landing page la “Proposición de venta única” incluye...
  - e) El título principal
  - f) El subtítulo de apoyo
  - g) Una frase de refuerzo
  - h) Un argumento de cierre
  - i) Todas las anteriores
  
4. ¿Cuál es una forma de determinar si el contenido es relevante para un sitio web?
  - a) Encuestas de Prueba a Usuarios
  - b) Realizar pruebas de usabilidad
  - c) Identificar el público objetivo
  - d) Consultar al dueño del proyecto
  
5. La mayoría de las estadísticas que se obtienen sobre Comercio Electrónico se basan en...
  - a) Empresa a consumidor
  - b) Consumidor a Empresa
  - c) Empresa a empresa
  
6. La mayoría de las ventas realizadas con el Comercio Electrónico son:
  - a) Empresa a consumidor
  - b) Empresa a empresa

**TEMA 2 - SEMrush, es una herramienta que permite ejecutar las siguientes opciones, coloque Verdadero o falso según corresponda (14 puntos):**

<b>SEMrush, herramienta que permite ejecutar las siguientes opciones</b>	<b>Verdadero o Falso</b>
Análisis de dominio	
Análisis de palabras clave	
Proyectos	
Análisis de brechas	
Tópicos de Investigación	
Plantilla de Contenido SEO	
Herramienta de generación de leads	



**TEMA 3 –** Coloque verdadero o falso según corresponda. Una estrategia de **LINK BUILDING** para una web debe... **(12 puntos)**

<b>Una estrategia de LINK BUILDING para una web debe...</b>	<b>Verdadero o Falso</b>
Definir una táctica de enlaces internos, no solo para que los rastreadores de los buscadores tengan facilidad a la hora de encontrar diferentes páginas, sino para traspasar relevancia de unas a otras.	
Elaborar artículos únicos y originales y el número de tus palabras debe ser, al menos, superior a 3000 palabras.	
Concebir que los artículos tengan una estructura lógica, introduciendo las diferentes etiquetas HTML como los H1, H2, H3, etc.	
Colocar información de la frecuencia de actualización de las páginas web	
Trabajar en el título de los artículos o páginas, usando palabra clave que se quieran posicionar, además, este título debe ser impactante y conseguir atraer o invitar a los usuarios a que lean el contenido completo.	
Ir orientada hacia el usuario, aunque no puedes obviar a los motores de búsqueda.	

**TEMA 4 -** Lea cada uno de los enunciados y complete con la respuesta correcta. **(16 puntos)**

- Una de las cosas más importantes a la hora de aumentar las visitas o el tráfico hacia tu proyecto es la elección correcta de \_\_\_\_\_
- Un error muy común es elaborar secciones, escribir artículos y crear páginas orientadas a tus intereses, sin tener en cuenta los intereses de tu \_\_\_\_\_, quienes son realmente los que van a aumentar tu tráfico.
- Para que IEPI otorgue una patente de invención y modelos de utilidad se debe cumplir con tres requisitos: \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ y \_\_\_\_\_
- Para que IEPI otorgue una patente a los diseños industriales deben cumplir con un requisito: \_\_\_\_\_.
- Este método, también conocido como enlace canónico o canonical tag, se utiliza en el mundo del SEO para evitar \_\_\_\_\_. El "rel=canonical" se sitúa en el \_\_\_\_\_ de una página HTML y, aunque no es visible para el usuario, sí lo es para los motores de búsqueda.



**TEMA 5 – Coloque verdadero o falso según corresponda. En un SITEMAP... (10 puntos)**

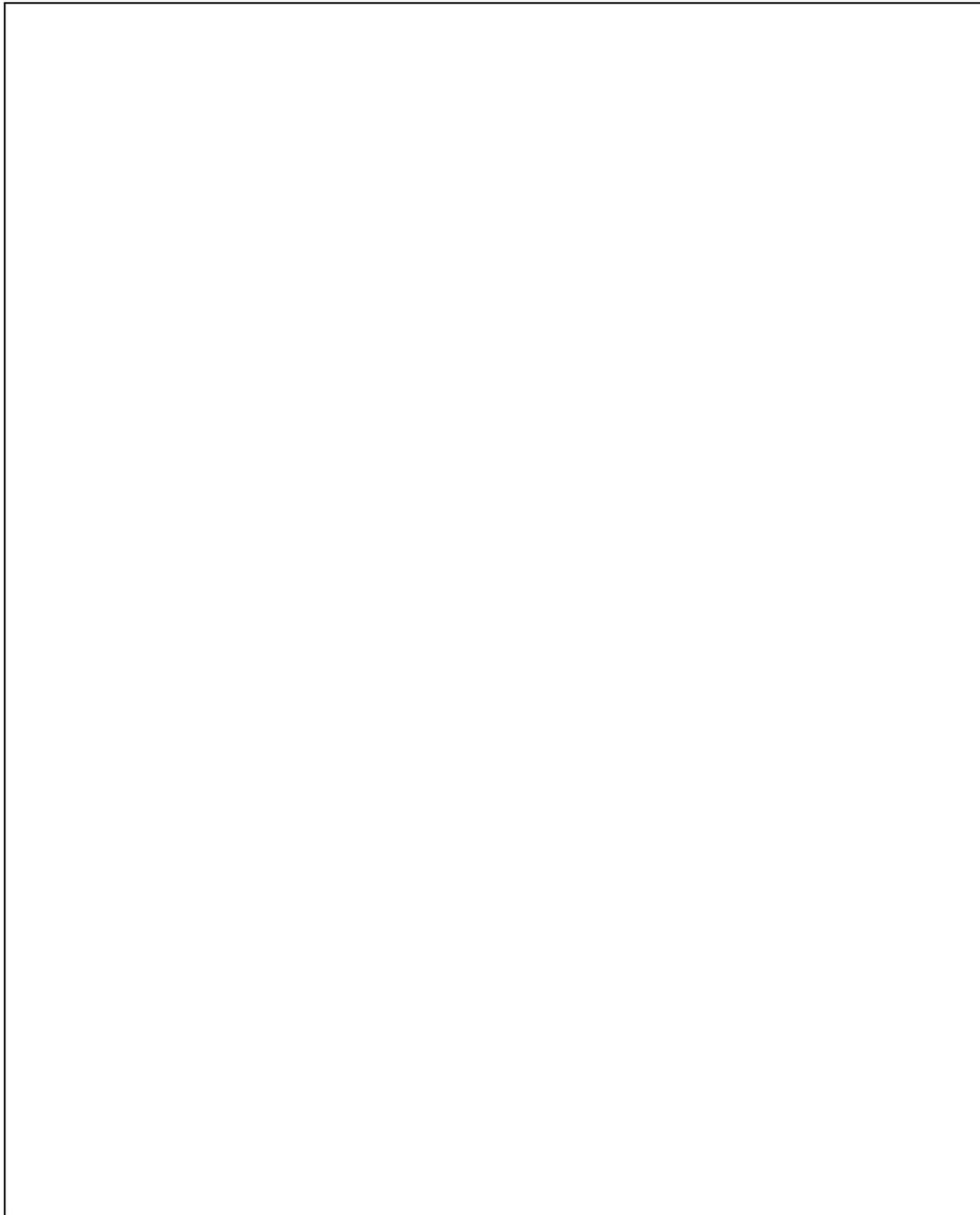
<i>En un SITEMAP...</i>	<i>Verdadero o Falso</i>
La información es guardada en un archivo XML	
Se listan las URLs del Sitio Web	
Se añade diferentes parámetros de información adicional para los buscadores	
Se coloca información sobre la importancia de cada página	
Se coloca información para los buscadores e indica que páginas de tu web se pueden rastrear.	

**TEMA 6 – Lea y relacione con líneas las palabras claves (columna a) con la definición completa (columna b) según corresponda (14 puntos).**

Google Trends	Herramienta que analiza la velocidad de carga del sitio web y brinda recomendaciones prácticas sobre cómo optimizarlo.
Google Webmaster Tools	Herramienta que ayuda a generar Keywords, permite segmentar varias palabras dentro de una misma palabra clave.
GTMetrix	Herramienta que mide la Velocidad de Carga de tu Web.
Merge Words	Herramienta que permite comprobar que no haya contenido duplicado en la web.
Pingdom Tools	Herramienta que sugiere diferentes palabras Clave a partir de la palabra clave que se introduzca.
SEMrush	Permite analizar las tendencias de Búsqueda para definir mejor la estrategia de Posicionamiento en buscadores.
Ubersuggest	Permite saber a qué sitios le llega más tráfico a tu competencia y así podrás identificar nueva keywords o palabras clave a añadir en tu proyecto Online.



**TEMA 7** – Elabore el DISEÑO de una Landing Page para la Noria-Mirador “La Perla”<sup>1</sup> ubicada en el Malecón 2000, incluya TODOS los “Elementos esenciales del Landing Page”, (son 9 en total). Colóquelos en las posiciones más adecuadas, de tal forma que pueda contar una historia fluida, cada sección debe tener un rayado de enmarque y una flecha en la cual usted especificará claramente el nombre de la sección y a que se refiere cada sección. **(22 puntos)**



---

<sup>1</sup> <https://laperladeguayaquil.com/es/>