

Examen Final E-marketing

(50 puntos)

27 Agosto 2018

“Como estudiante de ESPOL me comprometo a combatir la mediocridad y a actuar con honestidad; por eso no copio ni dejo copiar.”

.....
Firma de compromiso del estudiante

Nombre: _____

1.- Conteste V o F (5 puntos)

Se considera engañosa la publicidad que usa recursos creativos para enfatizar o promover las características de un producto.	
En la cadena de valor las actividades primarias son todos los procesos que de una u otra manera influyen en la marcha de la compañía.	
Un plan de Marketing Digital es un documento donde se fijan los objetivos que queremos conseguir en nuestra empresa o negocio a corto, medio y largo plazo.	
El objetivo del Co-branding complementario es innovar y proponer soluciones junto con otra marca para lanzar un producto.	
El delito informático es el conjunto de normas que regulan las acciones, procesos, productos y relaciones jurídicas surgidas en torno a la informática y sus aplicaciones.	

2.- Mencione 2 objetivos específicos de la Asociación Ecuatoriana de Marketing (2 puntos):

3.- Mencione 3 delitos informáticos reconocidos en el Ecuador (3 puntos):

4.- Seleccione la respuesta incorrecta: Métricas del marketing digital que debes tomar en cuenta (2 puntos)

- a) Tasa de Leads.
- b) Tasa de conversión.
- c) Retorno de la Inversión.
- d) Canales.
- e) Tasa de Clics.

5.- Mencione los 3 tipos de Leads existentes en el marketing digital (3 puntos)

- a)
- b)
- c)

6.- ¿Qué es el CO-BRANDING? (2 puntos)

7.- ¿Qué significa que los objetivos sean SMART? (3 puntos)

8.- Llene el siguiente cuadro: Escriba el termino correspondiente según su definición (10 puntos)

	Una marca principal invita a otra para una colaboración. La segunda aprovecha esta estrategia para ampliar su mercado.
	Grupos de personas que comparten uno o varios requerimientos muy importantes, en relación al producto o servicio que se ofrece.
	Se basa en la creación de relaciones o eslabones a partir de las actividades de una empresa.
	Es un indicador clave de rendimiento y los utilizamos en marketing digital para comprobar que la dirección tomada sigue el camino correcto.
	Es una persona que nos ha facilitado sus datos de contacto a través de un formulario, interesada en nuestros servicios o productos.

9.- Redacte una pequeña solución (estrategia de marketing digital) a este caso de estudio (20 puntos)

El Cliente

El Centro de Extensión Profesional es una dependencia Universitaria. Su misión es: “servir a individuos y organizaciones públicas y privadas de Venezuela, cubriendo sus necesidades de nuevos conocimientos, permitiéndoles adecuar sus competencias para anticipar y responder a los cambios del entorno, con un desempeño de mayor valor en el mercado”. Dicha institución posee una amplia oferta académica de Diplomados, Programas y cursos de formación profesional en áreas como Marketing, Finanzas, Gerencia, Gestión de Talento entre otras.

Problema

A muchas universidades el surgimiento de las redes sociales y la adopción tecnológica las tomó por sorpresa. Y han debido acelerar el paso para sumarse. Con más de 15 años de creado, el Centro de Extensión Profesional llegó a Twitter, Facebook e Instagram como la gran mayoría: aprendiendo en el camino.

En ese proceso su oferta académica debía comunicarse con mayor eficiencia a una audiencia digital creciente, sumado a un contexto socioeconómico en el que la inversión promocional en medios tradicionales tiende a ser prohibitiva y el presupuesto de marketing es limitado.

El desafío al trabajar con el Centro de Extensión era buscar atraer a profesionales de diversas áreas con necesidades de actualización y formación, comunicarles la oferta académica disponible y hacerlo de forma estratégica.

Análisis (3 puntos)

Objetivos (4 puntos)

Estrategias y Tácticas (7 puntos)

Plan de acción (4 puntos)

Acción Co-branding (2 puntos)