

**Examen Final E-marketing**

(40 puntos)

28 Agosto 2017

“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)**

El plan de marketing digital no debe estar supeditado al plan de marketing general de la empresa.	
Hootsuite es una herramienta para gestionar varias redes sociales desde un mismo panel de control. Se utiliza para la gestión de Twitter, Facebook, Google y LinkedIn suele gestionarse directamente desde cada plataforma.	
Una de las características del social CRM es que los clientes colaboran directa o indirectamente con las empresas para mejorar los productos, servicios, y la experiencia de usuario.	
Se puede usar la misma estrategia de marketing de contenido para una empresa B2B que para una B2C.	
El marketing de contenidos es una técnica de marketing basada en la creación y distribución de contenido relevante en diversos formatos, que busca atraer y comprometer a un público definido y concreto.	

**2.- ¿Qué es un plan de marketing digital? (3 puntos):**

**3.- Seleccione la respuesta incorrecta: ¿Beneficios del social CRM? (2 puntos)**

- a) Optimización de la información.
- b) Mejorar el servicio de atención al Cliente.
- c) Organización y procesos.
- d) Maximizar Beneficios.
- e) Monitoriza nuestra marca en Internet.

**4.- Mencione 5 herramientas de software usados para la gestión del marketing (5 puntos)**

- a)
- b)
- c)
- d)
- e)

**5.- Mencione 3 beneficios del mobile marketing (3 puntos)**

- a)
- b)
- c)

**6.- Mencione y explique 2 elementos que forman parte del plan de marketing. (2 puntos)**

**7.- ¿Qué significa que los objetivos sean SMART? (5 puntos)**

**8.- Llene el siguiente cuadro: Escriba el termino correspondiente según su definición (5 puntos)**

	Forma parte de una interesante estrategia que surge a principios de los 90 como una forma a través de la cual las marcas pueden conseguir diferentes beneficios al aliarse para crear conjuntamente un producto o servicio.
	Es la aplicación de la informática en el derecho.
	Básicamente se refiere a una persona que ya ha demostrado a través de un contacto, tener interés en tus productos o servicios, pero aún no ha pasado al cierre de la compra.
	Es un indicador clave de rendimiento (Key Performance Indicator) y los utilizamos en marketing digital para comprobar que la dirección tomada sigue el camino correcto.
	Es la regulación jurídica de las nuevas tecnologías.

**9.- Redacte una pequeña solución (estrategia de marketing digital) a este caso de estudio (10 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 socio-económico 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.