

## Examen de Mejoramiento de E-marketing

(100 puntos)

11 de Septiembre del 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.- Llene el cuadro según la definición de los siguientes términos: e-marketing, e-commerce, marketing en internet y e-business (10 puntos)**

**2.- Mencione 5 razones del porque hacer marketing digital (10 puntos)**

**3.- Explique la diferencia entre SEO y SEM (10 puntos)**

**4.- ¿Es lo mismo el video marketing, que el social video? Justifique su respuesta (5 puntos)**

**5.- Llene el siguiente cuadro: Escriba el termino correspondiente según su contexto sobre los FACTORES SEO USADOS POR LOS WEBMASTER (10 puntos)**

	Lo correcto es escribir entre 400 y 900 palabras, ya que si el artículo es demasiado extenso, corremos el riesgo de aburrir al lector y no debemos olvidar que escribimos para personas que generalmente están muy atareadas.
	Google recomienda que la página Web no tarde más de 2 segundos en cargar completamente, esto a veces es bastante complicado por el tipo de página o tecnología utilizada, pero debemos hacer lo necesario para que se acerque mucho a esa cifra.
	Algunos sitios Web, principalmente debido a la tecnología utilizada en su construcción, resumen o duplican las páginas con URLs diferentes a la original.
	Actualmente más del 50% del tráfico Web procede de dispositivos móviles, lo que hace que este factor de ranking tenga un peso considerable. Se prefieren los sitios Web con diseño adaptable a estos dispositivos que los sitios que utilizan una Web separada de la principal con una versión móvil.
	Está claro que a Google le interesa mostrar los resultados más relevantes en su buscador, por eso tiene en cuenta cómo interactúan los usuarios dentro de nuestra página, el tiempo que permanecen en ella es muy importante en el ranking de Google.

**6.- ¿Por qué es importante el análisis Web? (5 puntos)**

**7.- Que es el phishing y mencione un ejemplo (10 puntos)**

**8.- Relacione según corresponda (10 puntos)**

**Social CRM**

**Mobile Marketing**

**Marketing de Contenido**

**Newsletters**

**Location Based Services**

**Realidad aumentada**

**Mis redes sociales y canales de contenido**

**Videos**

**e-books**

**Focalización en la comunidad**

**IoT**

**9.- Explique la diferencia entre un objetivo cuantitativo y uno cualitativo (10 puntos)**

**10.- ¿Para qué utilizamos un KPI en marketing digital? (10 puntos)**

**11.- Mencione los 3 pilares fundamentales de la gestión lead (10 puntos)**

- a)
- b)
- c)