Guia de practica - Fundamentos del Marketing Digital para Adultos

Nombre: _____

Fecha: _____

Puntaje: _____

1.

¿Qué significa SEO en marketing digital?

1. Marketing en Motores de Búsqueda
2. Sistema de Entradas Orgánicas
3. Search Engine Optimization
4. Selección de Estrategias Online

Respuesta correcta:
C.

Search Engine Optimization

2.

¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor el SEM?

1. Estrategia de contenido en redes sociales
2. Marketing en motores de búsqueda mediante pago por clic
3. Optimización técnica del sitio web

Respuesta correcta:
B.

Marketing en motores de búsqueda mediante pago por clic

3.

En análisis web, el porcentaje de visitantes que abandonan el sitio después de ver solo una página se conoce como tasa de _____.

Respuesta: _____

Respuesta correcta:

rebote

4.

¿Cuál de las siguientes es una plataforma de redes sociales utilizada comúnmente en marketing digital?

1. Google Analytics
2. WordPress
3. Canva
4. Instagram

Respuesta correcta:
D.

Instagram

5.

¿Qué es el email marketing?

1. Envío de mensajes instantáneos a clientes
2. Envío de correos electrónicos comerciales a una lista de suscriptores
3. Publicidad en motores de búsqueda
4. Creación de contenido para blogs

Respuesta correcta:
B.

Envío de correos electrónicos comerciales a una lista de suscriptores

6.

La métrica CTR se utiliza en marketing digital. ¿Qué significa CTR en inglés?

Respuesta: _____

Respuesta correcta:

Click Through Rate

7.

¿Qué es una landing page en marketing digital?

1. La página principal de un sitio web
2. Una página web diseñada específicamente para una campaña de marketing
3. Una página de redes sociales

Respuesta correcta:
B.

Una página web diseñada específicamente para una campaña de marketing

8.

Cuál de los siguientes es un objetivo principal del marketing digital?

1. Reducir el número de visitas al sitio web
2. Eliminar la presencia en redes sociales
3. Aumentar la visibilidad y el alcance de la marca
4. Ignorar el análisis de datos

Respuesta correcta:
C.

Aumentar la visibilidad y el alcance de la marca

9.

Complete: En redes sociales, el número de usuarios que ven tu contenido sin pagar por publicidad se conoce como alcance _____.

Respuesta: _____

Respuesta correcta:

orgánico

10.

¿Cuál es la principal diferencia entre SEO y SEM?

1. SEO es pago y SEM es orgánico
2. Ambos son iguales
3. SEO es orgánico y SEM es pago
4. SEO no usa palabras clave

Respuesta correcta:
C.

SEO es orgánico y SEM es pago

11.

¿Qué herramienta es ampliamente utilizada para medir el tráfico y el comportamiento de los usuarios en un sitio web?

1. Google Analytics
2. Microsoft Excel
3. Adobe Photoshop
4. WordPress

Respuesta correcta:
A.

Google Analytics

12.

La tasa de apertura en email marketing se calcula dividiendo los correos abiertos entre los _____ y multiplicando por 100.

Respuesta: _____

Respuesta correcta:

correos entregados

13.

¿Qué es un call-to-action (CTA) en marketing digital?

1. Un botón o enlace que invita al usuario a realizar una acción específica
2. Un tipo de informe de análisis
3. Una red social para empresas

Respuesta correcta:
A.

Un botón o enlace que invita al usuario a realizar una acción específica

14.

¿Cuál es una de las principales ventajas del email marketing?

1. No requiere permisos de los suscriptores
2. Alto retorno de inversión (ROI)
3. No requiere segmentación
4. No necesita una lista de suscriptores

Respuesta correcta:
B.

Alto retorno de inversión (ROI)

15.

¿Qué red social es más recomendada para estrategias de marketing B2B?

1. Facebook
2. Instagram
3. LinkedIn
4. TikTok

Respuesta correcta:
C.

LinkedIn

16.

En Google Ads, el costo que se paga por cada clic en un anuncio se conoce como _____. (Indica las siglas)

Respuesta: _____

Respuesta correcta:

CPC

17.

¿Qué es el remarketing en marketing digital?

1. Mostrar anuncios a usuarios que ya han interactuado con tu sitio web
2. Enviar correos masivos a direcciones aleatorias
3. Publicar contenido nuevo diariamente
4. Crear anuncios para competidores

Respuesta correcta:
A.

Mostrar anuncios a usuarios que ya han interactuado con tu sitio web

18.

¿Cuál de las siguientes es una métrica de engagement en redes sociales?

1. Número de impresiones
2. Tasa de clics
3. Tasa de interacción
4. Costo por clic

Respuesta correcta:
C.

Tasa de interacción

19.

En campañas de SEM, ¿qué son las palabras clave negativas?

1. Palabras clave por las que sí se quiere aparecer
2. Palabras clave por las que no se quiere mostrar el anuncio
3. Palabras clave genéricas de alto volumen

Respuesta correcta:
B.

Palabras clave por las que no se quiere mostrar el anuncio

20.

La sigla ROI proviene del inglés y en español se traduce como _____.

Respuesta: _____

Respuesta correcta:

Retorno de la Inversión

Respuestas

1. **C.**

   Search Engine Optimization

2. **B.**

   Marketing en motores de búsqueda mediante pago por clic

3. rebote

4. **D.**

   Instagram

5. **B.**

   Envío de correos electrónicos comerciales a una lista de suscriptores

6. Click Through Rate

7. **B.**

   Una página web diseñada específicamente para una campaña de marketing

8. **C.**

   Aumentar la visibilidad y el alcance de la marca

9. orgánico

10. **C.**

    SEO es orgánico y SEM es pago

11. **A.**

    Google Analytics

12. correos entregados

13. **A.**

    Un botón o enlace que invita al usuario a realizar una acción específica

14. **B.**

    Alto retorno de inversión (ROI)

15. **C.**

LinkedIn

16. CPC
17. **A.**

    Mostrar anuncios a usuarios que ya han interactuado con tu sitio web

18. **C.**

    Tasa de interacción

19. **B.**

    Palabras clave por las que no se quiere mostrar el anuncio

20. Retorno de la Inversión