Becas CREcé con Nosotros 2025

# BANCO DE **PREGUNTAS**

Programa Experto en

**Marketing Digital y Redes Sociales**

CRECE

Centro de Formación Superior

## Banco de Preguntas de Práctica

**Nota:** *Este material se entrega con fines de estudio para postulantes a la beca del Programa Experto en Marketing Digital y Redes Sociales.* Las preguntas no se utilizarán directamente en el examen, pero representan el tipo, estilo y nivel de dificultad.

### Conocimientos Generales y Comprensión Conceptual

1. ¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor qué es el marketing digital?

   A) La venta de productos en tiendas físicas.

   B) La creación de empresas tecnológicas.

   C) La promoción de productos o servicios usando medios digitales.

   D) La publicidad a través de llamadas telefónicas.

   **Respuesta correcta: C**

2. Una de las principales ventajas del marketing digital frente al marketing tradicional es:

   - A) No necesita planificación.
   - B) Tiene menor impacto.
   - C) Permite una segmentación precisa del público.
   - D) Solo es útil para empresas grandes.

   **Respuesta correcta: C**

3. ¿Cuál de los siguientes es un canal comúnmente usado en marketing digital?

   - A) Folletos impresos.
   - B) Radio AM.
   - C) Redes sociales.
   - D) Carteles en vía pública.

   **Respuesta correcta: C**

4. ¿Qué herramienta permite medir visitas y comportamiento de usuarios en un sitio web?
    - A) Microsoft Word.
    - B) Google Analytics.
    - C) Canva.
    - D) Telegram.

    **Respuesta correcta: B**

5. El término SEO se refiere a:
    - A) Servicio Electrónico de Organización.
    - B) Sistema Empresarial Online.
    - C) Optimización en motores de búsqueda.
    - D) Operación Estática de Objetivos.

    **Respuesta correcta: C**

**Aplicación básica y razonamiento general**

6. Si un negocio quiere aumentar su visibilidad en Google sin pagar anuncios, debería trabajar en:
    - A) Su presupuesto de compras.
    - B) Su posicionamiento SEO.
    - C) Su inventario de productos.
    - D) Sus precios internos.

    **Respuesta correcta: B**

7. En redes sociales, ¿qué acción indica una alta interacción con el público?
    - A) Muchos “me gusta” y comentarios.
    - B) Ningún mensaje recibido.
    - C) Pocas publicaciones.
    - D) Cero seguidores nuevos.

    **Respuesta correcta: A**

8. ¿Qué red social es más adecuada para una marca que quiere posicionarse entre jóvenes con contenido en video corto?
    - A) Facebook

- B) TikTok
- C) LinkedIn
- D) Pinterest

**Respuesta correcta: B**

9. ¿Cuál de las siguientes prácticas mejora la experiencia del usuario en una página web?
   - A) Agregar más texto sin formato.
   - B) Hacerla lenta para evitar saturación.
   - C) Tener navegación clara y rápida.
   - D) Llenarla de anuncios automáticos.

   **Respuesta correcta: C**

10. Si una empresa invierte en publicidad por redes sociales, ¿qué indicador debe analizar para saber si fue efectiva?

- A) Tiempo de descanso del personal.
- B) Cantidad de productos en almacén.
- C) Número de clics, alcance y conversiones.
- D) Opinión del gerente general.

**Respuesta correcta: C**

**Módulo I – Introducción al Marketing Digital (continuación)**

11. ¿Qué elemento es fundamental al crear una estrategia de marketing digital?

- A) Número de empleados en la empresa.
- B) Presupuesto del departamento de contabilidad.
- C) Perfil y comportamiento del público objetivo.
- D) Diseño arquitectónico del edificio.

**Respuesta correcta: C**

12. ¿Qué herramienta es usada para enviar correos masivos personalizados?

- A) Excel
- B) Photoshop
- C) Mailchimp

- D) WordPad

**Respuesta correcta: C**

13. ¿Qué característica tiene el marketing 4.0?

- A) Se enfoca exclusivamente en medios tradicionales.
- B) Evita el uso de inteligencia artificial.
- C) Integra lo digital con lo humano y emocional.
- D) Solo aplica a empresas tecnológicas.

**Respuesta correcta: C**

14. Una estrategia de contenido útil debe:

- A) Publicar solo imágenes bonitas sin información.
- B) Buscar viralidad sin importar el mensaje.
- C) Aportar valor y responder a necesidades del público.
- D) Copiar publicaciones de otras páginas.

**Respuesta correcta: C**

15. ¿Qué opción representa un error común en marketing digital?

- A) Medir resultados.
- B) No definir objetivos antes de comenzar.
- C) Estudiar el comportamiento del consumidor.
- D) Segmentar audiencias por edad.

**Respuesta correcta: B**

## Módulo II – Redes Sociales y Marketing de Contenidos

16. ¿Cuál es el objetivo principal de usar redes sociales para una marca?

- A) Vender productos únicamente.
- B) Discutir temas personales.
- C) Generar comunidad e interacción con el público.
- D) Repetir mensajes sin estrategia.

**Respuesta correcta: C**

17. ¿Qué tipo de contenido suele generar mayor interacción en redes?

- A) Textos extensos y sin imágenes.
- B) Publicaciones sin relación con la marca.
- C) Videos cortos, imágenes llamativas y llamados a la acción.
- D) Comunicados oficiales en PDF.

**Respuesta correcta: C**

18. ¿Qué es un "community manager"?

- A) El encargado de pagar facturas.
- B) Un experto en construcción de viviendas.
- C) La persona que gestiona redes sociales de una marca.
- D) Un auditor financiero.

**Respuesta correcta: C**

19. ¿Qué significa "engagement"?

- A) Cantidad de correos enviados.
- B) Nivel de interacción y compromiso del público con una marca.
- C) Número de productos en almacén.
- D) Presencia en medios de comunicación impresos.

**Respuesta correcta: B**

20. ¿Qué herramienta se usa para programar publicaciones en redes sociales?

- A) Google Chrome
- B) Excel
- C) Meta Business Suite
- D) Paint

**Respuesta correcta: C**

**Módulo III – SEO y SEM (básico)**

21. ¿Qué es lo primero que se debe hacer para mejorar el SEO de una página?

- A) Eliminar imágenes.
- B) Escribir contenido original con palabras clave relevantes.
- C) Desactivar comentarios.
- D) Cambiar el nombre de la empresa.

**Respuesta correcta: B**

22. Una campaña SEM implica:

- A) Invertir en publicidad para aparecer en buscadores.
- B) Redactar artículos académicos.
- C) Comprar equipos de sonido.
- D) Publicar en revistas impresas.

**Respuesta correcta: A**

23. ¿Qué motor de búsqueda es más utilizado para campañas SEM?

- A) Yahoo
- B) Bing
- C) Google
- D) DuckDuckGo

**Respuesta correcta: C**

24. ¿Cuál de estos elementos afecta negativamente el SEO?

- A) Enlaces internos organizados.
- B) Contenido duplicado.
- C) Títulos relevantes y jerarquía clara.
- D) Uso adecuado de palabras clave.

**Respuesta correcta: B**

25. ¿Por qué es importante el posicionamiento web?

- A) Mejora la calidad del producto.
- B) Aumenta el tráfico orgánico y la visibilidad.
- C) Disminuye el sueldo del personal.
- D) Evita el uso de redes sociales.

**Respuesta correcta: B**

**Módulo IV – Experiencia de Usuario (UX)**

26. ¿Qué busca la experiencia de usuario (UX)?

- A) Que el sitio web sea fácil, útil y agradable para el usuario.
- B) Que tenga muchas ventanas emergentes.
- C) Que incluya textos extensos sin navegación.
- D) Que funcione solo en computadoras antiguas.

**Respuesta correcta: A**

27. Un sitio web mal diseñado puede:

- A) Aumentar el tiempo de permanencia.
- B) Confundir al usuario y reducir conversiones.
- C) Disminuir el tráfico global.
- D) Mejorar su posicionamiento sin esfuerzo.

**Respuesta correcta: B**

28. ¿Qué es un “call to action” (CTA)?

- A) Un botón o frase que invita al usuario a realizar una acción.
- B) Una red de telecomunicaciones.
- C) Un código de error web.
- D) Un sistema de seguridad digital.

**Respuesta correcta: A**

29. ¿Cuál de estos factores mejora la usabilidad web?

- A) Textos sin estructura.
- B) Formularios innecesarios.
- C) Navegación clara y tiempos de carga rápidos.
- D) Fondos oscuros con letras pequeñas.

**Respuesta correcta: C**

30. ¿Qué herramienta puede usarse para crear prototipos de una web?

- A) Figma
- B) VLC Media Player
- C) Notepad
- D) Audacity

**Respuesta correcta: A**

## Módulo V – Analítica Web y Toma de Decisiones

31. ¿Qué es una métrica digital?

- A) El precio del producto.
- B) Un dato que mide el desempeño de una acción online.
- C) Un archivo de imagen.
- D) Una dirección postal.

**Respuesta correcta: B**

32. ¿Qué significa una tasa de rebote alta?

- A) Que los usuarios completan el formulario.
- B) Que los usuarios interactúan mucho.
- C) Que los usuarios abandonan rápidamente el sitio.
- D) Que se vendieron todos los productos.

**Respuesta correcta: C**

33. ¿Qué dato se puede obtener de Google Analytics?

- A) Cuánto ganan los empleados.
- B) Qué productos están en oferta.
- C) Desde qué países visitan el sitio web.
- D) Quién diseñó la página web.

**Respuesta correcta: C**

34. ¿Para qué sirve un panel de control (dashboard)?

- A) Para limpiar el historial del navegador.
- B) Para ver indicadores clave y tomar decisiones.
- C) Para cerrar el sitio web.
- D) Para generar música.

**Respuesta correcta: B**

35. Si una campaña no tiene buenos resultados, lo correcto es:

- A) Repetirla sin cambios.
- B) Ignorar las métricas.
- C) Analizar los datos y ajustar la estrategia.
- D) Detener toda actividad digital.

**Respuesta correcta: C**

**Preguntas integradoras**

36. ¿Qué combinación de acciones representa una estrategia digital básica pero efectiva?

- A) Crear una página web, publicar contenido útil y analizar resultados.
- B) Enviar cadenas de WhatsApp.
- C) Repartir volantes sin información.
- D) Hacer encuestas sin publicar contenido.

**Respuesta correcta: A**

37. ¿Qué se entiende por contenido relevante?

- A) Aquello que entretiene sin sentido.
- B) Información que responde a intereses reales de la audiencia.
- C) Noticias irrelevantes.
- D) Mensajes contradictorios.

**Respuesta correcta: B**

38. ¿Qué tipo de publicidad digital es común en YouTube?

- A) Comerciales en radio.
- B) Anuncios en video antes de reproducir el contenido.
- C) Publicidad en vallas físicas.
- D) Mensajes de texto masivos.

**Respuesta correcta: B**

39. Un ejemplo de acción con enfoque en el cliente sería:

- A) Hablar solo de la empresa.
- B) Contestar rápido y con empatía en redes sociales.
- C) Usar lenguaje técnico para todo público.
- D) Publicar sin revisar comentarios.

**Respuesta correcta: B**

40. ¿Qué es lo más importante al diseñar una estrategia digital?

- A) Usar todos los colores posibles.
- B) Contratar diseñadores caros.
- C) Definir objetivos claros y conocer a la audiencia.
- D) Seguir lo que hacen todas las marcas.

**Respuesta correcta: C**

## Bibliografía Recomendada – Marketing Digital y Redes Sociales

1. ***Marketing Digital* – Ryan Deiss y Russ Henneberry**

   - Contenido relevante: Fundamentos de marketing digital, embudos, Inbound, SEO, email marketing, redes sociales.
   - Enlace (Google Books): https://books.google.com/books?id=rfk6EAAAQBAJ
   - Motivo de inclusión: Obra introductoria, práctica y actualizada. Ideal para comprender el marco general del marketing digital.

2. ***La guía del Community Manager* – Eva Sanagustín**

   - Contenido relevante: Gestión de redes sociales, planificación de contenidos, engagement, calendario editorial.
   - Enlace (versión PDF gratuita – autor/autora): https://www.evasanagustin.com/blog/libros/
   - Motivo de inclusión: Manual ampliamente difundido en el mundo hispanohablante, orientado a la práctica profesional.

3. ***SEO 2024: Aprende posicionamiento web desde cero* – Fernando Maciá**

   - Contenido relevante: Posicionamiento orgánico, motores de búsqueda, optimización técnica y de contenido.
   - Enlace (Amazon Kindle o resumen): https://www.amazon.es/SEO-2024-posicionamiento-desde-cero-ebook/dp/B0BPG7K2GZ
   - Alternativa gratuita (resumen del autor): https://www.humanlevel.com/articulos/seo
   - Motivo de inclusión: Cubre de forma actualizada las mejores prácticas en SEO desde una perspectiva aplicada.

4. ***UX Design para principiantes* – David Travis y Philip Hodgson**

   - Contenido relevante: Experiencia de usuario, diseño centrado en el usuario, prototipado, pruebas de usabilidad.

- Versión gratuita resumida (UXPin): https://www.uxpin.com/studio/ebooks/
- Versión pagada (Amazon): https://www.amazon.com/Think-Users-Introduction-Design-Principles/dp/0996715311
- Motivo de inclusión: Aporta bases sólidas de UX que son clave para entender la interacción digital con el usuario.

**5. *Google Analytics para Principiantes* – Google Skillshop**

- Contenido relevante: Analítica web, métricas clave, interpretación de datos, toma de decisiones basada en datos.
- Curso gratuito (oficial): https://skillshop.withgoogle.com/
- Manual alternativo en español (PDF): https://marketing4ecommerce.net/manual-google-analytics/
- Motivo de inclusión: Fuente oficial, directa y útil para desarrollar capacidades en analítica digital.

**6.Recomendaciones adicionales opcionales:**

- Curso gratuito de Marketing Digital – Google Actívate: https://learndigital.withgoogle.com/activate
- Biblioteca Digital de la UNAM (acceso público): https://ru.dgb.unam.mx/
- YouTube Channel: Neil Patel en español (SEO y marketing): https://www.youtube.com/@NeilPatel_es