



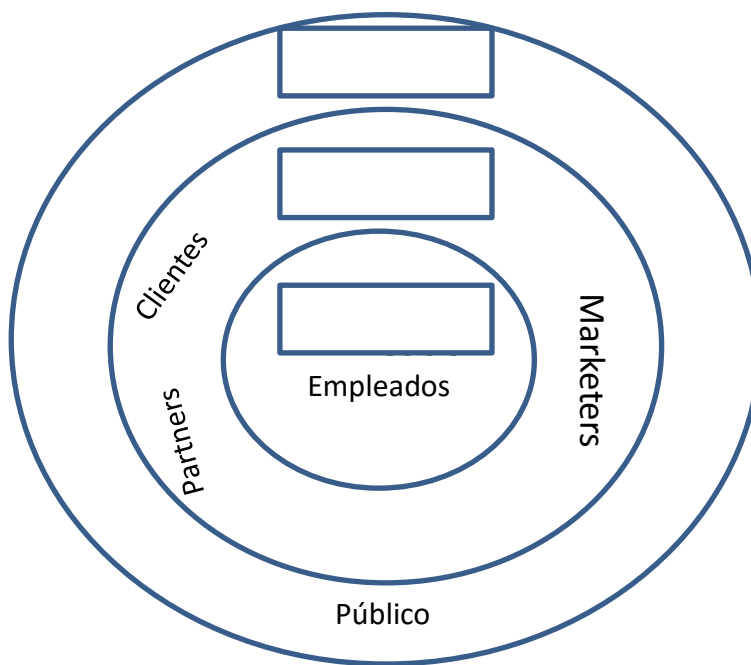
ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS
EXAMEN DE MEJORAMIENTO.
GESTIÓN DE NEGOCIOS ELECTRÓNICOS

Nombre : _____ Paralelo : ___ Fila 1

"Como estudiante de la FEN me comprometo a combatir la mediocridad y actuar con honestidad, por eso no copio ni deajo copiar".

Firma de Compromiso del Estudiante

1. Coloque dentro del recuadro que corresponde la palabra Extranet, Intranet o Internet acorde al ámbito que cubre cada uno: /4



2. RESPONDA VERDADERO O FALSO: /60

1. La www que ponemos antes de un dominio significa <u>w</u> ise any <u>w</u> here <u>w</u> eb.	
2. El enfoque de la web 1.0 es el comercio. Aquí los usuarios sólo buscan y consumen la información.	
3. Uno de los problemas de la web actual es la ambigüedad en las búsquedas, cuando busco "banco" una máquina en un lado entenderá institución financiera y otra entenderá banco para sentarse o banco de arena	

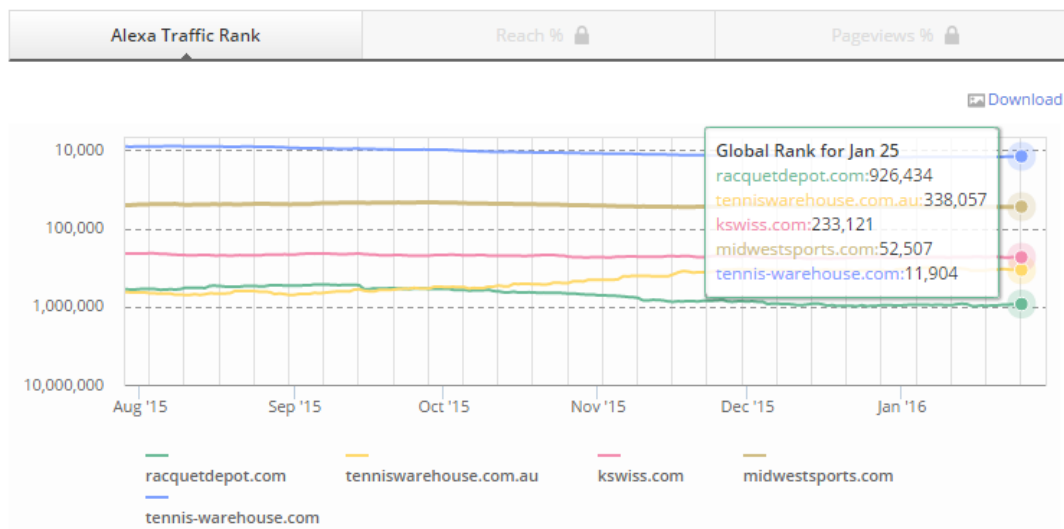
4. E-Business es gestionar los procesos y operativas de negocio, de modo parcial o total, sobre una infraestructura digital	
5. El Erp es un modelo de gestión de toda la organización, basada en la <u>satisfacción del cliente</u> . Permite administrar las relaciones con los clientes que impulsan la productividad de ventas y la eficacia del marketing.	
6. Se le da el nombre de Bricks and Clics a aquellos negocios que además de tener un negocio online cuentan con tiendas físicas.	
7. Los corredores de transacciones, proveedor de comunidad y proveedor de contenido son algunos de los modelos de negocio del B2B	
8. Dentro del esquema de generar ganancias los sitios web pueden cobrar por publicidad, por suscripción, por referidos, entre otros.	
9. El SSL es un protocolo de seguridad que garantiza que la información viaja encriptada para evitar los robos de información.	
10. Las palabras claves negativas se utilizan para excluir búsquedas que no se relacionan con mis productos o servicios. Si vendo cupcakes y pasteles una buena palabra clave negativa sería: receta, video, tutorial	
11. El sitio web de Alexa me permite revisar de otros sitios web cuál es su porcentaje de rebote, el tiempo de navegación en el sitio y cuántas páginas son vistas en promedio por visita.	
12. Un buen posicionamiento lleva tráfico de calidad al sitio web	
13. El porcentaje de rebotes no es una estadística clave que debe ser monitoreada.	
14. Un sitio web de tipo e-Branding es aquel que muestra el contenido de los productos que vendo e incentiva para que el cliente vaya a la tienda física a comprar	
15. El nombre del dominio puede ser cualquiera que me guste, no hay ningún tipo de recomendación sobre el mismo, sólo debe ser un nombre creativo	
16. El URL es la dirección que identifica únicamente a la página principal del sitio web.	
17. Es posible conocer quién ha comprado un dominio y hasta cuándo el mismo se encuentra vigente	
18. Dentro de los factores técnicos que influyen en el posicionamiento orgánico en buscadores (SEO), están la definición de palabras claves en títulos, descripción y cuerpo de las páginas, la velocidad de carga del sitio web y una buena arquitectura del sitio web.	
19. El modo de pago de anuncios tipo CPC (Costo por clic) se utiliza cuando el objetivo de la campaña es hacer branding (posicionamiento de marca).	
20. El embudo de conversión hace referencia a que, de todos los clientes que ingresan a un sitio web, los clientes van saliendo del sitio web en diferentes partes, de manera que al final son pocos los clientes que convierten.	

3. CASO PRACTICO /24

Usted desea poner una tienda online especializada en tenis, donde venderá raquetas, ropa, zapatos, equipos y accesorios de este deporte. El segmento de clientes al cual se desea enfocar es a hombres y mujeres entre 15 y 60 años, de un sector socioeconómico medio, medio alto que practiquen tenis y les guste estar bien equipados al momento de jugar tenis.

Por este motivo ha buscado referencias internacionales de sitios que están en su misma línea de negocio para poder hacer un análisis benchmarking del negocio.

- a) Del gráfico comparativo que ha realizado en Alexa, indique cuáles serán los 2 sitios web que utilizará en el benchmarking por tener mejor ranking. /4



- b) Elija los dominios que buscaría comprar para su tienda online e indique en qué sitios web revisaría para ver si está(n) disponibles. /4
- c) Defina 6 palabras claves para su negocio /6
- d) Defina 2 palabras claves negativas / 2
- e) Elabore el anuncio de texto que tendría para su campaña de pago por clic en Adwords (Título: 2 líneas de 30 caracteres, descripción: 80 caracteres, Url destino, Url Visible). /8

4. Realice los cálculos correspondientes (/12):

De las 12,000 visitas promedio mensuales que ingresan a una tienda online, se concretan 240 ventas al mes. De acuerdo a esta información determine:

- a) ¿Cuál es la tasa de conversión de la tienda online?

- b) Si mi ticket promedio de venta es de \$60, ¿cuál es el valor en dólares promedio que se realiza al mes?

- c) Si deseo alcanzar \$36,000 de ventas por mes, ¿cuántas visitas debo lograr tener?

- d) Considerando que el 30% del tráfico viene por su campaña de E-mail marketing y el CTR de los mails es de 1.2%. Calcule la cantidad de e-mails que debe enviar para lograr el tráfico objetivo.