

E-Marketing
Examen Parcial I
Página 1/5

| | | |
|---|--------------------------|---|
| <p>"Como estudiante de ESPOL me comprometo a combatir la mediocridad y a actuar con honestidad; por eso no copio ni dejo copiar"</p> <p>-----</p> <p>Firma de compromiso del estudiante</p> | <p>--- 30</p> | <p>-----</p> <p>Firma de aceptación de Nota</p> |
|---|--------------------------|---|

Estudiante: ----- Junio 27 del 2016

Docente: Mg. Xavier Veloz.

Instrucciones Generales

- Terminantemente prohibido cualquier intento de fraude antes, durante y después del examen.
- NO firme la aceptación, a menos que esté conforme con la nota.
- VERIFIQUE LA ORTOGRAFÍA Y TENER EN CUENTA LA CALIGRAFÍA, 3 faltas ortográficas en un mismo literal, anulan dicho literal.
- El texto que no se comprenda, será considerado como incorrecto.
- Incluya sus nombres completos dentro del examen físico.
- Leer todos los temas adecuadamente y luego responder.
- El Docente se reserva el derecho a responder cualquier pregunta.
- No se permite el uso de ningún dispositivo ajeno al desarrollo del examen, sea de comunicación, entretenimiento, y/o distracción.
- Debe contar sólo con los elementos necesarios para desarrollar el examen.
- Complete con bolígrafo de tinta color negro, o azul, evite otros colores y/o lápiz, a menos que el docente indique lo contrario.
- Cualquier elemento que necesite, debe consultar al docente previo a su uso.
- Por cualquier otra duda, consulte al docente, jamás a uno de sus compañeros.
- La Evaluación tiene un puntaje total de 30, cuenta con 3 temas y cada tema se indica el puntaje asignado.

Tema 1: Calcular lo solicitado (10 puntos)

La empresa QT, lo ha contratado a usted para realizar la campaña de marketing. Dentro de los requerimientos de QT, es que contrate un banner y/o promocionar un video dentro de uno de los sitios especializados en el área de los productos y servicios que QT desea promover.

El sitio y el canal especializado les pertenecen a la empresa MP y para el cálculo del CTR toma como referencia semanas de 7 días, mes de 28 días o 4 semanas. Con este antecedente, MP tienen un promedio de su página principal es 1×10^7 (diez millones) de impresiones en su sitio web y 1×10^8 (cien millones) de visualizaciones para los 4 videos top, relacionado a la temática en su canal display.

E-Marketing
Examen Parcial I
Página 2/5

Google considera aceptable un CTR de 0.10% para Google Display, y 1.00% para red de Búsqueda Orgánica.

| Formato Integrado | Dimensiones | Pesos | Periodo | clics sitio (*) | CTR banners |
|-------------------|-------------|-------|---------|-----------------|-------------|
| Banner | 468x60 px | 30 Kb | semanal | 50327 | |
| Half Banner | 234x60 px | 30 Kb | diario | 5571 | |
| Half Banner | 234x90 px | 30 Kb | semanal | 25277 | |
| Megabanner | 728x120 px | 30 Kb | diario | 9869 | |

(*) Esta columna representa el promedio de clics, sin tomar en cuenta la dimensión de los banners.

| Publicidad Video | Duración | Peso Máximo | Periodo | clics vídeo (**) | CTR display |
|------------------|----------|-------------|---------|------------------|-------------|
| Vídeo A | 15 seg | 3 Mb | semanal | 6511 | |
| Vídeo B | 18 seg | 5 Mb | diario | 629 | |
| Vídeo C | 20 seg | 15 Mb | diario | 776 | |
| Vídeo D | 25 seg | 30 Mb | semanal | 3194 | |

(**) Esta columna representa el promedio de clics, sin tomar en cuenta el tiempo de los videos.

Se califica:

- Calcular el CTR de cada banner, llenar la columna CTR Banner (2 puntos).
- Calcular el CTR de cada vídeo, llenar la columna CTR Display (2 puntos).
- De acuerdo a los estándares de google, ¿Usted considera que QT debería publicar su banner en sitio web si quiere direccionar contactos para posterior venta de productos y/o servicios?. Justifique su respuesta (1 punto).
- De acuerdo a los estándares de google, ¿Usted considera que QT debería publicar su vídeo publicitario en la red display, si quiere direccionar contactos para posterior venta de productos y/o servicios?. Justifique su respuesta (1 punto).
- Cual es la combinación más conveniente para QT decidiera por sólo una estrategia, teniendo en cuenta la siguiente tabla. (1 punto).

| Estrategia | Sitio (banner) o Canal Display (vídeo) | CPM o CPC | CTR (Alto o Bajo) |
|-------------------|--|-----------|-------------------|
| Reforzar la marca | | | |
| Comercializar | | | |

E-Marketing
Examen Parcial I
 Página 3/5

- f. Determine el vídeo más conveniente para reforzar la marca QT (1 punto).
- g. Determine el banner más conveniente para vender un producto y/o servicio de QT (1 punto).
- h. Si la empresa MP, cambia sus políticas de contratación de publicidad a CPM, le conviene contratar a QT para la venta de un producto y/o servicio en canal display por llegar a 10 veces más de usuarios que si contratara un banner? Justifique su respuesta. (1 punto)

Tema 2: (10 puntos) Basado en el proyecto.

La empresa QT define como estrategia, el fortalecimiento de la marca a través de las redes sociales con lo que quiere ganar seguidores, y solicita a su agencia el desarrollo de una propuesta cuantificando las tácticas, los costos de adquisición de nuevos potenciales clientes.

Con un costo promedio la hora de \$3,15. Tenga presente la siguiente tabla para la presentación de su propuesta:

| Táctica | Objetivo | Tiempo | | | Seguidores | Costo | Costo Uno Nuevo |
|------------------------|---------------------------------------|----------|-------|---------|------------|-------|-----------------|
| | | Imágenes | Vídeo | Ajustes | | | |
| Haciendo uso de la RS1 | Incrementar 10% de nuevos seguidores | 2 | 3 | 3 | 1910 | | |
| Haciendo uso de la RS2 | Incrementar 15% de nuevos seguidores | 4 | 3 | 2 | 1769 | | |
| Haciendo uso de la RS3 | Incrementar 100% de nuevos seguidores | 2 | 2 | 2 | 979 | | |
| Haciendo uso de la RS4 | Incrementar 35% de nuevos seguidores | 1 | 2 | 3 | 470 | | |
| Haciendo uso de la RS5 | Incrementar 1% de nuevos seguidores | 4 | 6 | 3 | 1547 | | |
| | | | | Totales | | | |

Calcular.

- a. El costo de cada táctica (2 puntos).
- b. El costo de adquisición de un nuevo seguidor por cada táctica (2 puntos).

E-Marketing
Examen Parcial I
 Página 4/5

- c. Total de costos estimados, total de seguidores estimados y promedio de costo de un nuevo seguidor entre todas las tácticas (1 puntos).
- d. Si QT decide limitar a \$100,00 su inversión para la campaña, determine cuáles serían las tácticas a implementar (2 puntos): _____

Teniendo en cuenta las tácticas seleccionadas calcule a, b y c con la siguiente tabla de resultados alcanzados, al finalizar el plan.

| Táctica | Objetivo | Tiempo | | | Seguidores | Costo | Costo Uno Nuevo |
|------------------------|---------------------------------------|----------|-------|---------|------------|-------|-----------------|
| | | Imágenes | Vídeo | Ajustes | | | |
| Haciendo uso de la RS1 | Incrementar 10% de nuevos seguidores | 2 | 3 | 3 | 663 | | |
| Haciendo uso de la RS2 | Incrementar 15% de nuevos seguidores | 4 | 3 | 2 | 1065 | | |
| Haciendo uso de la RS3 | Incrementar 100% de nuevos seguidores | 2 | 2 | 2 | 224 | | |
| Haciendo uso de la RS4 | Incrementar 35% de nuevos seguidores | 1 | 2 | 3 | 2961 | | |
| Haciendo uso de la RS5 | Incrementar 1% de nuevos seguidores | 4 | 6 | 3 | 1118 | | |
| | | | | Totales | | | |

- e. El costo de cada táctica (1 puntos).
- f. El costo de adquisición de un nuevo seguidor por cada táctica (1 puntos).
- g. Total de costos estimados, total de seguidores estimados y promedio de costo de un nuevo seguidor entre todas las tácticas (1 puntos).

Tema 3: (10 puntos)

Conteste de acuerdo a lo que cada enunciado le solicita, marque las necesarias.

- a. La táctica de publicación más recomendada para un producto que se quiere comercializar (Vender), debería ser por:
 - i. CPM
 - ii. CPC
 - iii. CPA
 - iv. CPL

E-Marketing
Examen Parcial I
Página 5/5

- b. La táctica de publicación más recomendada para reforzar la presencia de una marca, debería ser por:**
- i. CPM
 - ii. CPC
 - iii. CPA
 - iv. CPL
- c. La táctica de publicación más recomendada para un candidato, debería ser por:**
- i. CPM
 - ii. CPC
 - iii. CPA
 - iv. CPL.
- d. La táctica de publicación más recomendada para aumentar tráfico en una página o sitio web, debería ser por:**
- i. CPM
 - ii. CPC
 - iii. CPA
 - iv. CPL
- e. Entre las funciones que no están a cargo del DirCom:**
- i. Comunicación Tecnológica.
 - ii. Comunicación Mercadológica.
 - iii. Comunicación Institucional.
 - iv. Comunicación Organizacional.