



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

Nombre : _____ Fecha: 29 Junio 2016 **Fila: 1**

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

Firma de Compromiso del Estudiante

INFORMACIÓN IMPORTANTE (Leer lo siguiente) :

- Piense bien antes de contestar, **no se aceptan tachones ni rectificaciones en las respuestas, de existir, se anulará la respuesta.**
- Obligatoriamente las respuestas deben ser marcadas con pluma.

Encierre en un círculo sólo la respuesta correcta:

1. La red previa internet se llamó: (/5)
 - a) MILINET
 - b) ARPANET
 - c) ARPA
 - d) Ninguna de las anteriores
2. La Web 3.0 es llamada: (/5)
 - a) Web Social
 - b) Web Semántica
 - c) Web Inteligente
 - d) Ninguna de las anteriores
3. El SCM (Supply Chain Management) es: (/5)
 - a) Un sistemas de gestión de información que automatiza el negocio asociado con los aspectos operativos o productivos de una empresa tales como la producción, logística, distribución, inventario, envíos, facturas, contabilidad , presupuesto y recursos humanos.
 - b) Un modelo de gestión de toda la organización, basada en la satisfacción del cliente. Permite administrar las relaciones con los clientes que impulsan la productividad de ventas y la eficacia del marketing.
 - c) Tiene el fin de transferir el conocimiento desde el lugar dónde se genera hasta el lugar en dónde se va a emplear e implica el desarrollo de las competencias necesarias al interior de las organizaciones para compartirlo y utilizarlo entre sus miembros.
 - d) Ninguna de las anteriores

4. El BI (Business Intelligence) es: (/5)
- a. Son transacciones comerciales a través de Internet que se realizan entre la empresa y el consumidor final.
 - b. Modelo de gestión de toda la organización, basada en la satisfacción del cliente.
 - c. Es la habilidad para transformar los datos en información, de forma que se pueda optimizar el proceso de toma de decisiones en los negocios.
 - d. Consiste en la distribución, venta, compra, marketing y suministro de información de productos o servicios a través de Internet.
 - e. Ninguno de los anteriores.

5. Seleccione cuál es el término aplicado al siguiente concepto: (/5)

Es una estrategia de negocio diseñada para involucrar al cliente en una conversación de colaboración. Esta estrategia te permite conocer mejor a tus clientes, a partir de la información que ellos mismos comparten en las redes sociales, con el fin de poder realizar acciones muy personalizadas con ellos.

- a) B2C
- b) SCM
- c) KM
- d) CRM social o SCRMM
- e) C2C
- f) Ninguna de las anteriores

6. Encierre en un círculo cuáles de las siguientes opciones son modelos de negocio de comercio electrónico y ponga a lado de la opción seleccionada un ejemplo donde aplique el modelo: (/10)

- | | |
|--------------|--------------|
| a) B2B _____ | b) C2Q _____ |
| c) M2C _____ | d) B2E _____ |
| e) C2C _____ | f) BI _____ |
| g) B2C _____ | h) B2G _____ |
| i) ERP _____ | j) C2M _____ |
| k) C2G _____ | l) T2B _____ |

7. Los distintos modelos de negocio online para webs de empresas que responden al “para qué” de la estrategia digital del sitio web son: (/5)
- a) Web corporativa, e-commerce, e-branding, e-market
 - b) E-branding, e-promotion, e-commerce, e-corporation
 - c) Web corporativa, e-branding, e-promotion, e-commerce
 - d) Ninguna de las anteriores

8. Contesta si es verdadero o falso las siguientes afirmaciones: (/50)

1. Un buen posicionamiento lleva tráfico de calidad al sitio web	
2. Un buen sitio web de E-Commerce debe lograr convertir el tráfico que llega en cliente.	
3. El benchmarking es aprender de la competencia comparándose con ella	
4. La Web 2.0 es donde se busca desarrollar el Internet de las cosas.	
5. El bounce rate es el ratio que muestra que un visitante ha ingresado al sitio web y ha navegado dentro del mismo.	
6. El sitio web de Alexa me permite ver las principales palabras claves por las que han ingresado los visitantes a un sitio web y qué sitios han visitado antes de visitar dicho sitio web.	
7. El nombre del dominio puede ser cualquier nombre, no hay ninguna recomendación con respecto a los nombres de dominio, por lo que puede tener guiones u otros caracteres.	
8. El URL es la dirección que identifica a la página web exacta en la cual uno se encuentra.	
9. Si un dominio no está disponible, no hay manera de saber quién lo ha comprado ni dónde se lo ubica.	
10. Lo más importantes a considerar para seleccionar a la empresa desarrolladora del sitio web es que sepa hacer animaciones en el sitio web.	
11. En los modelos de negocio de B2C algunas formas de ingresos son: publicidad, comisión por transacción ejecutada y cuota de suscripción.	
12. Despegar.com es un sitio web B2C cuyo modelo de negocio es ser un Corredor de Transacciones	
13. Alibaba es un sitio Web de tipo B2C	
14. Una intranet es una red privada que utiliza los protocolos de internet para compartir de forma segura parte de la información u operación propia de una organización con proveedores, compradores, socios y clientes.	
15. Las siglas CRM quieren decir Consumer Relationship Method.	
16. En Alexa es posible conocer cuáles son los sitios webs más visitados por país o por categoría	
17. La página principal del sitio web equivale al escaparate de una tienda física, por lo que lo que se presenta en ella invitará o no al cliente a que ingrese a la tienda y navegue por ella.	
18. Los factores más importantes al momento de comprar online de acuerdo a America Economía son los descuentos y el servicio post-venta.	
19. Proveedor de comunidad es uno de los modelos de negocio B2C	
20. SSL es un protocolo de seguridad que codifica la información que se ingresa el usuario dentro del sitio web. Cuando se está en una página que utiliza este de seguridad, la dirección del sitio web cambia de http:// a https://	

9. Seleccione cuál(es) de las siguientes afirmaciones son/es recomendación(es) para buenas prácticas de usabilidad: (/10)
- a. Jerarquizar los contenidos
 - b. Navegación clara
 - c. Breadcrumb
 - d. Descarga rápida
 - e. Consistencia en Diseño
 - f. Familiaridad de uso (logo a la izquierda o al centro y al dar clic va a la página principal, buscador siempre visible y en la parte superior, Ingreso a cuenta siempre visible)
 - g. Agrupar los contenidos
 - h. Todas las anteriores
 - i. Ninguna de las anteriores