



Grado en Marketing y Comunicación Comercial

Nombre: _____

Apellidos: _____

Fecha: _____

Titulación: _____

- 1) **Imagina que trabajas en Volkswagen y te nombran Responsable de Marketing de un nuevo modelo del Volkswagen e-Up! (versión eléctrica del VW Up!) para España y estás pensando en la campaña de comunicación y de marketing para el año que viene. ¿Cuál de las siguientes acciones llevarías a cabo en primer lugar?**
 - a) Convencer a todos mis amigos y familiares para que se compren uno
 - b) Hacer una campaña de publicidad impresionante
 - c) Desarrollar un nuevo modelo de motor eléctrico mejorado
 - d) Encargar una investigación para averiguar cuál es mi competencia, por qué se compra este tipo de coches, quién se lo compra, cuáles son sus hábitos, gustos y motivaciones, etc.

- 2) **Crear contenido de marca en un preciso instante aprovechando una noticia o un evento es la clave de la tendencia en marketing llamada:**
 - a) Real Time Marketing
 - b) Branded Content
 - c) Publicidad programática
 - d) Inbound Marketing

- 3) **¿A qué hace referencia el término “landing page” en marketing online?**
 - a) Web a la que llega un usuario después de hacer clic en un banner en otra web
 - b) La web corporativa de una marca comercial
 - c) Primer resultado de la búsqueda en Google
 - d) El primer banner en el que el usuario hace clic al entrar en Internet

- 4) **¿A qué hace referencia una “marca blanca”?**
 - a) Es una línea de productos más baratos y de baja calidad que produce y comercializa una marca comercial
 - b) Es una línea de productos genéricos de un fabricante y es más económica que las marcas de primera línea
 - c) Es una línea de productos que no tiene pérdidas de cuota de mercado
 - d) Es una línea de productos que se comercializan en la categoría de detergentes

- 5) **¿Cuál sería el primer paso para construir una marca comercial?**
- a) Conocer nuestra competencia y consumidores
 - b) Establecer el posicionamiento y arquetipo de marca en función de los objetivos
 - c) Fijar una estrategia para generar valor de marca
 - d) Establecer las aplicaciones visuales en las que aparecerá la marca
- 6) **Ofrecer incentivos con el objetivo de incrementar las ventas a corto plazo, se denomina:**
- a) Marketing directo
 - b) Patrocinio
 - c) Venta personal
 - d) Publicidad en el Lugar de Venta
- 7) **Indica cuál de los siguiente formatos publicitarios es propio de la publicidad digital.**
- a) Intersitial
 - b) Flash o ráfaga
 - c) Mupi
 - d) Flyer
- 8) **¿Cuál de estas herramientas no es considerada de marketing directo?**
- a) El mailing
 - b) El merchandising
 - c) El buzoneo
 - d) El telemarketing
- 9) **Se denomina Marketing viral a...**
- a) Aquellas técnicas de marketing no intrusivas que consiguen que el consumidor se sienta atraído por la marca
 - b) Aquellas técnicas de marketing que intentan establecer y mantener relaciones duraderas y rentables con los consumidores
 - c) Aquellas técnicas de marketing que consiguen que una acción se propague en muy poco tiempo
 - d) Aquellas técnicas de marketing que tratan de establecer conexiones entre las marcas y los consumidores a través de la experiencias y emociones
- 10) **¿Qué variable de marketing permite que los productos ofertados estén a disposición de los consumidores en las cantidades, lugares y momentos precisos?**
- a) Precio
 - b) Logística
 - c) Distribución
 - d) Producto