



CUADERNO DE EVALUACIÓN

**MARKETING APLICADO A LA GESTIÓN DE
EVENTOS**

EXAMEN DEL TEMA 1

1. ¿Qué factores inciden de forma directa en el éxito o fracaso de la participación en una feria?:

- a) El mercado, los productos y la competencia
- b) Los compradores y los prescriptores de opinión
- c) Los usuarios y la incidencia
- d) Todas las respuestas anteriores son correctas

2. En España, durante el año 2013, de la inversión total en el mercado publicitario, las técnicas de marketing promocional representan:

- a) El 56,3%
- b) El 58,3%
- c) El 59,3%

3. Indica si es verdadero o falso el siguiente enunciado:

“Como ya señalaba Bassat a finales de la década de los 80: la promoción es demasiado importante como para ignorarla, demasiado popular para evitarla y demasiado rentable para postergarla”.

- a) Verdadero
- b) Falso

4. El Marketing directo se dirige al consumidor como:

- a) Como masa
- b) Como individuo
- c) Como persona

5. Completa el espacio en blanco del siguiente enunciado:

“El _____ estudia, principalmente, la elección de marca, la incidencia de compra y la cantidad comprada.”

- a) Análisis al comprador
- b) Análisis de la elasticidad de marca

6. ¿Cuáles son los procedimientos más habituales para medir, explicar y predecir la eficacia de una promoción?:

- a) Los métodos subjetivos
- b) Los métodos asociados a la investigación de mercados
- c) Los métodos de análisis causal
- d) Todas las respuestas anteriores son correctas

7. ¿En qué consiste el envase con bonificación o Bonus-pack?:

- a) Consiste en ofrecer más producto por el mismo precio, haciendo un envase más grande o con muestras
- b) Consiste en ofrecer más producto por menos precio, haciendo un envase más grande o con muestras
- c) Consiste en ofrecer más producto por el mismo precio, haciendo un regalo del mismo producto o similar

8. Sirve para motivar y recompensar a los miembros de la fuerza de ventas de mejor rendimiento, que como recompensa, recibirán premios como dinero, viajes u otros regalos, ¿a qué nos referimos?:

- a) Distinciones honoríficas
- b) Los concursos de vendedores
- c) Al sistema de reconocimiento por cuota de objetivos

9. ¿Cuándo aparecen las Exposiciones Universales?:

- a) En el siglo XVII
- b) En el siglo XVIII
- c) En el siglo XIX

10. En cuanto a los recintos feriales, los más importantes en España son:

- a) Madrid, Barcelona y Valencia
- b) Madrid, Barcelona y Sevilla
- c) Madrid, Barcelona y Santander

EXAMEN DEL TEMA 2

1. Indica si es verdadero o falso el siguiente enunciado:

“De acuerdo al Digital Marketing Institute, el Marketing Digital es el uso de los canales digitales para promover o comercializar productos y servicios a los consumidores y las empresas.”

- a) Verdadero
- b) Falso

2. ¿Cuál de las siguientes técnicas, no es una técnica del Marketing Digital?:

- a) Analítica Web
- b) Redes Sociales
- c) Email Marketing
- d) E-Publicity

3. ¿Qué nos permite hacer la comunicación 2.0. en la organización de eventos?: (Respuesta múltiple)

- a) Nos permite dar a conocer con anticipación el evento
- b) Puede disminuir el número de asistentes presenciales al evento
- c) Nos permite aumentar el grado de exposición de la empresa, entidad o evento
- d) No podemos obtener un retorno de la inversión realizada

4. ¿Para qué se recomienda un blog exclusivo?:

- a) Para eventos muy relevantes, con poco volumen de participantes
- b) Para eventos poco relevantes, con poco volumen de participantes
- c) Para eventos muy relevantes, con gran volumen de participantes

5. ¿Qué plataforma de blog es más difícil pero a la vez más profesional?:

- a) Blogger
- b) Wordpress

6. ¿Qué finalidad tienen los vídeos pre-eventos?:

- a) Captar personas interesadas para que asistan presencialmente al evento
- b) Captar personas interesadas para que asistan presencialmente al evento y puedan seguirnos online
- c) Captar personas interesadas para que puedan seguirnos online

7. Completa el espacio en blanco del siguiente enunciado:

“El _____ consiste en la distribución de archivos de audio o de vídeo en directo mediante Internet o las redes sociales. El usuario puede consumir el producto al tiempo que se va descargando.”

- a) Slideshare o Issuu
- b) Streaming

8. ¿Cuántas fases tiene la planificación de un evento 2.0.?

- a) 4 fases
- b) 5 fases
- c) 6 fases

9. ¿Qué debemos hacer el día del evento?:

- a) Participar en las redes sociales seleccionadas
- b) Ofrecer información relevante
- c) Controlar los mensajes propios y de terceros
- d) Todas las respuestas anteriores son correctas

10. ¿En qué fase de la planificación del evento, debemos crear y planificar una agenda de comunicaciones?:

- a) En la fase de gestión y planificación estratégica
- b) En la fase de promoción y participación
- c) En la fase de celebración del evento
- d) En la fase de finalización del evento

