



SOLUCIONARIO DE EVALUACIÓN

**MARKETING APLICADO A LA GESTIÓN DE
EVENTOS**

Prueba de Evaluación

CURSO MARKETING EN GESTIÓN DE EVENTOS

Nombre y Apellidos:	Firma:
DNI:	

Instrucciones: Cumplimente la prueba de evaluación, sin olvidar incluir sus datos personales y firma, a la finalización del curso. Señale la respuesta correcta rellenando o coloreando la casilla. ¡Suerte!

Ejemplo:

<input checked="" type="checkbox"/>	a	b	c	d
-------------------------------------	---	---	---	---

- | | | | |
|----------|----------|----------|----------|
| a | b | c | d |
| a | b | c | d |
| a | b | c | d |
| a | b | c | d |
| a | b | c | d |
| a | b | c | d |
| a | b | c | d |

- | | | | |
|----------|---|----------|----------|
| a | b | c | d |
| a | b | c | d |
| a | b | c | d |
| a | b | c | d |
| a | b | c | d |
| a | b | c | d |
| a | b | c | d |

- | | | | |
|----------|----------|---|----------|
| a | b | c | d |
| a | b | c | d |
| a | b | c | d |
| a | b | c | d |
| a | b | c | d |
| a | b | c | d |



1. ¿Qué factores indican 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 productos 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.

11. 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.

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

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

13. ¿Qué nos permite hacer la comunicación 2.0 en la organización de eventos?

- 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.

14. ¿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.

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

- a) Blogger.
- b) Wordpress.

16. ¿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.

17. 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 desargando.”

- a) Slideshare o Issuu.
- b) Streaming.

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

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

19. ¿Qué debemos hacer al 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.

20. ¿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.