

**CUERPO DE INGENIEROS
INDUSTRIALES DEL ESTADO**

**Preparación del Colegio Oficial
de Ingenieros Industriales (COIIM)**



TEST

G4 T10

1. ¿Cuál es una de las ventajas del marketing basado en datos (data driven)?

- A. Elimina totalmente los riesgos de campaña
- B. Permite ajustes en tiempo real
- C. Sustituye la creatividad humana
- D. Asegura siempre mayor presupuesto

2. ¿Qué elementos añade el modelo de 7P sobre las 4P?

- A. Personas, Procesos y Producto
- B. Personas, Procesos y Pruebas físicas
- C. Precio, Personas y Procesos
- D. Personas, Plaza y Pruebas físicas

3. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones podría ser cierta en otros tipos de marketing, pero NO lo es en marketing de servicios?

- A. El precio es siempre el factor decisivo
- B. El proceso no es relevante
- C. El elemento Pruebas físicas no aplica
- D. Las personas no intervienen nunca

4. ¿Cuál de los siguientes es un objetivo propio del marketing basado en datos (data?driven marketing)?

- A. Tomar decisiones basadas en suposiciones
- B. Reducir la segmentación de públicos
- C. Medir y ajustar campañas según KPIs
- D. Ignorar métricas

5. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones es incorrecta sobre la geolocalización en marketing?

- A. Se apoya en nuevas tecnologías e Internet de las Cosas (GPS, Wifi, Bluetooth)
- B. Solamente es relevante para grandes empresas con presencia internacional, que optimizan así sus activos
- C. Permite notificaciones push contextuales

D. Permite incrementar ventas con una aplicación adecuada

6. ¿Cuál NO es una práctica NO recomendable en marketing data?driven?

- A. Ignorar los KPI
- B. No ajustar las campañas
- C. No medir resultados
- D. Utilizar datos para segmentación

7. ¿A qué se refieren las denominadas 4C del Marketing?

- A. Cliente, Coste, Conveniencia, Comunicación
- B. Cliente, Creatividad, Canal, Comunicación
- C. Cliente, Coste, Conveniencia, Credibilidad
- D. Cliente, Canal, Coste, Comunicación

8. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones respecto al marketing industrial (B2B)es correcta?

- A. Se basa en emociones
- B. Usa canales estándar retail
- C. Involucra procesos de decisión largos y múltiples departamentos
- D. Precios siempre fijos

9. ¿Cuál de estas NO es una ventaja del CRM en marketing relacional?

- A. Mayor visibilidad del cliente
- B. Segmentación avanzada
- C. Baja complejidad y coste de implantación
- D. Decisiones más informadas

10. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones respecto al marketing digital es FALSA?

- A. Permite segmentación

- B. Garantiza ROI siempre
- C. Ofrece medición en tiempo real
- D. Tiene alcance global

11. ¿Cuál de los siguientes NO es un elemento clave en el modelo omnicanalidad?

- A. Integración completa
- B. Experiencia homogénea
- C. Visión 360°
- D. Reducción de puntos de contacto

12. Señala la opción correcta sobre IA en marketing industrial

- A. No se aplica
- B. La IA solo aplica para publicidad emocional
- C. Mejora lead scoring y personalización
- D. Sustituye equipos

13. ¿Cuál de los siguientes sistemas NO es un CRM?

- A. Salesforce
- B. HubSpot
- C. Tableau
- D. Zoho CRM

14. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones es cierta sobre el ciclo de compra en B2C?

- A. Es largo y con múltiples influenciadores
- B. Es rápido y generalmente individual
- C. Requiere licitaciones complejas
- D. Implica negociación contractual

15. ¿Cuál de estos NO es un reto de la omnicanalidad?

- A. Evitar duplicidades de información
- B. Sincronizar datos entre canales
- C. Mantener coherencia de mensaje
- D. Todas las anteriores son correctas

16. ¿En qué consiste el Account-Based Marketing (ABM)?

- A. Estrategia de marketing masivo
- B. Marketing relacional centrado en cuentas clave B2B
- C. Marketing relacional centrado en cuentas clave B2C
- D. Publicidad emocional en retail

17. Respecto al concepto Growth Hacking, ¿cuál es la afirmación correcta?

- A. Se basa en campañas de alto coste
- B. Utiliza tácticas creativas y de bajo coste
- C. Rechaza el uso de datos
- D. Es exclusivo de grandes corporaciones

18. Señala la opción incorrecta sobre los CRM móviles (mCRM)

- A. Permiten acceso desde cualquier dispositivo
- B. Mejoran ventas en campo
- C. No requieren entrenamiento del personal
- D. Aumentan productividad

19. ¿Qué elemento ayuda a tangibilizar la oferta en marketing de servicios?

- A. Procesos
- B. Evidencia física
- C. Precio
- D. Las respuestas a) y c) son correctas

20. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones sobre marketing relacional es INCORRECTA?

- A. Retener clientes es más barato que captarlos
- B. Los clientes comprometidos aumentan su valor
- C. Solo la respuesta a) es correcta
- D. Favorece relaciones win-win

Si quieres acceder a la colección completa de más de 100 test contacta con nosotros.

Colegio Oficial de Ingenieros Industriales