| DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDAD DIDÁCTICA | |
| --- | --- |
| PROGRAMA DE FORMACIÓN | Comercio de productos sostenibles |
| Objetivo de la actividad | Identificar los conceptos de *marketing* y propuesta comercial, afianzando con la autoevaluación los conocimientos adquiridos en el componente. |
| COMPONENTE DE FORMACIÓN | CF02 |
| INSTRUCCIONES PARA EL APRENDIZ | Apreciado participante, a continuación, encontrará una actividad didáctica, para afianzar los conceptos y aprendizajes adquiridos.    Esta es una actividad de “arrastrar y soltar'', donde encontrará 2 columnas. La “Columna A” - presenta las definiciones vistas a lo largo del componente y la “Columna B” entrega los posibles conceptos.  Usted asociará las definiciones con los conceptos correspondientes. De la columna B debe seleccionar, arrastrar y soltar la respuesta relacionada con las definiciones dadas en la columna A.  Esta prueba se considera aprobada si contesta acertadamente el 80% las preguntas planteadas.  ¡Adelante y mucho ánimo! |

Presentar aleatoriamente los conceptos y definiciones para que el aprendiz arrastre el concepto a la descripción correspondiente:

| **Columna A** | **Columna B** |
| --- | --- |
| **Definiciones** | **Conceptos** |
| Es la razón de ser de la empresa, es la persona o empresa que paga por los productos de la empresa. | Cliente |
| Se refieren a cualquier transacción en la que se intercambia dinero o valor por la propiedad de un bien o el derecho a un servicio. | Ventas |
| Documento que formaliza una operación comercial entre empresas o personas, tiene validez jurídica y siempre lleva asociado un objeto. | Contrato |
| Es el proceso responsable de diseñar y operar las estrategias para que los clientes adquieran los productos de la empresa de una forma rentable. | Mercadeo |
| Hace alusión a las cuatro P del mercadeo. Son las cuatro variables básicas en el mercadeo: producto, precio, plaza y promoción. | Mezcla de mercadeo |
| Es una estrategia de comunicación que se utiliza para estar en contacto con prospectos o clientes a través de diferentes canales (correo electrónico, redes sociales, sitio web, etc.). | Omnicanalidad |
| Es el valor de intercambio entre oferentes y demandantes, es la única variable de la mezcla de mercadeo que genera ingresos para la compañía. | Precio |
| Es el objeto de la transacción, puede ser tangible, intangible, de marca, de persona o un lugar. | Producto |
| Ejercicio que realizan las empresas para seleccionar sus posibles clientes. | Prospectar |
| Tiene foco en la protección de los recursos naturales, sociales y económicos. | Sostenibilidad |

**Correcto:**

Has relacionado correctamente cada uno de los conceptos con su respectiva respuesta, ¡Felicitaciones!, esto da cuenta de la comprensión de algunos conceptos claves del componente formativo. ¡Sigue adelante con el mismo empeño!

**Incorrecto:**

Has relacionado incorrectamente alguno de los conceptos con su respectiva respuesta, no te desanimes, revisa nuevamente el contenido del componente formativo y vuelve a intentarlo. ¡Mucho ánimo!