| **DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDAD DIDÁCTICA** | |
| --- | --- |
| **Nombre de la actividad** | Cuestionario de Producto |
| **Objetivo de la actividad** | Comprender aspectos del producto, sistemas de información y portafolio de productos como autoevaluación del componente formativo. |
| **Tipo de actividad sugerida** | Preguntas de selección de respuesta. |
| **Archivo de la actividad**  **(Anexo donde se describe la actividad propuesta)** | Carpeta anexos |

**Lea con atención cada pregunta y seleccione la respuesta correcta:**

1. Se define como un conjunto de atributos que le dan la capacidad para ser intercambiado o usado, también puede ser una idea, un elemento físico o cualquier combinación de los tres.
   1. Beneficio.
   2. Producto.
   3. Tangible.
   4. No está el término.
2. Uno de los siguientes términos, **No** es un atributo del producto
   1. Precio.
   2. Envase.
   3. Marca.
   4. Composición.
3. La expectativa del producto a los cambios o adaptaciones que puede tener el producto en un futuro.
   1. Falso.
   2. Verdadero.
4. Son productos que se orientan al consumidor final para su uso personal o familiar
   1. Productos de conveniencia.
   2. Productos de consumo.
   3. Productos industriales.
   4. Productos de capital.
5. Un portafolio de productos consta de todas las líneas de productos que un vendedor específico ofrece a un cliente o un conjunto de clientes. Un portafolio de productos bien estructurado, le ayuda a la empresa a trazar su estrategia comercial. De acuerdo con lo anterior, el portafolio de productos también se denomina:
   1. Propuesta de productos.
   2. Integración de productos.
   3. Mezcla de productos.
   4. Relación de productos.

.

1. Las fases del ciclo de vida del producto son:
   1. Investigación, introducción, madurez, escalabilidad, declive.
   2. Desarrollo, introducción, crecimiento, madurez, declive.
   3. Investigación, introducción, crecimiento, madurez, declive.
   4. Desarrollo, integración, crecimiento, madurez, declive.
2. Dentro del ciclo de vida del producto, esta etapa se caracteriza porque hay un incremento en las ventas, un aumento en las utilidades y el ingreso de nuevos consumidores.
   1. Etapa de crecimiento.
   2. Etapa de madurez.
   3. Etapa de introducción.
   4. Etapa de declive.
3. Dentro del ciclo de vida del producto, esta etapa se caracteriza por un lento crecimiento en ventas, las utilidades son negativas o mínimas y se presentan altos gastos de distribución y promoción.
   1. Etapa de crecimiento.
   2. Etapa de madurez.
   3. Etapa de introducción.
   4. Etapa de declive.
4. Dentro del ciclo de vida del producto, esta etapa se caracteriza porque se presenta una disminución de las ventas, hay muchos proveedores y productos sustitutos y hay mayor promoción y desarrollo para las ventas.
   1. Etapa de crecimiento.
   2. Etapa de madurez.
   3. Etapa de introducción.
   4. Etapa de declive.
5. Un producto es un conjunto de características, funciones, beneficios y usos que le permiten ser intercambiado o usado. Usualmente, es una combinación de aspectos tangibles e intangibles. Así, un producto puede ser una idea, una entidad física (un bien) un servicio o cualquier combinación de los tres. Teniendo en cuenta este concepto, podemos decir que son atributos de un producto
   1. El precio, el envase y la marca.
   2. La marca, el beneficio y la distribución.
   3. La publicidad, el envase y la marca.
   4. La publicidad, el beneficio y el envase.

**Realimentación:**

**Correcto**: ¡Felicitaciones! Se evidencia un adecuado nivel de apropiación y entendimiento de los conceptos desarrollados en el componente.

**Incorrecto**: Se sugiere una nueva revisión del material con el fin de apropiar los conceptos desarrollados y una nueva presentación de esta actividad didáctica.