|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ACTIVIDAD DIDÁCTICA CUESTIONARIO | | | |
| Generalidades de la actividad   * Las indicaciones, el mensaje de correcto e incorrecto debe estar la redacción en segundo persona. * Diligenciar solo los espacios en blanco. * El aprendiz recibe una retroalimentación cuando responde de manera correcta o incorrecta cada pregunta. * Señale en la columna Rta. Correcta con una (x) de acuerdo con las opciones presentadas. * Al final de la actividad se muestra una retroalimentación de felicitación si logra el 70% de respuestas correctas o retroalimentación de mejora si es inferior a este porcentaje.   Para sugerir este tipo de actividad tener presente equipo de Diseño Instruccional, que solo debe haber máximo doce opciones de pregunta y que cada campo tiene un límite de palabras permitidas para garantizar el responsive web. | | | |
| Instrucciones para el aprendiz | | *Esta actividad le permitirá determinar el grado de apropiación de los contenidos del componente formativo: Producción de Imágenes Digitales.*  *Antes de su realización, se recomienda la lectura del componente formativo mencionado. Es opcional (no es calificable), y puede realizarse todas las veces que se desee.*  *Lea la afirmación de cada ítem y luego señale verdadero o falso según corresponda.* | |
| Nombre de la Actividad | | *Estrategias de diseño visual en campañas publicitarias.* | |
| Objetivo de la actividad | | *Crear composiciones visuales que cumplan con los objetivos específicos de la estrategia de comunicación.* | |
| Texto descriptivo | | *Lea cada enunciado referente a los temas desarrollados en el componente formativo y elija una opción según corresponda.* | |
| PREGUNTAS | | | |
| Pregunta 1 | | ***¿Cuál de los siguientes es un medio convencional?*** | *Rta(s) correcta(s) (x)* |
| Opción a) | Redes sociales. | |  |
| Opción b) | Prensa. | | *x* |
| Opción c) | Marketing de guerrilla. | |  |
| Opción d) | Publicidad BTL. | |  |
| Pregunta 2 | | ***¿Qué característica distingue a las revistas como medio convencional?*** | |
| Opción a) | Publicidad interactiva | |  |
| Opción b) | Alto costo de producción | |  |
| Opción c) | Publicaciones periódicas impresas | | *X* |
| Opción d) | Uso exclusivo en campañas digitales | |  |
| Pregunta 3 | | ***¿Qué medio convencional es conocido por su accesibilidad en zonas rurales?*** | |
| Opción a) | Cine | |  |
| Opción b) | Televisión | |  |
| Opción c) | Radio. | | *X* |
| Opción d) | Internet. | |  |
| Pregunta 4 | | ***¿Cuál es un ejemplo de comunicación transmedia?*** | |
| Opción a) | Anuncios en revistas. | |  |
| Opción b) | Historias contadas a través de diferentes plataformas digitales. | | *X* |
| Opción c) | Publicidad en exteriores. | |  |
| Opción d) | Campañas de marketing de guerrilla. | |  |
| Pregunta 5 | | ***¿Qué es una campaña BTL?*** | |
| Opción a) | Campaña que utiliza medios masivos de comunicación. | |  |
| Opción b) | Campaña que se enfoca en medios digitales. | |  |
| Opción c) | Campaña que emplea medios no convencionales para generar impacto directo. | | *X* |
| Opción d) | Campaña exclusiva de televisión. | |  |
| Pregunta 6 | | ***¿Qué*** ***caracteriza una comunicación transmedia?*** | |
| Opción a) | Usar un solo medio para comunicar. | |  |
| Opción b) | Utilizar múltiples plataformas para contar una historia. | | *X* |
| Opción c) | Hacer campañas en televisión únicamente. | |  |
| Opción d) | Ignorar las redes sociales. | |  |
| Pregunta 7 | | ***¿Qué incluyen los tipos de medios no convencionales?*** | |
| Opción a) | Televisión y radio. | |  |
| Opción b) | Redes sociales y publicidad exterior. | | *X* |
| Opción c) | Periódicos y revistas. | |  |
| Opción d) | Ninguna de las anteriores. | |  |
| Pregunta 8 | | ***¿Qué medio es más adecuado para una campaña que busca el impacto visual masivo?*** | |
| Opción a) | Revistas | |  |
| Opción b) | Radio | |  |
| Opción c) | Televisión | | *X* |
| Opción d) | Prensa | |  |
| Pregunta 9 | | ***¿Por qué se caracteriza el marketing de guerrilla?*** | |
| Opción a) | Uso de grandes presupuestos. | |  |
| Opción b) | Estrategias creativas y de bajo costo. | | *X* |
| Opción c) | Campañas en medios convencionales. | |  |
| Opción d) | Enfoque exclusivo en redes sociales. | |  |
| Pregunta 10 | | ***¿En qué tipo de campañas son más comunes los medios no convencionales?*** | |
| Opción a) | Publicidad de marcas de lujo. | |  |
| Opción b) | Campañas tradicionales en televisión. | |  |
| Opción c) | Campañas BTL. | | *X* |
| Opción d) | Publicidad de productos electrónicos. | |  |
| MENSAJE FINAL ACTIVIDAD | | | |
| Mensaje cuando supera el 70% de respuestas correctas | | *¡Excelente! Lo felicito, ha superado la actividad y demuestra sólidos conocimientos sobre el componente formativo.* | |
| Mensaje cuando el porcentaje de respuestas correctas es inferior al 70% | | *No ha superado la actividad. Le recomendamos volver a revisar el componente formativo e intentar nuevamente la actividad didáctica.* | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CONTROL DE REVISIÓN** | | |
|  | **Responsable** | **Fecha** |
| **Evaluador Instruccional** | **Gilberto Herrera Delgans** | **Septiembre 2024** |