|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ACTIVIDAD DIDÁCTICA CUESTIONARIO | | | |
| Generalidades de la actividad   * Las indicaciones, el mensaje de correcto e incorrecto debe estar la redacción en segunda 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:* ***Promoción de productos y servicios e informes de servicio.*** *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 | | ***Promoción de productos y servicios e informes de servicio.*** | |
| Objetivo de la actividad | | *Desarrollar la capacidad del aprendiz en Manejo de Información Turística para analizar y promover eficazmente los productos y servicios turísticos. Esto incluye la habilidad para integrar los componentes de la oferta turística y los tipos de prestadores, así como utilizar informes de servicio para asegurar la relevancia de la información. El objetivo es que el aprendiz sea capaz de construir estrategias de promoción efectivas y realizar ajustes basados en la satisfacción del usuario y las características regionales, contribuyendo así al desarrollo turístico de su región.* | |
| Texto descriptivo | | *Preguntas de opción múltiple: lea los siguientes enunciados y seleccione la respuesta que considere correcta.* | |
| PREGUNTAS | | | |
| Pregunta 1 | | ***¿Cuál es el objetivo principal de la promoción de productos y servicios en una empresa turística?*** | *Rta(s) correcta(s) (x)* |
| Opción a) | Reducir el precio de los productos | |  |
| Opción b) | Aumentar la visibilidad y las ventas | | **X** |
| Opción c) | Aumentar los costos de producción | |  |
| Opción d) | Disminuir la calidad del producto | |  |
| Pregunta 2 | | ***¿Qué tipo de promoción tiene como objetivo principal la creación de un vínculo emocional con el cliente?*** | |
| Opción a) | Promoción de precio | |  |
| Opción b) | Promoción de eventos | |  |
| Opción c) | Promoción de imagen | | **X** |
| Opción d) | Promoción directa | |  |
| Pregunta 3 | | ***¿Qué tipo de promoción de ventas ofrece descuentos directos en el precio del producto?*** | |
| Opción a) | Cupones | | **X** |
| Opción b) | Concursos | |  |
| Opción c) | Regalos | |  |
| Opción d) | Muestras gratuitas | |  |
| Pregunta 4 | | ***En un informe de servicio, ¿cuál de los siguientes elementos es esencial para evaluar la calidad?*** | |
| Opción a) | La cantidad de productos vendidos | |  |
| Opción b) | La actitud y respuesta del personal | | **X** |
| Opción c) | El coste de producción del servicio | |  |
| Opción d) | El número de campañas publicitarias realizadas | |  |
| Pregunta 5 | | ***La publicidad en redes sociales es una forma de promoción porque:*** | |
| Opción a) | Solo está disponible para grandes empresas | |  |
| Opción b) | Permite llegar a un público amplio y segmentado | | **X** |
| Opción c) | Es exclusiva para productos de lujo | |  |
| Opción d) | No permite medir resultados de forma eficaz | |  |
| Pregunta 6 | | ***¿Cuál de las siguientes acciones corresponde a la "promoción de ventas?*** | |
| Opción a) | Publicar artículos en revistas especializadas | |  |
| Opción b) | Realizar descuentos y ofertas por tiempo limitado | | **X** |
| Opción c) | Establecer relaciones públicas con *influencers* | |  |
| Opción d) | Disminuir la producción de productos | |  |
| Pregunta 7 | | ***¿Qué tipo de informes se elaboran en el sector de servicio para medir la satisfacción del cliente?*** | |
| Opción a) | Informes financieros | |  |
| Opción b) | Informes de desempeño | |  |
| Opción c) | Informes de satisfacción del cliente | | **X** |
| Opción d) | Informes de producción | |  |
| Pregunta 8 | | ***¿Cuál es el beneficio principal de un informe de servicio?*** | |
| Opción a) | Aumentar las ventas | |  |
| Opción b) | Mejorar la atención al cliente | | **X** |
| Opción c) | Reducir el costo de los servicios | |  |
| Opción d) | Mejorar el diseño del producto | |  |
| Pregunta 9 | | ***¿Qué se entiende por "segmentación de mercado" en la promoción de productos?*** | |
| Opción a) | Cambiar el diseño del producto según las preferencias de los clientes | | **X** |
| Opción b) | Dividir el mercado en grupos de clientes con características similares | |  |
| Opción c) | Reducir los precios en todas las categorías de productos | |  |
| Opción d) | Aumentar el presupuesto de publicidad | |  |
| Pregunta 10 | | ***¿Qué tipo de promoción implica el ofrecimiento de muestras gratis a los consumidores?*** | |
| Opción a) | Promoción de precio | |  |
| Opción b) | Promoción de productos | | **X** |
| Opción c) | Promoción de imagen | |  |
| Opción d) | Promoción de descuentos | |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Pregunta 11** | ¿***Cuál de las siguientes opciones es una estrategia común de promoción en servicios?*** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opción a) | Aumentar la calidad del producto |  |
| Opción b) | Crear una campaña de fidelización | **X** |
| Opción c) | Ofrecer regalos en la compra de productos |  |
| Opción d) | Ofrecer productos a precios elevados |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Pregunta 12** | ***¿Qué es lo más importante a incluir en un informe de servicio?*** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opción a) | El costo del servicio |  |
| Opción b) | Las quejas de los empleados |  |
| Opción c) | La descripción del servicio prestado y los resultados obtenidos | **X** |
| Opción d) | El precio de los productos promocionados |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Pregunta 13** | ***¿La promoción de productos en fechas especiales, como Black Friday, es un ejemplo de:*** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opción a) | Promoción de temporada | X |
| Opción b) | Promoción de lealtad |  |
| Opción c) | Marketing digital |  |
| Opción d) | Publicidad institucional |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Pregunta 14** | ***¿Cuál de los siguientes es un medio común para la promoción de productos?*** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opción a) | Encuestas online |  |
| Opción b) | Publicidad en medios masivos como televisión y radio | **X** |
| Opción c) | Reclutamiento de empleados |  |
| Opción d) | Auditoría financiera |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Pregunta 15** | ***¿Qué es un "plan de promoción" en marketing?*** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opción a) | Una estrategia para aumentar la cantidad de empleados |  |
| Opción b) | Un documento que detalla las acciones y objetivos de la promoción de productos | **X** |
| Opción c) | Un informe de la calidad de los productos |  |
| Opción d) | Un programa de capacitación para el personal |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Pregunta 16** | ***¿Qué tipo de promoción de ventas se basa en premiar la lealtad del cliente con puntos o descuentos adicionales?*** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opción a) | Promoción de cupones |  |
| Opción b) | Promoción de fidelización | **X** |
| Opción c) | Promoción de reembolsos |  |
| Opción d) | Promoción de paquetes |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Pregunta 17** | ***¿Cuál de las siguientes acciones se puede realizar para medir la efectividad de la promoción de un servicio?*** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opción a) | Aumentar el precio del servicio |  |
| Opción b) | Realizar encuestas de satisfacción y análisis de *feedback* | **X** |
| Opción c) | Reducir el tiempo de atención al cliente |  |
| Opción d) | Modificar el diseño del servicio |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Pregunta 18** | ***¿Qué se busca con un informe de servicio enfocado en la gestión de quejas?*** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opción a) | Mejorar la estrategia de marketing |  |
| Opción b) | Optimizar el proceso de ventas |  |
| Opción c) | Reducir los costos de operación |  |
| Opción d) | Mejorar la calidad y atención del servicio | **X** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Pregunta 19** | ***¿Qué significa la “promoción cruzada” en marketing?*** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opción a) | Aumentar la promoción de un solo producto |  |
| Opción b) | Combinar dos o más productos o servicios en una sola oferta | **X** |
| Opción c) | Vender productos a diferentes precios según el mercado |  |
| Opción d) | Ofrecer productos de la competencia a un menor precio |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Pregunta 20** | ***¿Cómo se puede medir la rentabilidad de una campaña promocional?*** |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Opción a) | Analizando el número de impresiones en redes sociales | |  |
| Opción b) | Contabilizando las ventas antes y después de la campaña | | **X** |
| Opción c) | Modificando los precios del servicio | |  |
| Opción d) | Realizando encuestas internas a los empleados | |  |
| MENSAJE FINAL ACTIVIDAD | | | |
| Mensaje cuando supera el 70% de respuestas correctas | | *Campo para editar máximo 20 palabras. Ej: ¡Excelente! Te felicito, has superado la actividad*  *¡Excelente! Te felicito, has superado la actividad*  *Ha tenido algunas respuestas incorrectas ¡debe estudiar más!* | |
| Mensaje cuando el porcentaje de respuestas correctas es inferior al 70% | | *Campo para editar máximo 20 palabras. Ej: ¡Excelente! Te felicito, has superado la actividad*  *Te recomendamos volver a revisar el componente formativo e intentar nuevamente la actividad didáctica* | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CONTROL DE REVISIÓN** | | |
|  | **Responsable** | **Fecha** |
| **Revisión de Estilo** |  |  |
| **Revisión Asesor metodológico** |  |  |