|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 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: Investigación Publicitaria*  *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 | | *Ampliar conocimiento sobre investigación Publicitaria* | |
| Objetivo de la actividad | | *Validar los conocimientos y conceptos aprendidos en investigación Publicitaria* | |
| Texto descriptivo | | *Apreciado aprendiz, a continuación, encontrará una actividad didáctica, para afianzar los conceptos y aprendizajes del componente de formación.*    *Esta es una actividad en la que debe seleccionar si la afirmación del enunciado es falsa o verdadera.*  *¡Adelante y mucho ánimo!* | |
| PREGUNTAS | | | |
| Pregunta 1 | | **La investigación de mercados tiene sus orígenes formales en las primeras décadas de 1900** | *Rta(s) correcta(s) (x)* |
| Opción a) | *Falso* | |  |
| Opción b) | *Verdadero* | | *X* |
| Opción c) |  | |  |
| Opción d) |  | |  |
| Comentario respuesta correcta | | Correcto. La fecha de origen de la investigación de mercados es, en la primera década de 1900 | |
| Comentario respuesta incorrecta | | Incorrecto. Esta afirmación es verdadera. | |
|  | |  | |
| Pregunta 2 | | **1990-2000: se crean los lectores ópticos de barras en los supermercados, los cuales suministran datos infinitos de consumo; así como las entrevistas telefónicas asistidas por computador, el análisis de datos por medio de terminales remotas y la realización de entrevistas a través de sistemas de televisión por cable de doble vía.** | |
| Opción a) | *Falso* | |  |
| Opción b) | *Verdadero* | | *X* |
| Opción c) |  | |  |
| Opción d) |  | |  |
| Comentario respuesta correcta | | Correcto. Efectivamente entre 1990-2000: se crean los lectores ópticos de barras en los supermercados, los cuales suministran datos infinitos de consumo; así como las entrevistas telefónicas asistidas por computador, el análisis de datos por medio de terminales remotas y la realización de entrevistas a través de sistemas de televisión por cable de doble vía. | |
| Comentario respuesta incorrecta | | Incorrecto. Recuerda leer cuidadosamente todo el material para que tengas claridad en los temas | |
| Pregunta 3 | | **El proceso publicitario en teoría debería incluir la realización de investigaciones por parte de la empresa propietaria de la marca que busca desarrollar estrategias de promoción y comunicación.** | |
| Opción a) | *Falso* | |  |
| Opción b) | *Verdadero* | | *x* |
| Comentario respuesta correcta | | Correcto**.** El proceso publicitario en teoría debería incluir la realización de investigaciones por parte de la empresa propietaria de la marca que busca desarrollar estrategias de promoción y comunicación. No obstante, es común que los empresarios, especialmente en las Mipymes, omitan esta investigación o deleguen esta responsabilidad al profesional de publicidad o a la agencia encargada, particularmente durante la elaboración del brief publicitario." | |
| Comentario respuesta incorrecta | | Incorrecto. Tu respuesta no es correcta | |
| Pregunta 4 | | **La economía no es una ciencia porque estudia cómo se gestionan los recursos en un contexto de escasez para satisfacer las necesidades humanas.** | |
| Opción a) | *Falso* | | *x* |
| Opción b) | *Verdadero* | |  |
| Comentario respuesta correcta | | Correcto. La economía es una ciencia que estudia cómo se gestionan los recursos en un contexto de escasez para satisfacer las necesidades humanas. | |
| Comentario respuesta incorrecta | | Incorrecto. Siempre ha sido considera una ciencia. | |
| Pregunta 5 | | **La identificación de las variables que inciden directamente en el proceso comercial, productivo y administrativo de la empresa, son el primer paso para el desarrollo del proceso de investigación publicitaria, toda vez que son el preámbulo a la recolección de información.** | |
| Opción a) | *Falso* | |  |
| Opción b) | *Verdadero* | | *x* |
| Comentario respuesta correcta | | Correcto. La identificación de las variables que inciden directamente en el proceso comercial, productivo y administrativo de la empresa, son el primer paso para el desarrollo del proceso de investigación publicitaria, toda vez que son el preámbulo a la recolección de información. | |
| Comentario respuesta incorrecta | | Incorrecto. Recuerda leer cuidadosamente todo el material para que tengas claridad en los temas | |
| Pregunta 6 | | ***Variable del mercado, como su nombre lo indica, es un factor que tiende a cambiar, ya sea por influencias externas o internas que afectan positiva o negativamente la empresa, debido a su incidencia en el desarrollo comercial de los productos o servicios.*** | |
| Opción a) | *Falso* | |  |
| Opción b) | *Verdadero* | | *x* |
| Comentario respuesta correcta | | Correcto. Variable del mercado, como su nombre lo indica, es un factor que tiende a cambiar, ya sea por influencias externas o internas que afectan positiva o negativamente la empresa, debido a su incidencia en el desarrollo comercial de los productos o servicios. | |
| Comentario respuesta incorrecta | | Incorrecto. Pues es un factor que tiende a cambiar, ya sea por influencias externas o internas que afectan positiva o negativamente la empresa. | |
| MENSAJE FINAL ACTIVIDAD | | | |
| Mensaje cuando supera el 70% de respuestas correctas | | *¡Excelente! Felicitaciones, ha superado la actividad* | |
| Mensaje cuando el porcentaje de respuestas correctas es inferior al 70% | | *Ha tenido algunas respuestas incorrectas ¡Debe estudiar más!*  *Le recomendamos volver a revisar el componente formativo e intentar nuevamente la actividad didáctica* | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CONTROL DE REVISIÓN** | | |
|  | **Responsable** | **Fecha** |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |