|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ACTIVIDAD DIDÁCTICA COMPLETAR ESPACIOS | | | |
| 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. * Se deben resaltar en amarillo las palabras del enunciado que deben completarse. Tenga en cuenta que cada espacio debe contener una sola palabra. * El aprendiz recibe una retroalimentación cuando responde de manera correcta o incorrecta cada pregunta. * 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. * Las palabras a completar el espacio deben estar en mayúscula y no debe contener caracteres especiales.   Para sugerir este tipo de actividad tener presente equipo de Diseño Instruccional, que solo debe haber seis opciones de elementos a arrastrar y soltar 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:* Estructura del brief  *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.*  *Complete los espacios en blanco de cada uno de los enunciados y luego haga clic en el botón verificar respuesta.* |
| Nombre de la actividad | | | *Conceptos sobre la Estructura del brief* |
| Objetivo de la actividad | | | *Identificar la apropiación de los contenidos en la temática sobre Estructura del brief* |
| Texto descriptivo | | | *A continuación, encontrará conceptos del material de estudio.* |
| OPCIONES | | | |
| Enunciado | | | |
| No. | **Opción** | | |
| 1 | *el* ***brief*** *se convierte en la herramienta de información inicial para que el publicista y los creativos de la campaña puedan desarrollar las estrategias de comunicación, los conceptos creativos y las estructuras de los mensajes.* | | |
| 2 | *En muchos campos profesionales, se realiza un* ***brief*** *para iniciar los proyectos que se van a llevar cabo; por ejemplo, en el desarrollo de productos audiovisuales, en el diseño gráfico y en algunos procesos estratégicos empresariales.* | | |
| 3 | *Para el diseño de las estrategias de* ***marketing****, el mercado se puede segmentar en dos grandes grupos: consumidores e industriales.* | | |
| 4 | *Un de los conceptos de* ***mercado*** *puede ser: un conjunto de compradores reales y potenciales de un producto.* | | |
| 5 | *De acuerdo con las teorías de la* ***segmentación****, existen varios tipos: geográfica, demográfica, comportamental, psicográfica, por uso del producto, por comportamiento de compra, entre otras.* | | |
| 6 | *La segmentación de* ***consumidores*** *es una de las herramientas más importantes para cualquier empresa, en el desarrollo de estrategias de comercialización, mercadeo y promoción.* | | |
| 7 | *El Mercado potencial es el grupo de los posibles* ***consumidores*** *del producto o usuarios del servicio, en este segmento se aplican variables demográficas en las que se asignan rangos amplios, debido a que se tendrán en cuenta todos aquellos que compran productos similares o de la competencia.* | | |
| 8 | *El comportamiento de compra, proceso adicional de análisis y segmentación, relacionado con la interacción del* ***mercado*** *con el producto en la realización de la compra.* | | |
| MENSAJE FINAL ACTIVIDAD | | | |
| Mensaje cuando supera el 70% de respuestas correctas | | *¡Excelente! Felicitaciones, has superado la actividad, continúe así de bien con sus habilidades técnicas para la estructura del Brief.* | |
| Mensaje cuando el porcentaje de respuestas correctas es inferior al 70% | | *Lo siento, no es correcto, pero no se desanime, continúe su proceso de formación repasando los conceptos del componente formativo e inténtelo de nuevo.* | |

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