|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 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:* ***Estrategia creativa***  *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 de* ***estrategia creativa.*** |
| Objetivo de la actividad | | | *Identificar la apropiación de los contenidos en la temática Estrategia creativa* |
| Texto descriptivo | | | *A continuación, encontrará conceptos del material de estudio.* |
| OPCIONES | | | |
| Enunciado | | | |
| No. | **Opción** | | |
| 1 | *En el ámbito de la* ***publicidad*** *y la comunicación, la creatividad se hace necesaria e indispensable, ya que los anunciantes están siempre en la búsqueda de agencias o publicistas que realicen para ellos anuncios que marquen la diferencia.* | | |
| 2 | *La realización publicitaria y la* ***creatividad*** *tiene cabida en todos los frentes: medios, estrategias, redacción de textos, creación de imágenes, merchandising y promoción de ventas.* | | |
| 3 | *Una estrategia creativa efectiva en publicidad comienza con una profunda comprensión del* ***público objetivo*** *y sus motivaciones.* | | |
| 4 | *La creatividad en publicidad no solo debe sorprender, sino también conectar* ***emocionalmente*** *para generar un impacto duradero.* | | |
| 5 | *La* ***diferenciación*** *es clave en las estrategias creativas: destacar lo único de la marca frente a la competencia es esencial para captar la atención.* | | |
| 6 | *Una estrategia creativa exitosa combina* ***innovación*** *y claridad en el mensaje, asegurando que la originalidad no opaque el propósito de la campaña.* | | |
| 7 | *La simplicidad en las estrategias creativas permite que el mensaje publicitario sea* ***memorable*** *y fácil de recordar para el consumidor.* | | |
| 8 | *Una buena estrategia creativa integra consistencia visual y verbal para reforzar el* ***posicionamiento*** *de la marca a largo plazo.* | | |
| 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 de posicionamiento y estrategias creativas en publicidad.* | |
| 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** |  |  |