|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ACTIVIDAD DIDÁCTICA RELACIONAR TÉRMINOS | | | | | |
| 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. * 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 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:* Plan de comunicación  *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.*  *De acuerdo al enunciado planteado en la columna izquierda, arrastre cada término al lugar que considere correcto de la columna derecha.* | | |
| Nombre de la actividad | | | *Conceptos del plan de comunicación* | | |
| Objetivo de la actividad | | | *El objetivo de la actividad es que el aprendiz afiance conocimientos acerca del endomarketing y la comunicación hacia el interior* | | |
| OPCIONES | | | | | |
| Enunciado | | | | **Términos** | |
| No. | **Opción** | | | **No. Rta.** | **Opción** |
| 1 | *Es quien emite o genera el mensaje, es la persona que busca ser comprendida por otra u otras a través de lo que desea trasmitir.* | | | **1** | *Emisor* |
| 2 | *Es la realimentación a la comunicación, la respuesta al mensaje emitido; un mensaje con el mismo código y canal, uno a través de otro medio e incluso.* | | | **2** | *Feed back* |
| 3 | *Medio de información auditiva, es conceptual cuando se trata de cuñas y argumental cuando es de información* | | | 3 | *Radio* |
| 4 | *los incentivos a corto plazo que fomentan la compra o venta de un producto o servicio* | | | **4** | *Promoción de ventas* |
| 5 | *Su estrategia se basa en conseguir nuevos clientes. Esta estrategia es más habitual en el pasado, ya que ahora es cada vez más difícil captar nuevos clientes y todo el esfuerzo se centra en mantener y mejorar las relaciones con los existentes.* | | | **5** | *Marketing de captación* |
| 6 | *Es una estrategia que se basa en que son los propios clientes los que dan a conocer el producto a otras personas. Especialmente destaca esta estrategia a través de internet, donde son los propios consumidores que envían y dan a conocer la oferta de la empresa.* | | | **6** | *Marketing buzz* |
| MENSAJE FINAL ACTIVIDAD | | | | | |
| Mensaje cuando supera el 70% de respuestas correctas | | *¡Excelente! Te felicito, has logrado completar muy bien la actividad* | | | |
| Mensaje cuando el porcentaje de respuestas correctas es inferior al 70% | | *Te recomendamos volver a revisar el componente formativo e intentar nuevamente responder esta actividad didáctica* | | | |

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