|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 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 *Marketing* digital  *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 | | | *Apropiación de conceptos* | | |
| Objetivo de la actividad | | | *Con esta actividad, los aprendices podrán darse cuenta de su conocimiento en cuanto a los conceptos trabajados en este componente.* | | |
| OPCIONES | | | | | |
| Enunciado | | | | **Términos** | |
| No. | **Opción** | | | **No. Rta.** | **Opción** |
| 1 | *Conjunto de actividades que se encargan del estudio de un mercado, con el fin de identificar necesidades, gustos o deseos para satisfacerlos a través de bienes o servicios que den al cliente beneficios que obtienen utilidades para la empresa.* | | | **1** | *Marketing* |
| 2 | *Es la combinación de bienes y servicios que la compañía ofrece al mercado meta* | | | **2** | *Producto* |
| 3 | *Consiste en llegar a nuevos mercados conservando el producto actual, en cuanto a diseño, empaque y presentaciones.* | | | **3** | *Desarrollo de mercados* |
| 4 | *Se recurre a un número inferior de intermediarios disponibles; es decir solo algunos pueden vender tu producto.* | | | **4** | *Distribución selectiva* |
| 5 | *son marcas que pertenecen a fabricantes que tienen en el mercado otras marcas de más prestigio.* | | | **5** | *Estrategia de segundas marcas* |
| 6 | *es un compendio de los objetivos, estrategias y actividades relacionadas con las estrategias a implementar, para llevar el producto o servicio a las manos de la mayor cantidad de consumidores y satisfacer sus necesidades, deseos o demandas* | | | **6** | *Plan estratégico* |
| 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*  *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.*  *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** |  |  |