|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 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:* ***Propuesta comercial de un producto o servicio.***  *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 pregunta de cada ítem y seleccione la respuesta correcta.* | | | | | |
| Nombre de la Actividad | | | | Apropiación de conceptos. | | | | | |
| Objetivo de la actividad | | | | Apropiarse de los conocimientos asociados a la propuesta comercial de un producto o servicio, así mismo las técnicas de negociación y herramientas para la socialización de esta. | | | | | |
| PREGUNTAS | | | | | | | | | |
| Pregunta 1 | | | | Las necesidades básicas o fisiológicas tienen origen biológico, es decir, del ser humano y están orientadas a su propia supervivencia. | Rta(s) correcta(s) (x) | | | | |
| Opción a) | | Verdadero | | | X | | | | |
| Opción b) | | Falso | | |  | | | | |
| Comentario respuesta correcta | | | | ¡Muy bien! Ha acertado la respuesta. | | | | | |
| Comentario respuesta incorrecta | | | | Lo sentimos, su respuesta no es la correcta. | | | | | |
| Pregunta 2 | | | | Las necesidades de estima o de reconocimiento son categorizadas por Maslow en un solo nivel, que hace referencia al respeto de los demás, tener un estatus, fama, reputación. | | | | | |
| Opción a) | | Verdadero | | |  | | | | |
| Opción b) | | Falso | | | X | | | | |
| Comentario respuesta correcta | | | | ¡Muy bien! Ha acertado la respuesta. | | | | | |
| Comentario respuesta incorrecta | | | | Lo sentimos, su respuesta no es la correcta. | | | | | |
| Pregunta 3 | | | | Según Diez de Castro (2006), las cualidades del surtido se pueden medir a través de cuatro factores: coherencia, rentabilidad, fidelidad y dinamismo. | | | | | |
| Opción a) | | Verdadero | | | X | | | | |
| Opción b) | | Falso | | |  | | | | |
| Comentario respuesta correcta | | | | ¡Muy bien! Ha acertado la respuesta. | | | | | |
| Comentario respuesta incorrecta | | | | Lo sentimos, su respuesta no es la correcta. | | | | | |
| Pregunta 4 | | | | La forma de estar en contacto con los clientes dependerá de los canales, herramientas y estrategias que aplique la empresa para garantizar su plena satisfacción. | | | | | |
| Opción a) | | Verdadero | | | X | | | | |
| Opción b) | | Falso | | |  | | | | |
| Comentario respuesta correcta | | | | ¡Muy bien! Ha acertado la respuesta. | | | | | |
| Comentario respuesta incorrecta | | | | Lo sentimos, su respuesta no es la correcta. | | | | | |
|  | | | | Según Ávila (2008) la negociación es “un proceso en el que dos personas intercambian ideas con la intención de imponer sus relaciones, tendiente a satisfacer necesidades mutuas”. | | | | | |
| Opción a) | | Falso | | | X | | | | |
| Opción b) | | Veradadero | | |  | | | | |
| Comentario respuesta correcta | | | | ¡Muy bien! Ha acertado la respuesta. | | | | | |
| Comentario respuesta incorrecta | | | | Lo sentimos, su respuesta no es la correcta. | | | | | |
| Pregunta 6 | | | | El precio de compra, los costos de operación, los costos de reparación, los costos extras, los costos de instalación, la rebaja por cambio y probable valor de reventa, tiene que ver con los atributos del producto de: | | | | | |
| Opción a) | | Costo | | | X | | | | |
| Opción b) | | Rendimiento | | |  | | | | |
| Opción c) | | Social | | |  | | | | |
| Opción d) | | Disponibilidad | | |  | | | | |
| Comentario respuesta correcta | | | | ¡Muy bien! Ha acertado la respuesta. | | | | | |
| Comentario respuesta incorrecta | | | | Lo sentimos, su respuesta no es la correcta. | | | | | |
| Pregunta 7 | | | | Tipo de producto de consumo que tiene identificación de marca y hay esfuerzo por la compra. | | | | | |
| Opción a) | Convivencia | | | | |  | | | |
| Opción b) | Compra | | | | |  | | | |
| Opción c) | Especialidad | | | | | X | | | |
| Opción d) | No buscados | | | | |  | | | |
| Comentario respuesta correcta | | | | ¡Muy bien! Ha acertado la respuesta. | | | | | |
| Comentario respuesta incorrecta | | | | Lo sentimos, su respuesta no es la correcta. | | | | | |
| Pregunta 8 | | | | Los artículos para reparación, mantenimiento y servicios de negocios son productos industriales de tipo: | | | | | |
| Opción a) | Capital | | | | | |  | | |
| Opción b) | Materiales | | | | | |  | | |
| Opción c) | Refacciones | | | | | |  | | |
| Opción d) | Suministro y servicios | | | | | | X | | |
| Comentario respuesta correcta | | | | ¡Muy bien! Ha acertado la respuesta. | | | | | |
| Comentario respuesta incorrecta | | | | Lo sentimos, su respuesta no es la correcta. | | | | | |
| Pregunta 9 | | | | Conjunto de mercancías o productos que se tienen almacenados en espera de su venta o comercialización. | | | | | |
| Opción a) | Productos de consumo | | | | | | |  | |
| Opción b) | Productos industriales | | | | | | |  | |
| Opción c) | Stock | | | | | | | X | |
| Opción d) | Productos | | | | | | |  | |
| Comentario respuesta correcta | | | | ¡Muy bien! Ha acertado la respuesta. | | | | | |
| Comentario respuesta incorrecta | | | | Lo sentimos, su respuesta no es la correcta. | | | | | |
| Pregunta 10 | | | | Son tres grandes elementos de una propuesta comercial, en su orden: | | | | |  |
| Opción a) | | | Pre-propuesta, desarrollo, seguimiento y cierre. | | | | | | X |
| Opción b) | | | Pre-propuesta, desarrollo, cierre. | | | | | |  |
| Opción c) | | | Desarrollo, seguimiento y cierre. | | | | | |  |
| Opción d) | | | Propuesta, seguimiento y cierre. | | | | | |  |
| Comentario respuesta correcta | | | | ¡Muy bien! Ha acertado la respuesta. | | | | | |
| Comentario respuesta incorrecta | | | | Lo sentimos, su respuesta no es la correcta. | | | | | |
| MENSAJE FINAL ACTIVIDAD | | | | | | | | | |
| Mensaje cuando supera el 70% de respuestas correctas | | | | *¡Excelente! Ha superado la actividad.* | | | | | |
| Mensaje cuando el porcentaje de respuestas correctas es inferior al 70% | | | | *Le recomendamos volver a revisar el componente formativo e intentar nuevamente la actividad didáctica.* | | | | | |

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