|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 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:* ***Identificación de nichos de mercado.***  *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 identificación de nichos de mercado, así como las técnicas e instrumentos de recolección de datos para crear una base de datos necesarios para el manejo de los mercados y grupo de clientes potenciales. | | | | | |
| PREGUNTAS | | | | | | | | | |
| Pregunta 1 | | | | Proceso mediante el cual las empresas crean valor para sus clientes y generan fuertes relaciones con ellos para, en reciprocidad, captar valor de los clientes. | Rta(s) correcta(s) (x) | | | | |
| Opción a) | | Mercadeo | | | X | | | | |
| Opción b) | | Mercado | | |  | | | | |
| Opción c) | | Posicionamiento | | |  | | | | |
| Opción d) | | Participación de mercados | | |  | | | | |
| Comentario respuesta correcta | | | | ¡Muy bien! Ha acertado la respuesta. | | | | | |
| Comentario respuesta incorrecta | | | | Lo sentimos, su respuesta no es la correcta. | | | | | |
| Pregunta 2 | | | | Proceso que opera cuando hay personas que actúan como compradores y otras como vendedores de bienes y servicios, generando la acción del intercambio. | | | | | |
| Opción a) | | Mercadeo | | |  | | | | |
| Opción b) | | Mercado | | | X | | | | |
| Opción c) | | Posicionamiento | | |  | | | | |
| Opción d) | | Ventas | | |  | | | | |
| Comentario respuesta correcta | | | | ¡Muy bien! Ha acertado la respuesta. | | | | | |
| Comentario respuesta incorrecta | | | | Lo sentimos, su respuesta no es la correcta. | | | | | |
| Pregunta 3 | | | | Es la forma en que un producto está definido por los consumidores en atributos importantes, el lugar que ocupa en la mente de los consumidores respecto a los productos competidores. | | | | | |
| Opción a) | | Segmentación | | |  | | | | |
| Opción b) | | Mercado | | |  | | | | |
| Opción c) | | Posicionamiento | | | X | | | | |
| Opción d) | | Ventas | | |  | | | | |
| Comentario respuesta correcta | | | | ¡Muy bien! Ha acertado la respuesta. | | | | | |
| Comentario respuesta incorrecta | | | | Lo sentimos, su respuesta no es la correcta. | | | | | |
| Pregunta 4 | | | | Actividades relacionadas con la venta o la cantidad de bienes vendidos en un período de tiempo determinado. La entrega de un servicio por un costo también se considera una venta. | | | | | |
| Opción a) | | Segmentación | | |  | | | | |
| Opción b) | | Mercado | | |  | | | | |
| Opción c) | | Posicionamiento | | |  | | | | |
| Opción d) | | Ventas | | | X | | | | |
| Comentario respuesta correcta | | | | ¡Muy bien! Ha acertado la respuesta. | | | | | |
| Comentario respuesta incorrecta | | | | Lo sentimos, su respuesta no es la correcta. | | | | | |
| Pregunta 5 | | | | Proceso de dividir un mercado en grupos de clientes potenciales con necesidades y/o características similares y que pueden requerir un producto diferente y/o una forma de comunicación diferente. | | | | | |
| Opción a) | | Segmentación | | | X | | | | |
| Opción b) | | Mercado | | |  | | | | |
| Opción c) | | Posicionamiento | | |  | | | | |
| Opción d) | | Ventas | | |  | | | | |
| Comentario respuesta correcta | | | | ¡Muy bien! Ha acertado la respuesta. | | | | | |
| Comentario respuesta incorrecta | | | | Lo sentimos, su respuesta no es la correcta. | | | | | |
| Pregunta 6 | | | | Es una comparación de las ventas de una compañía con las ventas totales de la industria; y puede ser actual o potencial. | | | | | |
| Opción a) | | Participación de mercados | | | X | | | | |
| Opción b) | | Segmentación | | |  | | | | |
| Opción c) | | Mercado | | |  | | | | |
| Opción d) | | Posicionamiento | | |  | | | | |
| Comentario respuesta correcta | | | | ¡Muy bien! Ha acertado la respuesta. | | | | | |
| Comentario respuesta incorrecta | | | | Lo sentimos, su respuesta no es la correcta. | | | | | |
| Pregunta 7 | | | | Método para la recolección de la información que consiste en tener contacto con alguien, este método se propone utilizar herramientas básicas como: entrevista, cuestionarios y talleres de trabajo. | | | | | |
| Opción a) | Interactivo | | | | | X | | | |
| Opción b) | Intrusivo | | | | |  | | | |
| Opción c) | Observación | | | | |  | | | |
| Opción d) | Persuasivo | | | | |  | | | |
| Comentario respuesta correcta | | | | ¡Muy bien! Ha acertado la respuesta. | | | | | |
| Comentario respuesta incorrecta | | | | Lo sentimos, su respuesta no es la correcta. | | | | | |
| Pregunta 8 | | | | Colección organizada de información estructurada, o datos, típicamente almacenados electrónicamente en un sistema de computadora, para facilitar su posterior utilización. | | | | | |
| Opción a) | Método intrusivo | | | | | |  | | |
| Opción b) | Base de datos | | | | | | X | | |
| Opción c) | Base de datos relacional | | | | | |  | | |
| Opción d) | Base de datos orientada a objetos | | | | | |  | | |
| Comentario respuesta correcta | | | | ¡Muy bien! Ha acertado la respuesta. | | | | | |
| Comentario respuesta incorrecta | | | | Lo sentimos, su respuesta no es la correcta. | | | | | |
| Pregunta 9 | | | | En este tipo de base de datos se crea una estructura en forma de árbol invertido, en el que todos sus nodos dependen en última instancia de uno denominado raíz. | | | | | |
| Opción a) | Relacionales | | | | | | |  | |
| Opción b) | Jerárquicas | | | | | | | X | |
| Opción c) | En red | | | | | | |  | |
| Opción d) | Orientadas a objetos | | | | | | |  | |
| Comentario respuesta correcta | | | | ¡Muy bien! Ha acertado la respuesta. | | | | | |
| Comentario respuesta incorrecta | | | | Lo sentimos, su respuesta no es la correcta. | | | | | |
| Pregunta 10 | | | | Estructuras de bases de datos compuestas por otras estructuras de datos. | | | | |  |
| Opción a) | | | Primitivas | | | | | | X |
| Opción b) | | | No primitivas o simples | | | | | |  |
| Opción c) | | | Estructura de base de datos | | | | | |  |
| Opción d) | | | Diseño de base de datos | | | | | |  |
| 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** |  |  |