|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 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:* ***Ventas en el formato comercial***  *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 Ventas en el formato comercial* |
| Objetivo de la actividad | | | *Identificar la apropiación de los contenidos en la temática sobre* *ventas en el formato comercial.* |
| Texto descriptivo | | | *A continuación, encontrará conceptos del material de estudio.* |
| OPCIONES | | | |
| Enunciado | | | |
| No. | **Opción** | | |
| 1 | *Las ventas comerciales radican, principalmente, en el desarrollo de estrategias y acciones promocionales diseñadas por las empresas, para iniciar a comprender este mundo de las ventas en el formato comercial.* | | |
| 2 | *Las empresas requieren vender sus productos y, además de la calidad, la publicidad es un factor clave de éxito porque, de hacerla bien, puede facilitar las ventas.* | | |
| 3 | *La promoción es un plan integral de marketing que tiene corta duración, que se destina para el logro de objetivos delimitados de manera específica por la marca.* | | |
| 4 | *Área del marketing donde se debe entregar una gran dosis de creatividad para lograr mejores resultados.* | | |
| 5 | *Identificación plena del target. Saber a quién se va a dirigir la promoción, porque de esta forma puede tener una respuesta más positiva por parte de este público.* | | |
| 6 | *Estar al tanto de las tendencias, hacer benchmarking (analizar a la competencia), observar el comportamiento del mercado, analizar los hábitos de compra del consumidor, entre otros.* | | |
| 7 | *Los eventos pueden captar la atención del cliente de manera directa y duradera, creando una relación amena y confiable.* | | |
| 8 | *Para planificar un evento de lanzamiento, es crucial seleccionar el sitio adecuado para su desarrollo. Para ello, se debe considerar la audiencia objetivo y evaluar si disfrutarán más del evento en persona o mediante una experiencia online.* | | |
| MENSAJE FINAL ACTIVIDAD | | | |
| Mensaje cuando supera el 70% de respuestas correctas | | *¡Excelente! Felicitaciones, ¡ha superado la actividad, continúe así de bien con sus habilidades técnicas* | |
| 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** |  |  |