|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 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 Elaborando el plan de mercadeo.*  *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 afirmación de cada ítem y luego señale verdadero o falso según corresponda.* | |
| Nombre de la Actividad | | *La dimensión del plan de mercadeo.* | |
| Objetivo de la actividad | | *Validar el conocimiento adquirido sobre la elaboración del plan de mercadeo.* | |
| Texto descriptivo | | *Lea cada enunciado referente a los temas desarrollados en el componente formativo y elija entre verdadero y falso según corresponda.* | |
| PREGUNTAS | | | |
| Pregunta 1 | | ***Un plan de mercadeo define las acciones, recursos y herramientas que una empresa utilizará para alcanzar sus objetivos de mercado.*** | *Rta(s) correcta(s) (x)* |
| Opción a) | *Verdadero* | | *X* |
| Opción b) | *Falso* | |  |
| Comentario respuesta correcta | | *¡Correcto! El plan de mercadeo establece las acciones y recursos necesarios para alcanzar los objetivos comerciales y posicionar productos o servicios en el mercado.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *Incorrecto. El plan de mercadeo es una guía que define las acciones y recursos que la empresa usará para alcanzar sus objetivos de mercado.* | |
| Pregunta 2 | | ***Las 4 P’s del marketing mix incluyen: Producto, Precio, Plaza y Publicidad.*** | |
| Opción a) | *Verdadero* | |  |
| Opción b) | *Falso* | | *X* |
| Comentario respuesta correcta | | *¡Bien hecho! Las 4 P’s del marketing mix son Producto, Precio, Plaza (Distribución) y Promoción, no Publicidad.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *No es correcto. Las 4 P’s son Producto, Precio, Plaza (Distribución) y Promoción, no Publicidad.* | |
| Pregunta 3 | | ***La implementación del plan de mercadeo no requiere una asignación de responsabilidades y recursos.*** | |
| Opción a) | *Verdadero* | |  |
| Opción b) | *Falso* | | *X* |
| Comentario respuesta correcta | | *¡Exacto! La implementación del plan de mercadeo requiere una cuidadosa asignación de responsabilidades y recursos para asegurar su ejecución efectiva.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *Incorrecto. La implementación del plan de mercadeo sí requiere una asignación de responsabilidades y recursos para llevar a cabo las acciones planificadas.* | |
| Pregunta 4 | | ***El análisis FODA se utiliza para evaluar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de una empresa.*** | |
| Opción a) | *Verdadero* | | *X* |
| Opción b) | *Falso* | |  |
| Comentario respuesta correcta | | *¡Correcto! El análisis FODA es fundamental para evaluar la situación interna y externa de la empresa y orientar la formulación de estrategias.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *Incorrecto. El análisis FODA es una herramienta esencial para evaluar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de una empresa.* | |
| Pregunta 5 | | ***Las estrategias de precio solo deben basarse en el costo de producción.*** | |
| Opción a) | *Verdadero* | |  |
| Opción b) | *Falso* | | *X* |
| Comentario respuesta correcta | | *¡Bien hecho! Las estrategias de precio deben considerar factores como el valor percibido por los clientes, los precios de los competidores y la elasticidad de la demanda, no solo el costo de producción.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *No es correcto. Las estrategias de precio deben considerar varios factores, como el valor percibido, los precios de la competencia y la demanda, además del costo de producción.* | |
| Pregunta 6 | | ***La promoción es la única herramienta del marketing mix que se utiliza para comunicar con los clientes.*** | |
| Opción a) | *Verdadero* | |  |
| Opción b) | *Falso* | | *X* |
| Comentario respuesta correcta | | *¡Exacto! Aunque la promoción es una herramienta clave para comunicar, todas las P’s del marketing mix (Producto, Precio, Plaza, Promoción) interactúan para comunicar el valor al cliente.* | |
|  | |  | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *Incorrecto. Todas las P’s del marketing mix (Producto, Precio, Plaza, Promoción) juegan un papel en la comunicación con los clientes.* | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Pregunta 6 | | ***¿Cuál es el propósito principal de un plan de mercadeo en una empresa?*** | |
| Opción a) | *Mejorar la percepción de los consumidores.* | |  |
| Opción b) | *Establecer directrices para alcanzar objetivos comerciales.* | | *X* |
| Opción c) | *Monitorear el desempeño de la competencia.* | |  |
| Opción d) | *Aumentar los ingresos de los clientes potenciales.* | |  |
| Comentario respuesta correcta | | *¡Correcto! El plan de mercadeo proporciona directrices para alcanzar los objetivos comerciales.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *Incorrecto. El plan de mercadeo se enfoca en guiar a la empresa hacia sus objetivos comerciales.* | |
| Pregunta 7 | | ***¿Qué papel tiene el plan de mercadeo en relación con las áreas de ventas y servicio al cliente?*** | |
| Opción a) | *Definir políticas internas de recursos humanos.* | |  |
| Opción b) | *Coordinar acciones para alcanzar los objetivos comerciales.* | | *X* |
| Opción c) | *Mejorar únicamente las ventas del negocio.* | |  |
| Opción d) | *Controlar la satisfacción del cliente.* | |  |
| Comentario respuesta correcta | | *¡Bien hecho! El plan coordina las acciones para lograr los objetivos comerciales.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *Incorrecto. El plan de mercadeo va más allá de ventas y coordina acciones para cumplir objetivos.* | |
| Pregunta 8 | | ***¿Cuál de las siguientes NO es una de las 4 P’s del marketing mix?*** | |
| Opción a) | *Presupuesto* | | *X* |
| Opción b) | *Producto* | |  |
| Opción c) | *Promoción* | |  |
| Opción d) | *Plaza* | |  |
| Comentario respuesta correcta | | *¡Correcto! Presupuesto no forma parte de las 4 P's.* *Retroalimentación incorrecta: No es correcto. Presupuesto no pertenece a las 4 P's del marketing mix.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *Incorrecto. Todas las P’s del marketing mix (Producto, Precio, Plaza, Promoción) juegan un papel en la comunicación con los clientes.* | |
| Pregunta 9 | | ***¿En qué consiste la estrategia de plaza (distribución) en el marketing mix?*** | |
| Opción a) | *Canales utilizados para llevar el producto al consumidor final.* | | *X* |
| Opción b) | *Definición de la imagen de la marca en la industria.* | |  |
| Opción c) | *Estrategia de precios según el valor percibido.* | |  |
| Opción d) | *Creación de campañas para aumentar las ventas.* | |  |
| Comentario respuesta correcta | | *¡Correcto! La estrategia de plaza se refiere a los canales de distribución.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *Incorrecto. La estrategia de plaza se enfoca en la distribución del producto.* | |
| Pregunta 10 | | ***¿Cuál es la importancia del análisis de situación en un plan de marketing?*** | |
| Opción a) | *Verificar la rentabilidad del producto en cada mercado.* | |  |
| Opción b) | *Evaluar el entorno interno y externo de la empresa.* | | *X* |
| Opción c) | *Establecer las políticas de recursos humanos.* | |  |
| Opción d) | *Definir la cultura organizacional.* | |  |
| Comentario respuesta correcta | | *¡Exacto! El análisis de situación se centra en evaluar el entorno.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *Incorrecto. El análisis de situación se enfoca en el entorno interno y externo.* | |

|  |  |
| --- | --- |
| MENSAJE FINAL ACTIVIDAD | |
| Mensaje cuando supera el 70 % de respuestas correctas | *¡Excelente! Lo felicito, ha superado la actividad y demuestra sólidos conocimientos sobre el componente formativo.* |
| Mensaje cuando el porcentaje de respuestas correctas es inferior al 70 % | *No ha superado la actividad. Le recomendamos volver a revisar el componente formativo e intentar nuevamente la actividad didáctica.* |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CONTROL DE REVISIÓN** | | |
|  | **Responsable** | **Fecha** |
| **Revisión Evaluador instruccional** | **Luis Fernando Botero Mendoza** | **Septiembre de 2024** |