|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 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: Portafolio de productos y servicios.*  *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 | | *Identidad corporativa de la empresa* |
| Objetivo de la actividad | | *Identificar los procedimientos relacionados con la imagen y el manual de identidad corporativa, de acuerdo al funcionamiento de la empresa Industria Panificadora Cholita.* |
| *PREGUNTAS:*  *¿Qué es el portafolio de productos de una compañía?*  A) Un conjunto de estrategias de promoción de ventas.  B) El catálogo de productos y servicios que ofrece una compañía. (Correcta)  C) La lista de productos descontinuados.  D) Un plan para mejorar la comunicación interna. | | |
| *¿Qué tipo de producto puede ser considerado "novedoso"?*  A) Un producto que copia a otro en el mercado.  B) Un producto con un sustituto directo.  C) Un producto que no tiene sustituto y es innovador. (Correcta)  D) Un producto que tiene un precio más accesible. | | |
| *¿Cuál es un ejemplo de un producto de "comparación uniforme"?*  A) Un televisor de alta gama.  B) Un coche de lujo.  C) Un par de zapatos con características similares en precio y diseño. (Correcta)  D) Un pastel artesanal con receta única. | | |
| *¿Qué aspecto define un "producto táctico"?*  A) Es el producto más caro de la compañía.  B) Es un producto diseñado para contrarrestar estrategias de la competencia. (Correcta)  C) Es un producto que no genera muchas ventas.  D) Es un producto con un empaque atractivo. | | |
| *¿Qué elemento forma parte de la imagen corporativa?*  A) Estrategias de ventas.  B) Logotipos, tipografías y colores corporativos. (Correcta)  C) Manuales internos de producción.  D) El proceso de creación de productos. | | |
| *¿Qué función cumple el embalaje de un producto?*  A) Almacenar temporalmente productos para su distribución. (Correcta)  B) Aumentar el precio del producto.  C) Mejorar la calidad del producto.  D) Hacer que el producto sea más ligero. | | |
| *¿Qué es una "extensión de línea"?*  A) La eliminación de productos no rentables.  B) La mejora o variación de productos dentro de la misma categoría. (Correcta)  C) El lanzamiento de un nuevo producto en una categoría diferente.  D) La fusión de dos líneas de producto. | | |
| *¿Qué significa el término "mejora hacia abajo" en una línea de productos?*  A) Introducir productos de menor calidad en la línea existente. (Correcta)  B) Disminuir el precio de los productos actuales.  C) Sustituir productos existentes por otros más caros.  D) Expandir el negocio hacia mercados más exigentes. | | |
| *¿Cuál es una característica de los productos de "especialidad"?*  A) Son productos básicos que se compran por necesidad.  B) Tienen características únicas y un precio más elevado. (Correcta)  C) Son productos que se consumen rápidamente.  D) Se venden en grandes cantidades. | | |
| *¿Qué representa el "valor de la marca" para una compañía?*  A) El costo de producción de la marca.  B) La relación emocional y de confianza entre el cliente y la marca. (Correcta)  C) La cantidad de logotipos utilizados por la compañía.  D) El precio de venta de los productos. | | |
| OPCIONES | | |
| MENSAJE FINAL ACTIVIDAD | | |
| Mensaje cuando supera el 70% de respuestas correctas | *¡Excelente! Los términos relacionados denotan el buen conocimiento que posee, con respecto a la imagen e identidad corporativa de la marca.* | |
| Mensaje cuando el porcentaje de respuestas correctas es inferior al 70% | *¡Lo siento! Algunos términos no fueron relacionados adecuadamente. Pero no se desanime y vuelva a intentarlo.* | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CONTROL DE REVISIÓN** | | |
|  | **Responsable** | **Fecha** |
| **Revisión de Estilo** |  |  |
| **Revisión Asesor metodológico** | **Andrés Felipe Velandia Espitia** | **Septiembre de 2024** |