|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 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 Promoción en punto de venta.*  *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 | | *Mercadeo en punto de venta* | |
| Objetivo de la actividad | | *Validar el conocimiento adquirido sobre la promoción en el piunto de venta y sus técnicas.* | |
| Texto descriptivo | | *Lea cada enunciado referente a los temas desarrollados en el componente formativo y elija la opción que le parezca correcta, de todas las opciones solo una es correcta. ¡Adelante!* | |
| PREGUNTAS | | | |
| Pregunta 1 | | ***¿Qué función desempeña el promotor de ventas en el punto de venta?*** | *Rta(s) correcta(s) (x)* |
| Opción a) | Gestionar las tareas de inventario de productos. | |  |
| Opción b) | *Impulsar y cerrar ventas destacando las bondades del producto.* | | *X* |
| Opción c) | *Realizar actividades administrativas en el punto de venta.* | |  |
| Opción d) | *Supervisar el desempeño de los empleados en ventas.* | |  |
| Comentario respuesta correcta | | *¡Correcto! El promotor impulsa las ventas al destacar las bondades del producto.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *Incorrecto. La función principal del promotor es impulsar y cerrar ventas destacando los beneficios del producto.* | |
| Pregunta 2 | | ***¿Qué porcentaje de decisiones de compra se estima que se toman en el punto de venta?*** | |
| Opción a) | *50%* | |  |
| Opción b) | 60% | |  |
| Opción c) | *75%* | | *X* |
| Opción d) | *90%* | |  |
| Comentario respuesta correcta | | *¡Bien hecho! El 75% de decisiones de compra se toman en el punto de venta.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *No es correcto. Aproximadamente el 75% de las decisiones de compra ocurren en el punto de venta.* | |
| Pregunta 3 | | ***¿Cuál es la importancia de conocer el portafolio de productos en la labor del promotor?*** | |
| Opción a) | Permite organizar la exhibición de manera estratégica para el cliente. | | *X* |
| Opción b) | Facilita el proceso de inventario en el punto de venta. | |  |
| Opción c) | *Determina las políticas de precios en el punto de venta.* | |  |
| Opción d) | *Ayuda a gestionar los recursos materiales y humanos en campañas.* | |  |
| Comentario respuesta correcta | | *¡Correcto! Conocer el portafolio facilita la organización estratégica de la exhibición.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *No es correcto. Conocer el portafolio permite organizar estratégicamente la exhibición para el cliente.* | |
| Pregunta 4 | | ***¿Qué se considera una zona “caliente” en el punto de venta?*** | |
| Opción a) | Áreas de alto flujo de clientes y visibilidad del producto. | | *X* |
| Opción b) | Sectores menos transitados y menos visibles. | |  |
| Opción c) | *Espacios donde los clientes se detienen poco tiempo.* | |  |
| Opción d) | *Lugares alejados del área de cajas.* | |  |
| Comentario respuesta correcta | | *¡Exacto! Las zonas “calientes” son de alto flujo y visibilidad.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *Incorrecto. Las zonas “calientes” son áreas de alto tránsito y buena visibilidad.* | |
| Pregunta 5 | | ***¿Cuál de las siguientes estrategias NO es un método físico de merchandising?*** | |
| Opción a) | *Diseño de acceso al punto de venta* | |  |
| Opción b) | *Merchandising sensorial* | | *X* |
| Opción c) | *Identificación de secciones* | |  |
| Opción d) | *Ubicación de productos* | |  |
| Comentario respuesta correcta | | *¡Correcto! El merchandising sensorial es un método psicológico.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *Incorrecto. El merchandising sensorial es un método psicológico, no físico.* | |
| Pregunta 6 | | ***¿Qué técnica promocional permite al cliente obtener una recompensa tangible al realizar la compra?*** | |
| Opción a) | Cupones | |  |
| Opción b) | Muestras gratis | |  |
| Opción c) | *Oferta de premios* | | *X* |
| Opción d) | *Descuentos* | |  |
| Comentario respuesta correcta | | *¡Bien hecho! Las ofertas de premios dan una recompensa tangible.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *No es correcto. La oferta de premios da una recompensa tangible al comprador.* | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Pregunta 7 | | ***En qué consiste la fase de crecimiento en el ciclo de vida de un producto?*** | |
| Opción a) | *La competencia se reduce debido a la saturación del mercado.* | |  |
| Opción b) | *La comercialización aumenta y surgen nuevos competidores.* | | *X* |
| Opción c) | *Las ventas comienzan a estancarse y se ajustan los precios.* | |  |
| Opción d) | *El producto se lanza al mercado con publicidad intensiva.* | |  |
| Comentario respuesta correcta | | *¡Correcto! En esta fase, la comercialización aumenta y aparecen competidores.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *Incorrecto. La fase de crecimiento implica un aumento en la comercialización y competencia.* | |
| Pregunta 8 | | ***¿Qué tipo de cliente en el punto de venta se caracteriza por hablar mucho y ocupar mucho tiempo del promotor?*** | |
| Opción a) | *Cliente acelerado* | |  |
| Opción b) | *Cliente agresivo* | |  |
| Opción c) | *Cliente hablador* | | *X* |
| Opción d) | *Cliente experto* | |  |
| Comentario respuesta correcta | | *¡Correcto! El cliente hablador tiende a ocupar mucho tiempo conversando.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *No es correcto. El cliente hablador ocupa tiempo hablando de varios temas.* | |
| Pregunta 9 | | ***¿Cuál es la principal diferencia entre una degustación y un muestreo?*** | |
| Opción a) | *En la degustación, el consumo es inmediato; en el muestreo, es posterior.* | | *X* |
| Opción b) | *En el muestreo, el producto es gratuito; en la degustación, no.* | |  |
| Opción c) | *La degustación es solo para nuevos productos, el muestreo no.* | |  |
| Opción d) | *El muestreo requiere más recursos publicitarios que la degustación.* | |  |
| Comentario respuesta correcta | | *¡Bien hecho! La degustación implica consumo inmediato, el muestreo es posterior.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *Incorrecto. La degustación se consume inmediatamente, mientras que el muestreo puede consumirse después.* | |
| Pregunta 10 | | ***¿Qué es un planograma y cuál es su propósito principal en el punto de venta?*** | |
| Opción a) | *Un esquema de inventario para organizar el stock* | |  |
| Opción b) | *Una representación gráfica de la disposición de productos* | | *X* |
| Opción c) | *Un método para analizar el flujo de clientes* | |  |
| Opción d) | *Un sistema para calcular los precios de venta* | |  |
| Comentario respuesta correcta | | *¡Exacto! El planograma es una representación gráfica para organizar productos.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *No es correcto. Un planograma organiza visualmente la disposición de productos en el punto de venta.* | |

|  |  |
| --- | --- |
| 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** |