SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA
INSTRUMENTO DE EVALUACION

Regional: Quindío
Centro de formación: Comercio y Turismo
Programa de Formación: VITRINISMO COMO ESTRATEGIA DE COMUNICACION Y MERCADEO
Código del programa: 62120148 NUMERO FICHA: 2482342

Competencia a Desarrollar:

- FORMULAR LA ESTRATEGIA DE MERCHANDISING PARA PRODUCTOS Y SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA SU NATURALEZA Y SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.
- **Resultado de Aprendizaje:**

  01- PLANEAR ACCIONES DE MERCHANDISING DE ACUERDO CON EL ENTORNO Y LA POLÍTICA DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN

  02- REALIZAR LAS ACCIONES A SEGUIR PARA DARLE CUMPLIMIENTO AL PLAN DE IMPLEMENTACIÓN, TENIENDO EN CUENTA LOS LINEAMENTOS DE LA ORGANIZACIÓN.

  03- EXPLICAR LAS ACCIONES DE SEGUIMIENTO AL MERCHANDISING DE ACUERDO A INDICADORES DE GESTIÓN Y POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN

  04- PROYECTAR ANÁLISIS DE RENTABILIDAD DE ACUERDO A LOS INDICADORES DE GESTIÓN Y POLÍTICA DE LA COMPAÑÍA

Actividad:

- Acción propositiva: Cada equipo de trabajo Desarrollará una prueba de conocimiento con conceptos aprendidos hasta el momento a traves de una evaluación didactica, el objetivo identificar temas que se dejan reforzar y hacerlo a traves de dinamicas

Evidencia

Conocimiento: Respuestas de Selección Múltiple de acuerdo a conceptos y principios vistos

Nombre del Aprendiz: sebastian tangarife Nro. Documento: 1091202697
Nombre del Instructor: María Eugenia Ruiz Valencia Nro. Documento: 41896054
Duración de la evaluación: 1 hora

Escaneado con CamScanner

siga SENA	SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA INSTRUMENTO DE EVALUACION

INSTRUCCIONES PARA EL DILIGENCIAMIENTO:

Estimado aprendiz en el desarrollo de este instrumento se valorará la comprensión de los principios y teorías vistas para esta actividad y resultado de aprendizaje, así mismo deberán dar respuestas a las preguntas planteadas, con base en lo visto durante la formación.

CUESTIONARIO

A través del conocimiento que usted adquirió en formación de respuesta a los siguientes interrogantes

Resultado

03-EXPLICAR LAS ACCIONES DE SEGUIMIENTO AL MERCHANDISING DE ACUERDO A INDICADORES DE GESTIÓN Y POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN

1. Marque la respuesta correcta Vitrinismo
   - a. Técnica y estrategia que se aplica a una vitrina o escaparate para que atrape a los consumidores que circulan cerca a la tienda, su objetivo es incitar e invitar a la compra de los productos
   - b. técnica de figuras con vidrios, hacer vitrales

2. los siguientes son algunos tipos de exhibición
   - a. alimentos, textiles, variedades
   - b. horizontal, vertical, en bloque, etc.

3. Según la neurociencia el 70% de la decisión de compra es motivada por
   - a. el impulso visual
   - b. la cantidad de dinero que disponemos

4. Merchandising es
   - a. son determinadas restricciones para realizar actividades
   - b. Conjunto de métodos o técnicas que contribuye a la optimización del espacio de la venta

CS Escaneado con CamScanner

sigа	SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA INSTRUMENTO DE EVALUACION

5. valores de los niveles en la estrategia de exhibición
   a. a la altura de ojos atraer y retener
   b. a la altura de manos atraer y retener

6. otra definición de vitrinismo
   a. saturar el espacio con productos
   b. Comunicación visual y conceptual entre el punto de venta y consumidor

7. Objetivos del vitrinismo
   a. impactar, imagen corporativa, atraer, fidelizar, diferenciar
   b. mostrar lo que menos está rotando para evacuar el producto

8. impactar es
   a. La misma línea
   b. Llamar la atención

9. Atraer es
   a. Motivar
   b. único

10. Tipos de Merchandising según la naturaleza
    a. Presentación o visual, gestión, seducción
    b. nacimiento, ataque, defensa

RESULTADOS: Aprobado [V] No aprobado: [ ]

OBSERVACIONES-RECOMENDACIONES:

Ciudad y fecha de aplicación del instrumento: Armenia, marzo 2022

Sebastian tangarife
FIRMA DEL APRENDIZ

María Eugenia Ruiz Valencia
FIRMA DEL INSTRUCTOR

Escaneado con CamScanner

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA
INSTRUMENTO DE EVALUACION

Regional: Quindío
Centro de formación: Comercio y Turismo
Programa de Formación: VITRINISMO COMO ESTRATEGIA DE COMUNICACION Y MERCADEO
Código del programa: 62120148 NUMERO FICHA: 2509750

Competencia a Desarrollar:

- FORMULAR LA ESTRATEGIA DE MERCHANDISING PARA PRODUCTOS Y SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA SU NATURALEZA Y SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.

- **Resultado de Aprendizaje:**

  01- PLANEAR ACCIONES DE MERCHANDISING DE ACUERDO CON EL ENTORNO Y LA POLÍTICA DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN

  02- REALIZAR LAS ACCIONES A SEGUIR PARA DARLE CUMPLIMIENTO AL PLAN DE IMPLEMENTACIÓN, TENIENDO EN CUENTA LOS LINEAMENTOS DE LA ORGANIZACIÓN.

  03- EXPLICAR LAS ACCIONES DE SEGUIMIENTO AL MERCHANDISING DE ACUERDO A INDICADORES DE GESTIÓN Y POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN

  04- PROYECTAR ANÁLISIS DE RENTABILIDAD DE ACUERDO A LOS INDICADORES DE GESTIÓN Y POLÍTICA DE LA COMPAÑÍA

Actividad:

- Acción propositiva: Cada equipo de trabajo Desarrollará una prueba de conocimiento con conceptos aprendidos hasta el momento a traves de una evaluación didactica, el objetivo identificar temas que se dejan reforzar y hacerlo a traves de dinamicas

Evidencia

Conocimiento: Respuestas de Selección Múltiple de acuerdo a conceptos y principios vistos

Nombre del Aprendiz: Angelica Flora Cifuentes Nro. Documento: 24987635
Nombre del Instructor: María Eugenia Ruiz Valencia Nro. Documento: 41896054
Duración de la evaluación: 1 hora

CS Escaneado con CamScanner

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA
INSTRUMENTO DE EVALUACION

INSTRUCCIONES PARA EL DILIGENCIAMIENTO:

Estimado aprendiz en el desarrollo de este instrumento se valorará la comprensión de los principios y teorías vistas para esta actividad y resultado de aprendizaje, así mismo deberán dar respuestas a las preguntas planteadas, con base en lo visto durante la formación.

CUESTIONARIO

A través del conocimiento que usted adquirió en formación de respuesta a los siguientes interrogantes

Resultado

03-EXPLICAR LAS ACCIONES DE SEGUIMIENTO AL MERCHANDISING DE ACUERDO A INDICADORES DE GESTIÓN Y POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN

1. Marque la respuesta correcta Vitrinismo
   a. Técnica y estrategia que se aplica a una vitrina o escaparate para que atrape a los consumidores que circulan cerca a la tienda, su objetivo es incitar e invitar a la compra de los productos
   b. técnica de figuras con vidrios, hacer vitrales

2. los siguientes son algunos tipos de exhibición
   a. alimentos, textiles, variedades
   b. horizontal, vertical, en bloque, etc.

3. Según la neurociencia el 70% de la decisión de compra es motivada por
   a. el impulso visual
   b. la cantidad de dinero que disponemos

4. Merchandising es
   a. son determinadas restricciones para realizar actividades
   b. Conjunto de métodos o técnicas que contribuye a la optimización del espacio de la venta

CS Escaneado con CamScanner

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA
INSTRUMENTO DE EVALUACION

5. valores de los niveles en la estrategia de exhibición
   a. a la altura de ojos atraer y retener
   b. a la altura de manos atraer y retener

6. otra definición de vitrinismo
   a. saturar el espacio con productos
   b. Comunicación visual y conceptual entre el punto de venta y consumidor

7. Objetivos del vitrinismo
   a. impactar, imagen corporativa, atraer, fidelizar, diferenciar
   b. mostrar lo que menos está rotando para evacuar el producto

8. impactar es
   a. La misma línea
   b. Llamar la atención

9. Atraer es
   a. Motivar
   b. único

10. Tipos de Merchandising según la naturaleza
    a. Presentación o visual, gestión, seducción
    b. nacimiento, ataque, defensa

RESULTADOS: Aprobado [✓] No aprobado: [ ]

OBSERVACIONES-RECOMENDACIONES:

Ciudad y fecha de aplicación del instrumento: Armenia, marzo 2022

FIRMA DEL APRENDIZ

María Eugenia Ruiz Valencia
FIRMA DEL INSTRUCTOR

Escaneado con CamScanner