Powered by CamScanner

SENA

# INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN DE PRODUCTO

| 1. Datos Generales | | | |
|---|---|---|---|
| Regional: | Risaralda | Código | 3158891 |
| Centro de Formación: | CDITI Dosquebradas. | Código | |
| Programa o Acción de Formación: | Fase análisis conexión vocacional | Código | |
| Proyecto Formativo: | Marketing digital para el sistema moda | | |
| Competencia (s): | | | |
| Resultado (s) de Aprendizaje Asociado (s): | RECONOCER EL PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DE LA MARCA. | | |
| Aprendiz evaluado: | Kevin Andres Osorio Bitto | | |
| Evaluador: | 1 Natalia Grisales Osorio<br>2<br>3 | | |
| Fechas de evaluación | Primera Fecha | Segunda Fecha | Tercera Fecha |
| | | | |

## 2. Introducción

Estimado Participante, el instrumento contiene los indicadores que sirven de parámetros para evaluar los siguientes criterios de evaluación:

**RECONOCER EL PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DE LA MARCA.**

Recuerda que debes alcanzar todos los criterios para considerar la evidencia como aprobada

## 3. Instrucciones para el diligenciamiento

Para iniciar la evaluación, por favor sigue las siguientes recomendaciones:

- Anota tu nombre en el espacio correspondiente en la Identificación General.
- Lea con detenimiento cada indicador, pregunte a su instructor(a) si tiene cualquier duda o inquietud.

## 4. Estructura de la lista de verificación

| No. | Criterios e indicadores | Cumple | | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Interpreta los principios orientadores del marketing digital para el sistema moda | Fecha presentación evidencias | | |
| | | 1 | 2 | |
| | | S | N | |
| 1.1 | Presenta una historia coherente que conecta con los valores de la marca | ✓ | | Si porque el video muestra la historia de vida |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1.2 | Incluye personaje o voz narrativa clara | SI | | SI porque utilizamos microfonos para que sea clara la voz |
| 1.3 | Describe un conflicto o situación que despierte emoción/interés | SI | | SI. porque el conflicto conecta con la persona y lo que necesita |
| 1.4 | La solución del conflicto involucra el producto o servicio de moda | SI | | SI porque si vamos a la playa utilizamos algo ecologico |
| 1.5 | Integra elementos visuales (imágenes, ilustraciones, color) que refuercen la historia | SI | | SI porque nos ayuda a mostrar mejor los productos |
| 1.6 | Reconoce el uso del marketing emocional y storytelling en la moda digital. | SI | | |
| 1.7 | Conecta con un público objetivo definido (edad, estilo, valores, etc.) | SI | | SI porque no dirigimos a personas con buen fisico y dinero |
| 1.8 | Utiliza recursos de marketing emocional (empatía, inspiración, pertenencia | SI | | se utiliza mucha empatia para crear lazos emocional |
| 1.9 | Presentación clara, organizada y visualmente atractiva (afiche, video o presentación) | SI | | SI se hace en un ambiente llamativo y agradable |

| 5. Resultado final de la evaluación: | Si | No |
|---|---|---|
| Cumple con todos los criterios de evaluación | ✓ | |

Firma del Evaluado

Firma del Evaluador



Powered by CamScanner