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:	Isabella Parra Gomez		
Evaluador:	1 Natalia Grisales Osorio 2 3		
Fechas de evaluación	Primera Fecha: 5/06/2025	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	X		

Powered by CamScanner

1.2	Incluye personaje o voz narrativa clara	X		nosotras las dueñas de la marca
1.3	Describe un conflicto o situación que despierte emoción/interés	X		las chicas que estan interesadas en bolsos de mano
1.4	La solución del conflicto involucra el producto o servicio de moda	X		bolsos de mano para que no sean dificiles para llevar
1.5	Integra elementos visuales (imágenes, ilustraciones, color) que refuercen la historia	X		Imagenes
1.6	Reconoce el uso del marketing emocional y storytelling en la moda digital.	X		la importancia de un buen bolso.
1.7	Conecta con un público objetivo definido (edad, estilo, valores, etc.)	X		
1.8	Utiliza recursos de marketing emocional (empatía, inspiración, pertenencia	X		
1.9	Presentación clara, organizada y visualmente atractiva (afiche, video o presentación)	X		

5. Resultado final de la evaluación:	Si	No
Cumple con todos los criterios de evaluación	X	

Isabella Parra Gomez
Firma del Evaluado

Firma del Evaluador

Powered by CamScanner