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:	Yennifer Tatiana Lopera Ochoa		
Evaluador:	1 Natalia Grisales Osorio		
	2		
	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	X		Si porque durante el video hay una historia

Powered by CamScanner

1.2	Incluye personaje o voz narrativa clara	Si		Si, utilizamos audifonos y la voz narrativa es clara
1.3	Describe un conflicto o situación que despierte emoción/interés	Si		Si porque lo hizo via cuenta el problema de alguien
1.4	La solución del conflicto involucra el producto o servicio de moda	Si		Si, porque despues demostrar el conflicto la soluciones comparados
1.5	Integra elementos visuales (imágenes, ilustraciones, color) que refuercen la historia	Si		Si, al final del video colocamos imagenes.
1.6	Reconoce el uso del marketing emocional y storytelling en la moda digital.	Si		Si, porque la historia es real y le pasa a muchagente
1.7	Conecta con un público objetivo definido (edad, estilo, valores, etc.)	Si		Si a la personas a que les gusta ficción, etc.
1.8	Utiliza recursos de marketing emocional (empatía, inspiración, pertenencia	Si		Si, porque la persona que narra el problema nos hace sentir la angostia de todas las personas
1.9	Presentación clara, organizada y visualmente atractiva (afiche, video o presentación)	Si		Si, porque hicimos un video corto, pero claro y entendible

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

Firma del Evaluado

Firma del Evaluador

Powered by CamScanner