



PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES

CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN PARA LAS TRABAJADORAS Y TRABAJADORES

UNIDAD DE COMPETENCIA

**“UC2395_2: Prestar servicios de apoyo en acciones de marketing,
publicidad, promoción y venta en eventos”**

LEA ATENTAMENTE LAS INSTRUCCIONES

Conteste a este cuestionario de **FORMA SINCERA**. La información recogida en él tiene **CARÁCTER RESERVADO**, al estar protegida por lo dispuesto en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal.

Su resultado servirá solamente para ayudarle, **ORIENTÁNDOLE** en qué medida posee la competencia profesional de la “UC2395_2: Prestar servicios de apoyo en acciones de marketing, publicidad, promoción y venta en eventos”.

No se preocupe, con independencia del resultado de esta autoevaluación, Ud. **TIENE DERECHO A PARTICIPAR EN EL PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN**, siempre que cumpla los requisitos de la convocatoria.

Nombre y apellidos del trabajador/a: NIF:	Firma:
Nombre y apellidos del asesor/a: NIF:	Firma:

INSTRUCCIONES CUMPLIMENTACIÓN DEL CUESTIONARIO:

Las actividades profesionales aparecen ordenadas en bloques desde el número 1 en adelante. Cada uno de los bloques agrupa una serie de actividades más simples (subactividades) numeradas con 1.1., 1.2.,..., en adelante.

Lea atentamente la actividad profesional con que comienza cada bloque y a continuación las subactividades que agrupa. Marque con una cruz, en los cuadrados disponibles, el indicador de autoevaluación que considere más ajustado a su grado de dominio de cada una de ellas. Dichos indicadores son los siguientes:

1. No sé hacerlo.
2. Lo puedo hacer con ayuda.
3. Lo puedo hacer sin necesitar ayuda.
4. Lo puedo hacer sin necesitar ayuda, e incluso podría formar a otro trabajador o trabajadora.

1: Gestionar la información de la operativa de las acciones comerciales (reuniones, incentivos, congresos y exposiciones - MICE- y acogida en el territorio, entre otros) de acuerdo a los objetivos trazados por la marca/empresa, coordinándose con el resto del equipo de trabajo para ofrecer un servicio de calidad y valor añadido.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
1.1: Obtener la información relativa a la acción comercial (características del producto o servicio, características del territorio, imagen de marca, público objetivo, horario, ubicación, recursos humanos y materiales, entre otras), contrastando las indicaciones del manual de información ("briefing") y la formación específica recibida, vinculándose con la imagen que se quiere transmitir para reforzarla durante su comunicación con el público y consultando las posibles dudas a la persona responsable para garantizar la aplicación de la política promocional definida.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2: Determinar la persona o el equipo de trabajo encargado de la promoción, reconociendo las funciones de cada integrante para facilitar la coordinación durante la campaña comercial.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3: Confirmar la disponibilidad y ubicación de los materiales requeridos para la acción comercial con la persona responsable, verificando que se corresponde con la promoción y cantidad expresada en el manual de información ("briefing").	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.4: Aprovisionar el material promocional informativo y comercial ("merchandising") comprobando su estado de uso y cantidad, anotando y comunicando incidencias o desperfectos a la persona responsable.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



1: Gestionar la información de la operativa de las acciones comerciales (reuniones, incentivos, congresos y exposiciones - MICE- y acogida en el territorio, entre otros) de acuerdo a los objetivos trazados por la marca/empresa, coordinándose con el resto del equipo de trabajo para ofrecer un servicio de calidad y valor añadido.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
1.5: Acondicionar el material promocional que lo requiera para su traslado, en su caso, cumpliendo las indicaciones específicas del manual de información ("briefing"), y/o del fabricante para mantener sus cualidades originales (refrigeración, fragilidad, entre otras).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.6: Revisar el stand atribuido comprobando que responde al perfil definido en el manual de información ("briefing") en función de visibilidad, señalización, iluminación, accesibilidad, conexión a redes sociales, información a ofrecer, regalos promocionales, entre otros, anotando y comunicando incidencias o desperfectos a la persona responsable.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2: Componer la disposición y/o visibilidad del material promocional de la acción comercial en el espacio asignado o punto estratégico, en función de las indicaciones del manual de información ("briefing"), para contribuir a la imagen de marca.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
2.1: Posicionar el material promocional (carteles, promoción del territorio, expositores, stand, material de Publicidad en el Lugar de Venta -PLV-, entre otros), o ayuda a posicionar, según el espacio disponible donde se desarrolla la acción comercial (reuniones, incentivos, congresos y exposiciones -MICE- o áreas donde se practica la acogida territorial, entre otros-, cotejando su estado de uso, cantidad y visibilidad requerida por la imagen de marca.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.2: Ubicar los materiales y el mobiliario auxiliar atribuidos en orden, cantidad y buena disposición, verificando que cumplen los estándares de visibilidad y comunicación comercial de la marca.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.3: Comprobar el estado del material promocional expuesto, garantizado las existencias en función de las demandas previsibles, reponiendo la cantidad establecida de producto durante toda la jornada y sustituyendo aquél que no cumpla con los requisitos de calidad establecidos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.4: Mantener los materiales que requieran una especial conservación, atención o cuidado (temperatura, posición, transporte, entre otros), en todo momento, según las indicaciones recibidas para preservar su durabilidad y estado prescrito.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



2: Componer la disposición y/o visibilidad del material promocional de la acción comercial en el espacio asignado o punto estratégico, en función de las indicaciones del manual de información ("briefing"), para contribuir a la imagen de marca.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
2.5: Acondicionar la muestra comercial, productos, equipos o servicios comprobando la calidad de los mismos de acuerdo con las indicaciones dadas antes de la apertura y después del cierre del stand o recinto, según sea el caso.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3: Atender con cortesía al público a su llegada al stand, espacio o punto de venta, área de acogida territorial, mostrando una cuidada imagen personal y de marca comercial para potenciar la venta o divulgación del producto o servicio.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
3.1: Efectuar la atención al público con cordialidad, iniciativa, simpatía, sonrisa, expresión positiva y sensibilidad, comunicándose si es necesario, en una lengua extranjera con un nivel de usuario independiente, teniendo en cuenta sus demandas de información en caso de que sean solicitadas y aplicando el protocolo establecido en el manual de información ("briefing").	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.2: Captar el público potencial dirigiéndose a él con iniciativa, empatía y esmerada atención facilitándole información promocional válida sobre el producto o servicio.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.3: Mantener impecables la imagen personal y la de la marca durante la acción comercial siguiendo las indicaciones del manual de información ("briefing"), mostrando una actitud personal proactiva siempre con ilusión y servicio a los demás.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4: Asesorar al público objetivo sobre el producto o servicio a mostrar, facilitando el material promocional relativo a muestra, degustación ("sampling"), obsequio, folleto, información territorial, entre otros, para contribuir a la calidad del servicio y a la imagen de marca.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
4.1: Ofrecer el material informativo, promocional o catálogos de la acción	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



4: Asesorar al público objetivo sobre el producto o servicio a mostrar, facilitando el material promocional relativo a muestra, degustación ("sampling"), obsequio, folleto, información territorial, entre otros, para contribuir a la calidad del servicio y a la imagen de marca.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
comercial al público objetivo de forma respetuosa y cortés, transmitiendo con claridad las potencialidades de lo ofertado y estimulando su interés por el producto o servicio.				
4.2: Presentar las promociones y características de la acción comercial de la empresa al público objetivo, personalizando técnicas y habilidades comerciales en consonancia con la tipología de público y mostrando gran capacidad de comunicación.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.3: Ofrecer las muestras (sampling) de producto y/o los obsequios al consumidor potencial, en su caso, implementando técnicas de venta y teniendo en cuenta la política de la campaña comercial.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.4: Servir la degustación del producto, en su caso, potenciando sus cualidades y cuidando el servicio al público e imagen de marca.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.5: Prestar el asesoramiento especializado, en su caso, para el consumo de productos o servicios regulados por normativa específica mostrando una total identificación y conocimiento de sus propiedades o características, en función de la tipología de público a quien se dirige la acción comercial.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.6: Atender las reclamaciones, quejas o sugerencias que demande el público con amabilidad, eficacia y máxima discreción, comunicándose en una lengua extranjera con un nivel de usuario independiente, si procede, y tomando las medidas necesarias para su resolución y/o derivándolas a la persona responsable.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.7: Registrar la información y/o venta realizada, la cantidad del producto o servicio mostrados, material publicitario empleado (muestra-"sampling"), regalo promocional, degustación, entre otros, en su caso, cumplimentando los datos en el soporte indicado como puede ser papel, listado, dispositivo o formato telemático.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5: Acondicionar el material y mobiliario atribuidos, finalizada la acción comercial, disponiendo su traslado para garantizar un posterior uso.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4



5: Acondicionar el material y mobiliario atribuidos, finalizada la acción comercial, disponiendo su traslado para garantizar un posterior uso.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
5.1: Efectuar la despedida al público con naturalidad, aportando la información que requiera y manteniendo una buena imagen de la marca comercial promocionada.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.2: Recoger el material promocional con agilidad confirmando que se encuentra en estado de uso, evitando posibles roturas o deterioros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.3: Acondicionar o entregar el material a la persona responsable, contando los posibles excedentes o carencias y disponiéndolos para su traslado según especificaciones de cada producto.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.4: Cumplimentar la Hoja de Actividad de la Jornada con toda precisión y detalle, anotando en su caso aspectos objetivos (cantidad de producto consumido y/o vendido, número de potenciales compradores encuestados y/o informados, entre otros) y aspectos subjetivos (apreciaciones sobre el desarrollo de la jornada, retroalimentación del público ("feedback"), impresiones obtenidas, entre otros).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>