PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES

CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN PARA LAS TRABAJADORAS Y TRABAJADORES

ESTÁNDAR DE COMPETENCIAS PROFESIONALES "ECP2189_3: Elaborar piezas de marketing y comunicación"

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 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.

Su resultado servirá solamente para ayudarle, **ORIENTÁNDOLE** en qué medida posee la competencia profesional del "ECP2189_3: Elaborar piezas de marketing y comunicación".

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: Planificar el proceso de recopilación y preparación del contenido, texto e imágenes para la elaboración de piezas de marketing y comunicación, en soportes offline y online, respetando la normativa aplicable en materia de propiedad intelectual, derechos de autor y explotación.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
1.1: Planificar la estructura del trabajo a realizar en función de los objetivos de comunicación planteados por las personas responsables de la organización.	☐	☐	☐	☐
1.2: Identificar las fuentes de información secundaria, bancos de imágenes y vídeos de acuerdo a los objetivos, contenido y tipo de soporte, canal o material a realizar.	☐	☐	☐	☐
1.3: Seleccionar los materiales, texto e imágenes, aplicando criterios de pertinencia, prestigio y fiabilidad de la fuente, nivel de actualización, coste y plazo de disponibilidad entre otros, de acuerdo con los objetivos del material a realizar.	☐	☐	☐	☐
1.4: Extraer los materiales, datos e imágenes extraídos de fuentes externas, respetando la normativa aplicable en materia de derechos de explotación y propiedad intelectual.	☐	☐	☐	☐
1.5: Seleccionar los materiales disponibles en bancos de imágenes y videos, teniendo en cuenta su adecuación a los objetivos de comunicación, características técnicas, calidad y presupuesto disponible.	☐	☐	☐	☐

2: Elaborar piezas de marketing y comunicación, aplicando técnicas y programas de diseño y edición a nivel de usuario, para su posterior implementación en los canales designados por la organización.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
2.1: Definir el formato de la pieza (texto, folleto, gráfica, video, audio, infografía y otros), de acuerdo con los objetivos de transmisión de la información, el briefing u otras indicaciones recibidas por parte de la persona solicitante.	☐	☐	☐	☐
2.2: Transmitir las necesidades adicionales, de recursos o profesionales especialistas necesarios para realizar las piezas, a través de los medios propuestos por la organización, a las personas responsables para su provisión.	☐	☐	☐	☐
2.3: Componer la pieza para su posterior maquetación, respetando principios de armonía, proporción, equilibrio, simetría u otros, aplicando, a nivel usuario, programas de diseño y edición.	☐	☐	☐	☐
2.4: Redactar los contenidos textuales de las piezas de forma clara y precisa, con corrección léxica, ortográfica y sintáctica, respetando el manual de estilo e identidad corporativa de la organización.	☐	☐	☐	☐
2.5: Aplicar los requisitos de percepción visual, legibilidad y adaptación a los distintos dispositivos - dimensión, cuerpo de los textos, contrastes de color, hábitos de lectura: de derecha a izquierda, de arriba abajo - del material y su contenido, teniendo en cuenta las técnicas de diseño y edición de materiales y respetando el manual de estilo e identidad corporativa de los elementos que lo precisen.	☐	☐	☐	☐
2.6: Elaborar el material conforme al plan previsto por la organización, cumpliendo el calendario previsto para su realización.	☐	☐	☐	☐

3: Difundir piezas sencillas de marketing y comunicación, para su transmisión al público objetivo, respetando la normativa aplicable en materia de publicidad e identidad corporativa.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
3.1: Difundir el material de acuerdo a lo previsto en el plan de medios, utilizando los soportes y canales de comunicación offline y/u online más eficaces y adecuados para la consecución de los objetivos marcados.	☐	☐	☐	☐
3.2: Cumplir el calendario previsto para la difusión de las piezas de marketing y comunicación se cumple, ejecutando las acciones previstas para cumplir el plan	☐	☐	☐	☐

3: Difundir piezas sencillas de marketing y comunicación, para su transmisión al público objetivo, respetando la normativa aplicable en materia de publicidad e identidad corporativa.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
de medios (formatos y tiempos de entrega) y contactando, en caso necesario, con proveedores externos de estos servicios.				
3.3: Realizar el seguimiento de difusión de materiales, elaborados por otros profesionales externos, de acuerdo a lo previsto en el plan de medios establecido por la organización.	☐	☐	☐	☐
3.4: Conservar la copia de seguridad de los artes finales de las piezas realizadas, clasificada y archivada, en soporte informático durante el tiempo de seguridad que se estime.	☐	☐	☐	☐

4: Actualizar contenidos del sitio web y otros canales digitales internos y externos de la organización, siguiendo las indicaciones establecidas por la misma, para la optimización de la presencia digital de la compañía en dichos medios.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
4.1: Establecer las necesidades de actualización de los canales digitales de comunicación interna y externa de la organización, de acuerdo a criterios relacionados con la periodicidad requerida, la vigencia y relevancia de los contenidos informativos y/o promocionales.	☐	☐	☐	☐
4.2: Adaptar los contenidos, texto e imágenes, en formato y forma, a las especificaciones técnicas de la web y del resto de canales digitales (aplicaciones, blogs, redes sociales, entre otros), teniendo en cuenta los criterios de arquitectura y usabilidad de la información aplicables al canal digital correspondiente.	☐	☐	☐	☐
4.3: Redactar los textos o copywriting, así como la elaboración los elementos visuales y/o audiovisuales asociados para los canales digitales de la organización, de acuerdo a las especificaciones recibidas en relación al contenido, extensión y manual de estilo de la web de la organización.	☐	☐	☐	☐
4.4: Actualizar el contenido de las publicaciones en el sitio web y resto de canales digitales, con la periodicidad determinada por la organización, supervisando la implementación de las modificaciones y utilizando las aplicaciones específicas.	☐	☐	☐	☐

4: Actualizar contenidos del sitio web y otros canales digitales internos y externos de la organización, siguiendo las indicaciones establecidas por la misma, para la optimización de la presencia digital de la compañía en dichos medios.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
4.5: Solventar las posibles incidencias surgidas en el curso de la actualización del contenido del sitio web y resto de canales digitales, recurriendo, si fuera necesario, a profesionales externos.	☐	☐	☐	☐