



PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES

CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN PARA LAS TRABAJADORAS Y TRABAJADORES

UNIDAD DE COMPETENCIA

**“UC0503_3: Organizar y controlar las acciones promocionales
en espacios comerciales”**

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 “UC0503_3: Organizar y controlar las acciones promocionales en espacios comerciales”.

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:

Cada **actividad profesional principal (APP)** se compone de **varias actividades profesionales secundarias (APS)**.

Lea atentamente cada APP y a continuación sus APS. En cada APS marque con una cruz el indicador de autoevaluación que considere más ajustado a su grado de dominio de las APS. 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.

APP1: <i>Determinar los tipos de promociones más adecuadas al establecimiento comercial en función de los objetivos comerciales marcados.</i>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
APS 1.1: Organizar las acciones de merchandising y/o marketing directo definidas en el plan de marketing, aplicando los procedimientos establecidos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
APS 1.2: Organizar campañas promocionales de forma estructurada y programada, ajustando las acciones y/o promociones según los planes establecidos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
APS 1.3: Establecer el tipo de promoción mas adecuado, atendiendo a las características del producto y público objetivo según criterios de rentabilidad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
APS 1.4: Adaptar el tipo de promoción al entorno del establecimiento, en función de las acciones que se están implantando los establecimientos del entorno y de las nuevas tendencias promocionales.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
APS 1.5: Colaborar en la retroalimentación del plan de marketing proponiendo las estanterías o zonas del establecimiento que hay que rentabilizar con artículos en promoción.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
APS 1.6: Determinar la forma y el contenido del mensaje promocional, según el objetivo a alcanzar del plan de ventas o promoción.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



APP2: <i>Implantar las acciones promocionales utilizando técnicas de merchandising.</i>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
APS 2.1: Seleccionar los materiales y/o soportes comerciales a utilizar, según sus características, tipo de promoción y efectos que producen en el consumidor.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
APS 2.2: Determinar el emplazamiento del soporte promocional, según los efectos psicológicos que producen en el consumidor.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
APS 2.3: Organizar la ubicación de las promociones de los productos, en función de la circulación de los clientes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
APS 2.4: Organizar la colocación de las islas, de manera que capten la atención del cliente sobre los productos en oferta y promoción.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
APS 2.5: Organizar la situación de las áreas de base necesarias, forzando el recorrido del cliente por gran parte del establecimiento.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
APS 2.6: Organizar la colocación de los indicadores visuales que informen al cliente de la situación de las áreas promocionales.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
APS 2.7: Organizar el desarrollo de las acciones promocionales teniendo en cuenta la manipulación e información del producto/servicio a realizar, según las características del mismo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

APP3: <i>Intervenir en los procesos de selección y capacitación del personal requerido en la campaña promocional.</i>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
APS 3.1: Definir el perfil del personal necesario, según los tipos de acciones promocionales y el presupuesto disponible.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



APP3: <i>Intervenir en los procesos de selección y capacitación del personal requerido en la campaña promocional.</i>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
APS 3.2: Formar al personal encargado de realizar la promoción, en las características del producto y/o servicio, tipo de cliente y la actitud a adoptar en la atención/información al cliente durante la promoción.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
APS 3.3: Transmitir las instrucciones de la acción promocional al personal correspondiente, de manera clara y precisa y de acuerdo a la normativa de seguridad y prevención de riesgos laborales.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

APP4: <i>Controlar la eficiencia de las acciones promocionales, calculando ratios de control y aplicando medidas de corrección en caso necesario.</i>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
APS 4.1: Establecer los procedimientos de control, permitiendo detectar con rapidez desviaciones de objetivos definidos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
APS 4.2: Calcular los ratios de control de la acción o campaña promocional obteniendo información sobre la rentabilidad que ha supuesto su ejecución.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
APS 4.3: Detectar las desviaciones en el momento adecuado, comparando los resultados con los objetivos perseguidos por la acción promocional.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
APS 4.4: Aplicar las medidas adoptadas cuando se detecta cualquier anomalía/desviación en la ejecución de la campaña promocional, de acuerdo con la responsabilidad asignada.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>