**Relación de actividades realizadas**

|  |
| --- |
| **Identifica la estructura y organización de la empresa, relacionándola con la producción y comercialización de los productos que obtiene.** |
| **ACTIVIDAD** | **SÍ** | **NO** |
| Se han identificado la estructura organizativa de la empresa y las funciones de cada área de esta. |  |  |
| Se ha comparado la estructura de la empresa con las organizaciones empresariales tipo existentes en el sector. |  |  |
| Se han identificado los elementos que constituyen la red logística de la empresa: proveedores, clientes, sistemas de producción y almacenaje, entre otros. |  |  |
| Se han identificado los procedimientos de trabajo en el desarrollo de la prestación de servicio. |  |  |
| Se han valorado las competencias necesarias de los recursos humanos para el desarrollo óptimo de la actividad. |  |  |
| Se ha valorado la idoneidad de los canales de difusión más frecuentes en esta actividad. |  |  |

|  |
| --- |
| **Aplica hábitos éticos y laborales en el desarrollo de su actividad profesional, de acuerdo con las características del puesto de trabajo y con los procedimientos establecidos en la empresa.** |
| **ACTIVIDAD** | **SÍ** | **NO** |
| Actitudes personales (puntualidad, empatía, entre otras) y profesionales (orden, limpieza, seguridad necesarias para el puesto de trabajo, responsabilidad, entre otras). |  |  |
| Se han aplicado los equipos de protección individual según los riesgos de la actividad profesional y las normas de la empresa. |  |  |
| Se ha mantenido una actitud de respeto al medio ambiente en las actividades desarrolladas. |  |  |
| Se ha mantenido organizado, limpio y libre de obstáculos el puesto de trabajo o el área correspondiente al desarrollo de la actividad. |  |  |
| Se ha responsabilizado del trabajo asignado interpretando y cumpliendo las instrucciones recibidas. |  |  |
| Se ha establecido una comunicación eficaz con la persona responsable en cada situación y con los miembros del equipo. |  |  |
| Se ha coordinado con el resto del equipo comunicando las incidencias relevantes que se presenten. |  |  |
| Se ha valorado la importancia de su actividad y la necesidad de adaptación a los cambios de tareas. |  |  |
| Se ha responsabilizado de la aplicación de las normas y procedimientos en el desarrollo de su trabajo. |  |  |

|  |
| --- |
| **Participa en el diseño, aplicación y seguimiento de las políticas de marketing de la empresa, analizando la información disponible en el SIM, la obtenida de la red de ventas y los estudios comerciales realizados.** |
| **ACTIVIDAD** | **SÍ** | **NO** |
| Se han realizado estudios comerciales de interés para la empresa, con vistas a su entrada en nuevos mercados interiores o exteriores. |  |  |
| Se ha seleccionado la forma más adecuada de entrada en un mercado, |  |  |
| analizando los factores que definen la estructura de los canales de distribución. |  |  |
| Se han seleccionado las acciones de comunicación y promoción comercial más adecuadas, evaluando las alternativas disponibles. |  |  |
| Se han analizado las variables del marketing-mix, las tendencias y la evolución del mercado, para mejorar el posicionamiento del producto/servicio, la fidelización de los clientes y el incremento de las ventas. |  |  |
| Se han elaborado informes sobre los productos o servicios, para adecuarlos a |  |  |
| las necesidades de los clientes y a la definición de la política de producto. |  |  |
| Se han elaborado informes sobre los precios adecuados al producto o servicio, analizando los costes, la competencia y las estrategias comerciales en la política de precios. |  |  |
| Se han elaborado informes sobre la forma y el canal de distribución comercial más adecuados al producto o servicio, para la toma de decisiones en la política de distribución. |  |  |

|  |
| --- |
| **Colabora en el lanzamiento e implantación de productos/servicios en el mercado, participando en la gestión de ventas y distribución a través de canales tradicionales y/o electrónicos.** |
| **ACTIVIDAD** | **SÍ** | **NO** |
| Se ha organizado la información disponible del plan de marketing, de informe del producto o servicio, de la red de venta y de los datos de los clientes, para el lanzamiento e implantación de un producto o servicio en el mercado. |  |  |
| Se han definido acciones de marketing y promoción para lanzar y prolongar la existencia de productos y servicios, reforzando la imagen de marca frente a la competencia. |  |  |
| Se ha coordinado la implantación del producto o servicio en la red de ventas, aplicando las técnicas de merchandising y de promoción establecidas. |  |  |
| Se han realizado acciones de prospección de clientes, incorporando a la base de datos la relación de clientes potenciales. |  |  |
| Se ha elaborado el argumentario de ventas y se han realizado acciones de venta de productos o servicios, aplicando técnicas de venta y negociación adecuadas. |  |  |
| Se han atendido y resuelto las reclamaciones presentadas por los clientes o usuarios. |  |  |
| Se han gestionado los procesos de seguimiento y los servicios postventa y de atención al cliente, según criterios establecidos por la empresa. |  |  |
| Se ha utilizado Internet como soporte publicitario de la empresa y de sus productos. |  |  |
| Se han realizado ventas electrónicas de los productos a través de la tienda virtual. |  |  |

|  |
| --- |
| **Colabora en la organización y seguimiento del plan de medios y soportes de comunicación y en la elaboración de materiales publipromocionales e informativos, siguiendo las instrucciones recibidas.** |
| **ACTIVIDAD** | **SÍ** | **NO** |
| Se han recopilado referencias y datos relevantes de diferentes fuentes de información, necesarios para organizar el plan de medios publicitarios. |  |  |
| Se han combinado de forma óptima los soportes de comunicación que hay que utilizar en la elaboración del plan de medios publicitarios. |  |  |
| Se ha realizado el seguimiento y control de la ejecución del plan de medios publicitarios. |  |  |
| Se ha realizado la digitalización de la información sobre noticias aparecidas en medios y soportes de comunicación que afectan al sector productivo de la empresa. |  |  |
| Se han seleccionado los contenidos, textos e imágenes necesarios para la elaboración de materiales de comunicación y marketing, utilizando técnicas de comunicación persuasiva y respetando la normativa vigente y la identidad corporativa. |  |  |
| Se han elaborado materiales publipromocionales e informativos, utilizando técnicas y aplicaciones informáticas de diseño y edición. |  |  |
| Se han realizado acciones de difusión de materiales publipromocionales e informativos, de acuerdo con el plan de difusión de la empresa. |  |  |
| Se han utilizado las principales herramientas publicitarias en Internet, para llevar a cabo acciones de carácter publipromocional e informativo. |  |  |

|  |
| --- |
| **Participa en la gestión económica y financiera de la empresa, siguiendo las****instrucciones recibidas.** |
| **ACTIVIDAD** | **SÍ** | **NO** |
| Se han identificado los organismos que informan sobre la obtención de ayudas y subvenciones públicas para la adquisición y renovación de activos. |  |  |
| Se han identificado los instrumentos financieros y de crédito más habituales para la financiación de las inversiones y se ha gestionado la obtención de un crédito o un préstamo en una entidad financiera. |  |  |
| Se han realizado gestiones relacionadas con el pago, cobro y financiación de |  |  |
| la compraventa de productos y servicios. |  |  |
| Se han elaborado y gestionado facturas, recibos y documentos de cobro y pago de los productos vendidos o servicios prestados, aplicando las normas mercantiles y fiscales de facturación. |  |  |
| Se han desarrollado tareas de organización, registro y archivo de la documentación generada en la empresa. |  |  |
| Se ha interpretado la normativa y los requerimientos de emisión y recepción de facturas electrónicas y se han analizado las ventajas y beneficios que reporta la facturación electrónica. |  |  |
| Se han calculado costes y se ha determinado la rentabilidad de las inversiones y la solvencia y eficiencia de la empresa, analizando los datos económicos y la información contable disponible. |  |  |
| Se ha participado en el proceso contable y fiscal de la empresa, aplicando la normativa mercantil y fiscal vigente y los principios y normas del Plan General Contable. |  |  |

|  |
| --- |
| **Participa en el desarrollo de la política de relaciones públicas de la empresa y en la organización y gestión de eventos de marketing y comunicación, siguiendo los criterios y protocolo establecidos.** |
| **ACTIVIDAD** | **SÍ** | **NO** |
| Se ha colaborado en la planificación y organización de diferentes acciones de |  |  |
| comunicación y relaciones públicas de la empresa. |  |  |
| Se han determinado los espacios, instalaciones y servicios que se requieren para la celebración de los eventos de marketing y comunicación que se llevan a cabo en la empresa. |  |  |
| Se ha contactado con distintos proveedores de eventos y acciones de marketing y comunicación, para solicitar ofertas y condiciones de prestación de servicios. |  |  |
| Se han evaluado ofertas de diferentes proveedores según criterios de precio, calidad y servicio, seleccionando la más conveniente para la empresa. |  |  |
| Se ha utilizado la vestimenta y comportamiento adecuados en los actos y eventos oficiales, aplicando técnicas de comunicación verbal y no verbal según pautas y protocolos definidos. |  |  |
| Se han detectado y solucionado a tiempo los errores surgidos en la programación y desarrollo de un evento o acto de comunicación protocolario. |  |  |
| Se han elaborado cuestionarios para medir el grado de satisfacción de los asistentes a un evento de marketing y comunicación. |  |  |