

<b>ALUMNO</b>		<b>CALIFICACIÓN:</b>	
---------------	--	----------------------	--

**TRABAJO ARGUMENTARIO DE PRODUCTO LUJO**

%	ELEMENTO	Puntos	CRITERIOS DE CALIFICACIÓN	0	0,25	0,5	0,75	1
80%	INFORME O CATÁLOGO	0,5	Limpieza, buena presentación, carácter corporativo					
		0,5	Se ajusta a las normas dadas en clase sobre tipos de letra a utilizar, tamaños, fondos, colores, etc.					
		0,5	La PORTADA se ajusta a lo que se ha pedido					
		1	Se exponen correctamente las CARACTERÍSTICAS del productos relacionándolas con los BENEFICIOS					
		0,5	Se nombran PRODUCTOS COMPETIDORES, incluyendo imagen y resaltando las diferencias					
		1	Se hace una correcta segmentación de la CLIENTELA y se informa del tratamiento que va a llevarse con cada uno de los grupos.					
		0,5	Se aplica correctamente el MÉTODO SPIN para detectar las necesidades del cliente					
		1	Se contemplan las OBJECIONES más importantes que le puede plantear un cliente, así como las réplicas que se va a dar a cada una de ellas. Todo ello relacionado.					
		0,5	Se ofrecen productos de venta cruzada o CROSS SELLING, con imágenes e información.					
		0,5	Se ofrecen productos de venta al alza o UP SELLING, con imágenes e información.					
		0,5	Se enumeran correctamente las FUENTES utilizadas					
		0,5	Se deja un CONTACTO del vendedor					
		0,5	Valoración global del informe: semejanza con documento corporativo real					
			Subtotales					
			<b>TOTAL</b>					

<b>ALUMNO</b>		<b>CALIFICACIÓN:</b>	
---------------	--	----------------------	--

--	--	--	--	--

%	ELEMENTO	Puntos	CRITERIOS DE CALIFICACIÓN	0	0,125	0,25	0,5
20%	CUÑA PUBLICITARIA	0,25	Volumen de voz				
		0,25	Habla a una velocidad adecuada, haciendo sus pausas de forma natural.				
		0,25	Pronuncia bien las palabras y los finales				
		0,25	Entonación: demuestra pasión y entusiasmo por el producto que vende				
		0,25	La información se presenta de modo fluido, sin pausas ni cortes				
		0,25	La información sigue la estructura facilitada en clase				
		0,5	Valoración global del trabajo: semejanza con una cuña empresarial real				
			Subtotales				
			<b>TOTAL</b>				

COMENTARIOS: