## 3.2.1 Publicidad, objetivo empresarial y clasificación de medios

*Objetivo: Clasificar los medios publicitarios disponibles según sus características, ventajas, desventajas y criterios técnicos de clasificación.*

# LISTA DE CHEQUEO

| | |
|---|---|
| **Resultado de Aprendizaje:** | RAP 1 — Seleccionar los medios a pautar |
| **Aprendiz:** | _____ |
| **Fecha:** | _____ Instructor(a): _____ |

*Producto a verificar: Matriz preliminar de medios (mínimo 5 medios analizados)*

| N.° | Criterio a verificar | Sí | No | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Analiza el objetivo publicitario de la PYME y el tiempo en que desea alcanzarlo | | | |
| 2 | Investiga y presenta mínimo 5 medios disponibles para la campaña | | | |
| 3 | Clasifica cada medio según poder discriminante, alcance geográfico, divisibilidad, economía de acceso y rentabilidad | | | |
| 4 | Evalúa ventajas y desventajas de cada medio frente a la situación de comunicación de la PYME | | | |
| 5 | Registra tarifas y descuentos generales conocidos de cada medio investigado | | | |
| 6 | Presenta la matriz de medios preliminar completamente diligenciada | | | |

## 3.2.1 Publicidad, objetivo empresarial y clasificación de medios

*Objetivo: Clasificar los medios publicitarios disponibles según sus características, ventajas, desventajas y criterios técnicos de clasificación.*

| | |
|---|---|
| **Valoración global:** | ☐ Cumple satisfactoriamente ☐ Cumple con observaciones ☐ No cumple / requiere repetir la actividad |

Observaciones generales:

---

Firma del instructor(a): _____

Firma del aprendiz: _____