3.3.2 RAP 2 — Documento de pauta publicitaria de la campaña

Objetivo: Integrar y consolidar todos los componentes de la pauta publicitaria en un documento estructurado (RAP 2).

RÚBRICA ANALÍTICA

Resultado de Aprendizaje:	RAP 2 — Trabajo de apropiación (documento con valor evaluativo)
Aprendiz:	_____
Fecha:	_____ Instructor(a): _____

Producto a evaluar: Documento de pauta publicitaria completo (Word y Excel)

Criterio	Excelente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Insuficiente (1)
Objetivos de la pauta	Cumple completamente: alinea con claridad los objetivos de la pauta con los objetivos de comunicación	Cumple en su mayoría: alinea con claridad los objetivos de la pauta con los objetivos de comunicación, con detalles menores por ajustar.	Cumple parcialmente: alinea con claridad los objetivos de la pauta con los objetivos de comunicación, requiere ajustes importantes.	No cumple o cumple mínimamente con: alinea con claridad los objetivos de la pauta con los objetivos de comunicación.
Distribución de la pauta	Cumple completamente: distribuye la pauta de forma coherente por medio, por período y por presupuesto	Cumple en su mayoría: distribuye la pauta de forma coherente por medio, por período y por presupuesto, con detalles menores por ajustar.	Cumple parcialmente: distribuye la pauta de forma coherente por medio, por período y por presupuesto, requiere ajustes importantes.	No cumple o cumple mínimamente con: distribuye la pauta de forma coherente por medio, por período y por presupuesto.
Métricas de cobertura	Cumple completamente: calcula correctamente Reach, Readership y los distintos Share (Voice, Market, Audience)	Cumple en su mayoría: calcula correctamente Reach, Readership y los distintos Share (Voice, Market, Audience), con detalles menores por ajustar.	Cumple parcialmente: calcula correctamente Reach, Readership y los distintos Share (Voice, Market, Audience), requiere ajustes importantes.	No cumple o cumple mínimamente con: calcula correctamente Reach, Readership y los distintos Share (Voice, Market, Audience).
Métricas de impacto	Cumple completamente: calcula correctamente rating, frecuencia efectiva, GRP y TGRP	Cumple en su mayoría: calcula correctamente rating, frecuencia efectiva, GRP y TGRP, con detalles menores por ajustar.	Cumple parcialmente: calcula correctamente rating, frecuencia efectiva, GRP y TGRP, requiere ajustes importantes.	No cumple o cumple mínimamente con: calcula correctamente rating, frecuencia efectiva, GRP y TGRP.
Calendario de tiempos y frecuencia	Cumple completamente: presenta un calendario de tiempos y frecuencia verificado y coherente	Cumple en su mayoría: presenta un calendario de tiempos y frecuencia verificado y coherente, con detalles menores por ajustar.	Cumple parcialmente: presenta un calendario de tiempos y frecuencia verificado y coherente, requiere ajustes importantes.	No cumple o cumple mínimamente con: presenta un calendario de tiempos y frecuencia verificado y coherente.
Análisis de efectividad y frecuencia	Cumple completamente: argumenta con claridad la efectividad y frecuencia de la pauta propuesta	Cumple en su mayoría: argumenta con claridad la efectividad y frecuencia de la pauta propuesta, con detalles menores por ajustar.	Cumple parcialmente: argumenta con claridad la efectividad y frecuencia de la pauta propuesta, requiere ajustes importantes.	No cumple o cumple mínimamente con: argumenta con claridad la efectividad y frecuencia de la pauta propuesta.

3.3.2 RAP 2 — Documento de pauta publicitaria de la campaña

Objetivo: Integrar y consolidar todos los componentes de la pauta publicitaria en un documento estructurado (RAP 2).

Puntaje obtenido:	_____ / 24 puntos

Observaciones generales:

Firma del instructor(a): _____

Firma del aprendiz: _____