3.1.1 — ¿Qué hace que un mensaje realmente venda?

Programa: Comunicación Comercial (524113) | Competencia: Diseñar estrategias de comunicación con base en las características del producto o servicio y el mercado | Fase: Actividad de reflexión inicial

Objetivo de la actividad:

Sensibilizar al aprendiz frente a la diferencia entre comunicar por costumbre y comunicar con intención estratégica, mediante el análisis crítico de piezas publicitarias reales de PYMES de Risaralda.

Nombre del aprendiz:		Fecha:	
PYME asignada:		Ficha:	

Rúbrica de evaluación:

N.°	Criterio de Evaluación	Puntaje Máximo	Puntaje Obtenido	Observaciones
1	Responde las preguntas orientadoras con argumentos propios y pertinentes	25		
2	Identifica los elementos (texto, imagen, color, tono) que generan recordación en el mensaje analizado	20		
3	Argumenta con criterio propio si el mensaje es claro y persuasivo	20		
4	Redacta una conclusión personal sobre la importancia de la estrategia en la comunicación comercial	20		
5	Presenta el documento con portada y estructura solicitada dentro del plazo establecido	15		
		100		

Escala de valoración cualitativa:

Excelente: 90 - 100	Bueno: 75 - 89	Aceptable: 60 - 74	Insuficiente: menor a 60

Observaciones generales del instructor:

Firma del aprendiz

Firma de la instructora