3.2.10 — Fuentes de investigación de audiencias

Programa: Comunicación Comercial (524113) | Competencia: Diseñar estrategias de comunicación con base en las características del producto o servicio y el mercado | Fase: Contextualización y apropiación — Bloque B (RAP 2 y RAP 3)

Objetivo de la actividad:

Consultar e interpretar fuentes de investigación de audiencias (EGM, IBOPE, AIMC u otras) para fundamentar con evidencia las decisiones de medios de la campaña.

Nombre del aprendiz:		Fecha:	
PYME asignada:		Ficha:	

Rúbrica de evaluación:

N.°	Criterio de Evaluación	Puntaje Máximo	Puntaje Obtenido	Observaciones
1	Consulta datos de fuentes disponibles sobre consumo de medios del target de la PYME	25		
2	Identifica correctamente qué medios consume con mayor frecuencia el público objetivo	20		
3	Contrasta los medios que usa hoy la PYME frente a los que realmente consume su target	25		
4	Ajusta la matriz de medios candidatos con base en los datos de audiencia consultados	20		
5	Registra las fuentes consultadas y los datos relevantes encontrados	10		
		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