3.2.12 — Presupuesto publicitario: tarifas, descuentos y distribución

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:

Construir el presupuesto completo de la campaña de la PYME a partir de tarifas reales investigadas en medios locales de Risaralda.

Nombre del aprendiz:		Fecha:	
PYME asignada:		Ficha:	

Rúbrica de evaluación:

N.°	Criterio de Evaluación	Puntaje Máximo	Puntaje Obtenido	Observaciones
1	Investiga tarifas reales de los medios seleccionados en Risaralda	25		
2	Identifica descuentos disponibles (por volumen, frecuencia o temporada)	15		
3	Define el presupuesto total disponible para la campaña	15		
4	Distribuye el presupuesto entre los medios seleccionados con justificación técnica	20		
5	Estima el costo de producción de las piezas publicitarias	15		
6	Verifica que el presupuesto sea suficiente para el alcance y la frecuencia objetivo	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