3.2.13 — Técnicas de elaboración del plan de medios

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 la estructura completa del plan de medios de la PYME, integrando objetivos, selección de medios, soportes, calendario de inserciones y presupuesto.

Nombre del aprendiz:		Fecha:	
PYME asignada:		Ficha:	

Rúbrica de evaluación:

N.°	Criterio de Evaluación	Puntaje Máximo	Puntaje Obtenido	Observaciones
1	Define los objetivos del plan de medios alineados con los objetivos de comunicación	15		
2	Selecciona definitivamente los medios (tradicionales y digitales) con justificación técnica	20		
3	Selecciona soportes, vehículos y espacios específicos dentro de cada medio	15		
4	Define el alcance y la frecuencia objetivo de la campaña	15		
5	Construye el calendario de inserciones por semana o por mes	15		
6	Elabora la matriz de medios completa e integra el presupuesto al plan	20		
		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