3.2.14 — Eficacia publicitaria y evaluación de campañas reales

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:

Analizar una campaña publicitaria real aplicando los criterios de eficacia del mensaje, de los medios y global, y extraer conclusiones aplicables al plan de medios propio.

Nombre del aprendiz:		Fecha:	
PYME asignada:		Ficha:	

Rúbrica de evaluación:

N.°	Criterio de Evaluación	Puntaje Máximo	Puntaje Obtenido	Observaciones
1	Aplica correctamente la guía de análisis a la campaña seleccionada	20		
2	Evalúa el nivel de recordación y claridad del mensaje	20		
3	Evalúa la coherencia entre el medio utilizado y el mensaje	20		
4	Participa activamente en el debate grupal sobre los hallazgos	15		
5	Extrae mínimo 3 conclusiones aplicables al plan de medios de la propia PYME	25		
		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