3.2.3 — El briefing publicitario

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 A (RAP 1)

Objetivo de la actividad:

Construir el briefing publicitario completo de la PYME, integrando el diagnóstico, el análisis del marketing mix y el perfil del público objetivo construidos previamente.

Nombre del aprendiz:		Fecha:	
PYME asignada:		Ficha:	

Rúbrica de evaluación:

N.°	Criterio de Evaluación	Puntaje Máximo	Puntaje Obtenido	Observaciones
1	Redacta el background de la empresa con historia, situación actual y contexto de mercado	15		
2	Describe con claridad el producto o servicio	10		
3	Define los requerimientos publicitarios: nivel de precios, participación en el mercado y competencia	20		
4	Formula el posicionamiento deseado de la marca	15		
5	Formula objetivos de comunicación claros y medibles	20		
6	Estima un presupuesto para la campaña	10		
7	El briefing es coherente con el diagnóstico y el perfil del público objetivo construidos previamente	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