3.2.6 — Proceso creativo, percepción y actitud del consumidor

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:

Aplicar técnicas de generación de ideas para formular el concepto creativo de la campaña de la PYME, en coherencia con la plataforma de comunicación ya definida.

Nombre del aprendiz:		Fecha:	
PYME asignada:		Ficha:	

Rúbrica de evaluación:

N.°	Criterio de Evaluación	Puntaje Máximo	Puntaje Obtenido	Observaciones
1	Genera mínimo 10 ideas creativas mediante la técnica de lluvia de ideas	25		
2	Selecciona la idea más potente con justificación basada en percepción y motivación del consumidor	25		
3	Formula un concepto creativo claro que da unidad a la campaña	25		
4	Verifica la coherencia del concepto con la promesa, el reason why y el tono	15		
5	Presenta oralmente el concepto ante el grupo para validación colectiva	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