3.2.7 — Código de autorregulación publicitaria y ética en comunicación

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:

Evaluar la estrategia de comunicación y el concepto creativo de la PYME frente a los principios de veracidad, lealtad, legalidad y respeto al consumidor establecidos en la normatividad publicitaria.

Nombre del aprendiz:		Fecha:	
PYME asignada:		Ficha:	

Rúbrica de evaluación:

N.°	Criterio de Evaluación	Puntaje Máximo	Puntaje Obtenido	Observaciones
1	Revisa si la promesa es verdadera, comprobable y no induce a error al consumidor	25		
2	Revisa si el concepto creativo respeta la dignidad de las personas y evita estereotipos discriminatorios	25		
3	Revisa si el mensaje clave cumple los principios de veracidad, lealtad y legalidad	20		
4	Identifica posibles riesgos éticos o legales en la campaña diseñada	15		
5	Ajusta y documenta los elementos que no cumplían la normatividad	15		
		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