3.2.8 — Tipos y características de los medios publicitarios

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:

Investigar y analizar los medios publicitarios disponibles en Risaralda, relacionándolos con el perfil del público objetivo de la PYME, para construir una primera matriz de medios candidatos.

Nombre del aprendiz:		Fecha:	
PYME asignada:		Ficha:	

Rúbrica de evaluación:

N.°	Criterio de Evaluación	Puntaje Máximo	Puntaje Obtenido	Observaciones
1	Investiga medios disponibles en Risaralda: radio, impresos, digitales y publicidad exterior	20		
2	Clasifica correctamente los medios investigados en masivos, directos y digitales	15		
3	Analiza la pertinencia de cada medio frente al target, el costo y el impacto esperado	25		
4	Analiza casos reales de empresas similares y los medios que utilizan	15		
5	Construye la matriz de medios candidatos con mínimo 5 medios analizados	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