3.2.9 — Estrategias de comunicación en medios digitales

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:

Diseñar la estrategia de comunicación digital de la PYME, integrada a la estrategia general, definiendo plataformas, contenidos, segmentación, objetivos, presupuesto y métricas digitales.

Nombre del aprendiz:		Fecha:	
PYME asignada:		Ficha:	

Rúbrica de evaluación:

N.°	Criterio de Evaluación	Puntaje Máximo	Puntaje Obtenido	Observaciones
1	Selecciona y justifica las plataformas digitales más pertinentes para el target	20		
2	Define el tipo de contenido, formato y tono para cada plataforma	20		
3	Identifica las opciones de segmentación disponibles en cada plataforma	15		
4	Define los objetivos digitales de la campaña (alcance, engagement, tráfico o conversión)	15		
5	Estima el presupuesto digital de la campaña	10		
6	Identifica las métricas digitales clave de medición (alcance, impresiones, CTR, engagement, conversión)	10		
7	Integra la estrategia digital al mapa de medios general de la campaña	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