3.3.2 — RAP 2 — Plan de medios completo para la campaña de la PYME

Programa: Comunicación Comercial (524113) | Competencia: Diseñar estrategias de comunicación con base en las características del producto o servicio y el mercado | Fase: Trabajo integrador final

Objetivo de la actividad:

Integrar y consolidar en un documento el plan de medios completo de la PYME: selección de medios, métricas, presupuesto, calendario y estrategia digital.

Nombre del aprendiz:		Fecha:	
PYME asignada:		Ficha:	

Rúbrica de evaluación:

N.°	Criterio de Evaluación	Puntaje Máximo	Puntaje Obtenido	Observaciones
1	Presenta los objetivos del plan de medios alineados con los objetivos de comunicación	10		
2	Presenta la mezcla de medios (tradicionales y digital) con justificación técnica y sustento en datos de audiencia	20		
3	Presenta la tabla de métricas: GRP, alcance, frecuencia, OTS, CPM y CPR por medio	20		
4	Presenta el presupuesto completo con tarifas investigadas y distribución por medio	15		
5	Presenta la selección de soportes, vehículos y espacios específicos	10		
6	Presenta el calendario de inserciones y la matriz de medios completa	15		
7	Presenta la estrategia digital integrada: plataformas, formatos, segmentación y métricas	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