3.3.3 — RAP 3 — Evaluación y optimización del plan de medios

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:

Evaluar el plan de medios diseñado, analizar su eficacia y coherencia frente a los objetivos de la campaña, y proponer ajustes sustentados en indicadores y en la matriz de análisis triádico.

Nombre del aprendiz:		Fecha:	
PYME asignada:		Ficha:	

Rúbrica de evaluación:

N.°	Criterio de Evaluación	Puntaje Máximo	Puntaje Obtenido	Observaciones
1	Revisa el cumplimiento de los objetivos de alcance, frecuencia e impacto del plan	15		
2	Presenta la tabla de indicadores verificados: GRP, alcance, frecuencia, OTS, CPM y CPR	15		
3	Presenta los resultados de la matriz de análisis triádico aplicada al plan	15		
4	Analiza la eficacia del mensaje, de los medios y la eficacia global	20		
5	Identifica mínimo 3 oportunidades de mejora o ineficiencias detectadas	15		
6	Propone ajustes al plan con justificación técnica	10		
7	Presenta conclusiones finales sobre la eficiencia de la inversión publicitaria proyectada	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