

Lista de cotejo Micro Campaña
Puntos=1.0

Nombre de los integrantes:	Alejandro Casablanca Hernández Ángel Fabrizzio García Pinto Melissa Izquierdo Luna Rosita López Juárez				
Núm. de equipo:					
Criterios	4 (0.17)	3 (0.14)	2 (0.10)	1 (0.01)	Subtotal
Contenido Se describe un plan que comprende: (a) público objetivo (audiencia concreta); (b) propósito de la campaña; (c) estudio de mercado (alcance en función del público objetivo y lo que se espera de la campaña); (d) calendarización de actividades y responsables de la ejecución (ordenadas en secuencia lógica de desarrollo, descripción y duración de cada una y roles como producción, diseño, redacción, gestión, etc.); (e) presupuesto aplicado y cómo se administró; (f) las piezas o diseños que se realizaron y la selección de los medios (tradicionales o digitales) que se utilizaron para comunicar el mensaje.		X			0.14
Especificaciones detalladas del: (1) Producto/Servicio. Está definido de manera clara la idea a promover en la campaña. Esta debe mostrar un diseño de lo que se espera comunicar con eslogan y logotipo. (2) Mensaje. Se define claramente qué es lo que se quiso comunicar o dar a entender en la micro-campaña. Existe consistencia entre el diseño, el lenguaje utilizado y el público al que va dirigido. (3) Contenido. Contiene los elementos estructurados con títulos y subtítulos en orden secuencial lógico que permite comprender el desarrollo de la campaña. No se presentan errores ortográficos y se respeta la redacción con APA.		X			0.14

Nombre de los integrantes:	Alejandro Casablanca Hernández Ángel Fabrizzio García Pinto Melissa Izquierdo Luna Rosita López Juárez				
Núm. de equipo:					
Criterios	4 (0.17)	3 (0.14)	2 (0.10)	1 (0.01)	Subtotal
Presentación académica. Comprende: portada, introducción, contenido, conclusión y referencias.	X				0.17
Cumplimiento. Se entrega en tiempo y forma de acuerdo con lo establecido en la planeación didáctica.	X				0.17
			Total		0.62