



GUÍA DE EVIDENCIA DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA

“UC2188_3: Asistir en la organización y seguimiento del plan de medios y soportes establecido”

**CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: GESTIÓN DE MARKETING
Y COMUNICACIÓN**

Código: COM652_3

NIVEL: 3



1. ESPECIFICACIONES DE EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA

Dado que la evaluación de la competencia profesional se basa en la recopilación de pruebas o evidencias de competencia generadas por cada persona candidata, el referente a considerar para la valoración de estas evidencias de competencia (siempre que éstas no se obtengan por observación del desempeño en el puesto de trabajo) es el indicado en los apartados 1.1 y 1.2 de esta GEC, referente que explicita la competencia recogida en las realizaciones profesionales y criterios de realización de la UC2188_3: Asistir en la organización y seguimiento del plan de medios y soportes establecido.

1.1. Especificaciones de evaluación relacionadas con las dimensiones de la competencia profesional.

Las especificaciones recogidas en la GEC deben ser tenidas en cuenta por el asesor o asesora para el contraste y mejora del historial formativo de la persona candidata (especificaciones sobre el saber) e historial profesional (especificaciones sobre el saber hacer y saber estar).

Lo explicitado por la persona candidata durante el asesoramiento deberá ser contrastado por el evaluador o evaluadora, empleando para ello el referente de evaluación (UC y los criterios fijados en la correspondiente GEC) y el método que la Comisión de Evaluación determine. Estos métodos pueden ser, entre otros, la observación de la persona candidata en el puesto de trabajo, entrevistas profesionales, pruebas objetivas u otros. En el punto 2.1 de esta Guía se hace referencia a los mismos.

Este apartado comprende las especificaciones del “saber” y el “saber hacer”, que configuran las “competencias técnicas”, así como el “saber estar”, que comprende las “competencias sociales”.

a) Especificaciones relacionadas con el “saber hacer”.

La persona candidata demostrará el dominio práctico relacionado con las actividades profesionales principales y secundarias que intervienen en la asistencia en la organización y seguimiento de planes de medios y soportes, y que se indican a continuación:

Nota: A un dígito se indican las actividades principales y a dos las actividades secundarias relacionadas.

1. Preparar la organización del plan de medios obteniendo información.

- 1.1 Identificar las fuentes de información utilizando técnicas de búsqueda.
- 1.2 Identificar las variantes y datos de la campaña de comunicación partiendo del análisis del *briefing* de medios del producto/servicios.



- 1.3 Seleccionar los medios publicitarios disponibles en función del carácter de la campaña.
- 1.4 Obtener los datos de los medios y soportes relevantes utilizando fuentes de información fiables.
- 1.5 Obtener ofertas de espacios publicitarios y condiciones de aparición consultando sus condiciones, en caso necesario.
- 1.6 Presentar los datos e información de medios permitiendo comparar y analizar la información.

2. Colaborar en la elaboración del plan de medios de acuerdo con los objetivos de la campaña de comunicación.

- 2.1 Obtener información relativa a la publicidad del sector y protección de los derechos del consumidor detectando las limitaciones publicitarias de cada producto o servicio.
- 2.2 Calcular el coste de las opciones de las distintas combinaciones a partir de las tarifas y condiciones de los medios.
- 2.3 Considerar el impacto de las distintas combinaciones utilizando ratios de impacto GRP, CPM u otros datos objetivos.
- 2.4 Contrastar las posibles combinaciones de medios con las necesidades y presupuesto disponible rentabilizando los recursos.
- 2.5 Proponer la combinación de medios valorando el cuadro comparativo de la campaña en medios.

3. Controlar el cursaje de emisión para la ejecución del plan de medios considerando el tiempo y la forma.

- 3.1 Monitorizar la emisión del plan de medios utilizando diversos instrumentos (lectura, audición y visualización entre otros).
- 3.2 Comprobar la aparición de los elementos/formas publicitarios en los distintos medios y soportes de acuerdo a las condiciones contratadas.
- 3.3 Transmitir los posibles errores, desviaciones u omisiones detectados según el protocolo establecido.
- 3.4 Medir la eficacia y rentabilidad del plan de medios registrando los datos de seguimiento y control.
- 3.5 Elaborar el informe de control de emisión según las especificaciones.

4. Controlar la emisión de contenidos no pagados siguiendo criterios establecidos.

- 4.1 Seleccionar los medios y soportes objeto de control según criterios establecidos.
- 4.2 Rastrear los medios y soportes objeto de control localizando los contenidos relacionados con las palabras-clave objeto de seguimiento.
- 4.3 Digitalizar los contenidos localizados archivándolos en un registro convencional e informático.
- 4.4 Localizar los contenidos en medios no escritos viendo las imágenes y tomando los datos de tiempo, entre otros.
- 4.5 Realizar el informe de cobertura informativo/mediática incluyendo contenidos localizados, fecha y lugar de publicación.

- Desarrollar las actividades siguiendo criterios establecidos.

b) Especificaciones relacionadas con el “saber”.



La persona candidata, en su caso, deberá demostrar que posee los conocimientos técnicos (conceptos y procedimientos) que dan soporte a las actividades profesionales implicadas en las realizaciones profesionales de la UC2188: asistir en la organización y seguimiento del plan de medios y soportes. Estos conocimientos se presentan agrupados a partir de las actividades profesionales principales que aparecen en cursiva y negrita:

1. Preparación de la organización del plan de medios.

- Planificación de medios.
 - Fuentes de información e investigación de medios. Medios, soportes y formas publicitarias: características y diferencias. Internet como medio publicitario.
 - Ventajas e inconvenientes de los distintos soportes y formas publicitarias. Criterios de elección de medios y soportes. Tarifas y otros criterios de selección de medios.
 - Métodos de medición de audiencias e impacto: audiencia, CPM, cobertura, frecuencia.

2. Colaboración en la elaboración del plan de medios.

- Gestión del plan de medios de comunicación.
 - El proceso ejecución del plan de medios. Relaciones entre agencias y anunciantes. Relaciones entre agencias y los medios.
- Cálculo de costes.
 - Parámetros y tarifas.
 - Ratios de impacto GRP y CPM, entre otros.

3. Control del cursaje de emisión.

- Contratación de inserciones y desarrollo de campañas publicitarias.
- Gestión del cursaje de emisión. Elaboración de órdenes de cursaje.

4. Control de la emisión de contenidos no pagados.

- Control de contenidos pagados y no pagados. Diferencias y similitudes del proceso de control. Técnicas y herramientas de control de emisión.
- Elaboración del *pressclipping* e informes de cobertura informativa.

Saberes comunes que dan soporte a las actividades profesionales de esta unidad de competencia.

- Normativa aplicable y código deontológico de la publicidad.
- Normativa aplicable relativa a la protección de datos y a los derechos de los consumidores.

c) Especificaciones relacionadas con el “saber estar”.

La persona candidata debe demostrar la posesión de actitudes de comportamiento en el trabajo y formas de actuar e interactuar, según las siguientes especificaciones:



1. En relación con la empresa deberá:
 - 1.1 Demostrar capacidad de integración y adaptación al estilo organizativo de la empresa
 - 1.2 Transmitir información de manera ordenada, clara y precisa
 - 1.3 Responsabilizarse del trabajo que se desarrolla y del cumplimiento de los objetivos, así como en la asunción de riesgos y en los errores y fracasos.

2. En relación con la organización del trabajo deberá:
 - 2.1 Gestionar el tiempo de trabajo (incluye aspectos como cumplir plazos establecidos, priorización de tareas, u otros).
 - 2.2 Gestionar la información y de los recursos materiales y monetarios.
 - 2.3 Mantener el área de trabajo en orden y limpieza y colaborar con el grupo con esta finalidad.
 - 2.4 Establecer objetivos de producción y hacer readaptaciones.

3. En relación con otras personas deberá:
 - 3.1 Orientar al cliente demostrando interés y preocupación por atender satisfactoriamente sus necesidades.
 - 3.2 Demostrar cierto grado de autonomía en la resolución de contingencias.
 - 3.3 Asignar objetivos y tareas a las personas adecuadas para realizar el trabajo y planifica su seguimiento.

4. En relación con las capacidades personales deberá:
 - 4.1 Actuar en el trabajo siempre de forma eficiente bajo cualquier presión exterior o estrés.
 - 4.2 Tener un comportamiento responsable.
 - 4.3 Mostrar capacidad de iniciativa.
 - 4.4 Emplear tiempo y esfuerzo en ampliar conocimientos e información complementaria para aplicarlos en el trabajo.
 - 4.5 Interpretar y ejecutar las instrucciones de trabajo.
 - 4.6 Ser meticuloso en cuanto a la resolución total de una tarea o asunto hasta el final y en todas las áreas que envuelva.

1.2. Situaciones profesionales de evaluación y criterios de evaluación.

La situación profesional de evaluación define el contexto profesional en el que se tiene que desarrollar la misma. Esta situación permite al evaluador o evaluadora obtener evidencias de competencia de la persona candidata que incluyen, básicamente, todo el contexto profesional de la Unidad de Competencia implicada.

Así mismo, la situación profesional de evaluación se sustenta en actividades profesionales que permiten inferir competencia profesional respecto a la práctica totalidad de realizaciones profesionales de la Unidad de Competencia.



Por último, indicar que la situación profesional de evaluación define un contexto abierto y flexible, que puede ser completado por las CC.AA., cuando éstas decidan aplicar una prueba profesional a las personas candidatas.

En el caso de la asistencia en la organización y seguimiento del plan de medios y soportes establecido, se tiene una situación profesional de evaluación y se concreta en los siguientes términos:

1.2.1. Situación profesional de evaluación.

a) Descripción de la situación profesional de evaluación.

En esta situación profesional, la persona candidata demostrará la competencia requerida en el establecimiento de las necesidades de cobertura informativa en distintos soportes de prensa de un contenido definido y aplicación de técnicas de seguimiento de la cobertura, partiendo de un plan de medios establecido. Esta situación comprenderá al menos las siguientes actividades:

1. Obtener la información.
2. Determinar la combinación de medios.
3. Controlar el cursaje de emisión de contenidos.

Condiciones adicionales:

- Se dispondrá de equipamientos, medios materiales y ayudas técnicas requeridas por la situación profesional de evaluación.
- Se comprobará la capacidad de la persona candidata en respuesta a contingencias.
- Se asignará un tiempo total para que la persona candidata demuestre su competencia en condiciones de estrés profesional.

b) Criterios de evaluación asociados a la situación de evaluación.

Con el objeto de optimizar la validez y fiabilidad del resultado de la evaluación, esta Guía incluye unos criterios de evaluación integrados y, por tanto, reducidos en número. Cada criterio de evaluación está formado por un criterio de mérito significativo, así como por los indicadores y escalas de desempeño competente asociados a cada uno de dichos criterios.

En la situación profesional de evaluación, los criterios se especifican en el cuadro siguiente:



<i>Criterios de mérito</i>	<i>Indicadores, escalas y umbrales de desempeño competente</i>
<i>Obtención de información.</i>	<ul style="list-style-type: none">- Utilización de técnicas de búsqueda de información.- Identificación de las variables de la campaña de comunicación.- Obtención de datos de los medios y soportes relevantes.- Organización y presentación de los datos. <p><i>El umbral de desempeño competente requiere el cumplimiento total de este criterio en todas las actividades.</i></p>
<i>Determinación de la combinación de medios.</i>	<ul style="list-style-type: none">- Cálculo de costes de las opciones posibles.- Consideración del impacto de cada opción.- Valoración comparativa de las posibilidades.- Redacción de un informe respecto a la combinación del plan de medios. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala A.</i></p>
<i>Control del cursaje de emisión.</i>	<ul style="list-style-type: none">- Identificación de variables de control.- Identificación de ratios de medición de audiencia e impacto de medios.- Determinación de los instrumentos de control.- Cálculo de ratios de impacto.- Comprobación de de la aparición de los elementos/formas publicitarios.- Redacción del informe de cobertura mediática de contenidos. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala B.</i></p>

Escala A

5	<i>Se calculan los costes de las distintas combinaciones de medios a utilizar en la campaña. Se utilizan ratios de impacto GRP y CPM para medir el posible impacto de las distintas combinaciones. Se contrastan las posibles combinaciones de medios con los requerimientos y con los presupuestos disponibles. Se redacta una propuesta de combinación de medios razonada.</i>
4	<i>Se calculan los costes de las distintas combinaciones de medios a utilizar en la campaña, cometiendo errores no significativos. Se utilizan ratios de impacto GRP y CPM para medir el posible impacto de las distintas combinaciones. Se contrastan las posibles combinaciones de medios con los requerimientos y con los presupuestos disponibles. Se redacta una propuesta de combinación de medios razonada.</i>
3	<i>Se calculan los costes de las distintas combinaciones de medios a utilizar en la campaña, cometiendo errores no significativos. Se utilizan ratios de impacto GRP y CPM para medir el posible impacto de las distintas combinaciones. Se contrastan parcialmente las posibles combinaciones de medios con los requerimientos y con los presupuestos disponibles. Se redacta una propuesta de combinación de medios razonada.</i>
2	<i>Se calculan los costes de las distintas combinaciones de medios a utilizar en la campaña, cometiendo errores significativos. No se mide el posible impacto de las distintas combinaciones. Se contrastan parcialmente las posibles combinaciones de medios con los requerimientos y con los presupuestos disponibles. Se redacta una propuesta de combinación de medios razonada.</i>
1	<i>Se calculan los costes de las distintas combinaciones de medios a utilizar en la campaña, cometiendo errores significativos. No se mide el posible impacto de las distintas combinaciones. Se contrastan parcialmente las posibles combinaciones de medios con los requerimientos y con los presupuestos disponibles. Se redacta una propuesta de combinación de medios no razonada.</i>

Nota: el umbral de desempeño competente corresponde a la descripción establecida en el número 4 de la escala.

Escala B

5	<i>Se identifica la calidad de la inserción, las condiciones de aparición y la paginación. Se identifican las ratios de medición (frecuencia, tiempo y audición, entre otros) y se determinan los instrumentos de control. Se calculan las ratios de impacto GRP y CPM. Se redacta el informe de cobertura mediática especificando la eficacia, rentabilidad y posibilidades de mejora del plan de medios.</i>
4	<i>Se identifica la calidad de la inserción, las condiciones de aparición y la paginación. Se identifican las ratios de medición (frecuencia, tiempo y audición, entre otros) y se determinan los instrumentos de control. Se calculan las ratios de impacto GRP y CPM cometiendo leves errores. Se redacta el informe de cobertura mediática especificando la eficacia, rentabilidad y posibilidades de mejora del plan de medios.</i>
3	<i>Se identifica la calidad de la inserción, las condiciones de aparición y la paginación. Se identifican parcialmente las ratios de medición (frecuencia, tiempo y audición, entre otros) y se determinan los instrumentos de control. Se calculan las ratios de impacto GRP y CPM cometiendo errores. Se redacta el informe de cobertura mediática especificando la eficacia, rentabilidad y posibilidades de mejora del plan de medios.</i>
2	<i>Se identifica la calidad de la inserción, las condiciones de aparición y la paginación. Se identifican parcialmente las ratios de medición (frecuencia, tiempo y audición, entre otros) y se determinan los instrumentos de control. Se calculan las ratios de impacto GRP y CPM cometiendo graves errores. Se redacta el informe de cobertura mediática especificando la eficacia, rentabilidad pero no se consideran las posibilidades de mejora del plan de medios.</i>
1	<i>Se identifica la calidad de la inserción, las condiciones de aparición y la paginación. Se identifican parcialmente las ratios de medición (frecuencia, tiempo y audición, entre otros) y se determinan los instrumentos de control. No se calculan las ratios de impacto GRP y CPM ni se redacta el informe de cobertura mediática.</i>

Nota: el umbral de desempeño competente corresponde a la descripción establecida en el número 4 de la escala.

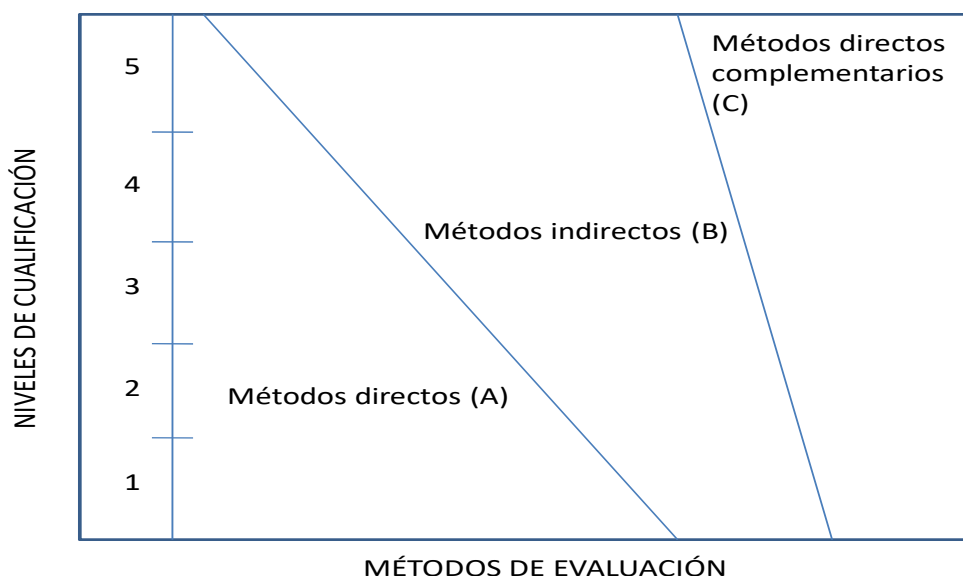
2. MÉTODOS DE EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA Y ORIENTACIONES PARA LAS COMISIONES DE EVALUACIÓN Y EVALUADORES/AS

La selección de métodos de evaluación que deben realizar las Comisiones de Evaluación será específica para cada persona candidata, y dependerá fundamentalmente de tres factores: nivel de cualificación de la unidad de competencia, características personales de la persona candidata y evidencias de competencia indirectas aportadas por la misma.

2.1. Métodos de evaluación y criterios generales de elección.

Los métodos que pueden ser empleados en la evaluación de la competencia profesional adquirida por las personas a través de la experiencia laboral, y vías no formales de formación son los que a continuación se relacionan:

- a) **Métodos indirectos:** Consisten en la valoración del historial profesional y formativo de la persona candidata; así como en la valoración de muestras sobre productos de su trabajo o de proyectos realizados. Proporcionan evidencias de competencia inferidas de actividades realizadas en el pasado.
- b) **Métodos directos:** Proporcionan evidencias de competencia en el mismo momento de realizar la evaluación. Los métodos directos susceptibles de ser utilizados son los siguientes:
- Observación en el puesto de trabajo (A).
 - Observación de una situación de trabajo simulada (A).
 - Pruebas de competencia profesional basadas en las situaciones profesionales de evaluación (C).
 - Pruebas de habilidades (C).
 - Ejecución de un proyecto (C).
 - Entrevista profesional estructurada (C).
 - Preguntas orales (C).
 - Pruebas objetivas (C).



Fuente: Leonard Mertens (elaboración propia)

Como puede observarse en la figura anterior, en un proceso de evaluación que debe ser integrado (“holístico”), uno de los criterios de elección depende del nivel de cualificación de la UC. Como puede



observarse, a menor nivel, deben priorizarse los métodos de observación en una situación de trabajo real o simulada, mientras que, a niveles superiores, debe priorizarse la utilización de métodos indirectos acompañados de entrevista profesional estructurada.

La consideración de las características personales de la persona candidata, debe basarse en el principio de equidad. Así, por este principio, debe priorizarse la selección de aquellos métodos de carácter complementario que faciliten la generación de evidencias válidas. En este orden de ideas, nunca debe aplicarse una prueba de conocimientos de carácter escrito a un candidato de bajo nivel cultural al que se le aprecien dificultades de expresión escrita. Una conversación profesional que genere confianza sería el método adecuado.

Por último, indicar que las evidencias de competencia indirectas debidamente contrastadas y valoradas, pueden incidir decisivamente, en cada caso particular, en la elección de otros métodos de evaluación para obtener evidencias de competencia complementarias.

2.2. Orientaciones para las Comisiones de Evaluación y Evaluadores.

- a) Cuando la persona candidata justifique sólo formación no formal y no tenga experiencia en la asistencia en la organización y seguimiento del plan de medios y soportes establecido., se le someterá, al menos, a una prueba profesional de evaluación y a una entrevista profesional estructurada sobre la dimensión relacionada con el “saber” y “saber estar” de la competencia profesional.
- b) En la fase de evaluación siempre se deben contrastar las evidencias indirectas de competencia presentadas por la persona candidata. Deberá tomarse como referente la UC, el contexto que incluye la situación profesional de evaluación, y las especificaciones de los “saberes” incluidos en las dimensiones de la competencia. Se recomienda utilizar una entrevista profesional estructurada.
- c) Si se evalúa a la persona candidata a través de la observación en el puesto de trabajo, se recomienda tomar como referente los logros expresados en las realizaciones profesionales considerando el contexto expresado en la situación profesional de evaluación.
- d) Si se aplica una prueba práctica, se recomienda establecer un tiempo para su realización, considerando el que emplearía un/a profesional competente, para que el evaluado trabaje en condiciones de estrés profesional.
- e) Por la importancia del “saber estar” recogido en la letra c) del apartado 1.1 de esta Guía, en la fase de evaluación se debe comprobar la competencia



de la persona candidata en esta dimensión particular, en los aspectos considerados.

- f) Si se utiliza la entrevista profesional para comprobar lo explicitado por la persona candidata se tendrán en cuenta las siguientes recomendaciones:

Se estructurará la entrevista a partir del análisis previo de toda la documentación presentada por la persona candidata, así como de la información obtenida en la fase de asesoramiento y/o en otras fases de la evaluación.

La entrevista se concretará en una lista de cuestiones claras, que generen respuestas concretas, sobre aspectos que han de ser explorados a lo largo de la misma, teniendo en cuenta el referente de evaluación y el perfil de la persona candidata. Se debe evitar la improvisación.

El evaluador o evaluadora debe formular solamente una pregunta a la vez dando el tiempo suficiente de respuesta, poniendo la máxima atención y neutralidad en el contenido de las mismas, sin enjuiciarlas en ningún momento. Se deben evitar las interrupciones y dejar que la persona candidata se comunique con confianza, respetando su propio ritmo y solventando sus posibles dificultades de expresión.

Para el desarrollo de la entrevista se recomienda disponer de un lugar que respete la privacidad. Se recomienda que la entrevista sea grabada mediante un sistema de audio vídeo previa autorización de la persona implicada, cumpliéndose la ley de protección de datos.