

Rúbrica Analítica para Evaluar la Oferta de Proyecto en Hotelería y Turismo

Rúbrica Analítica | Economía, Administración & Contaduría | Hotelería y turismo | 4 niveles

Descripción

Esta rúbrica tiene como objetivo evaluar la capacidad del estudiante para determinar y segmentar la oferta de un proyecto en Hotelería y Turismo, identificando claramente los elementos que componen la oferta y su adecuación al mercado objetivo. La evaluación se realiza a través de criterios específicos con niveles que van desde Excelente hasta Bajo.

Rúbrica

Rúbrica Analítica para Evaluar la Oferta de Proyecto en Hotelería y Turismo

Esta rúbrica tiene como objetivo evaluar la capacidad del estudiante para determinar y segmentar la oferta de un proyecto en Hotelería y Turismo, identificando claramente los elementos que componen la oferta y su adecuación al mercado objetivo. La evaluación se realiza a través de criterios específicos con niveles que van desde Excelente hasta Bajo.

Criterios de Evaluación	Excelente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
Claridad en la Identificación de la Oferta	Describe claramente todos los elementos de la oferta con detalles precisos y completos.	Identifica la mayoría de los elementos de la oferta con detalles adecuados.	Menciona algunos elementos de la oferta pero con poca precisión o detalles limitados.	No identifica o describe de forma confusa los elementos de la oferta.
Segmentación de la Oferta	Segmenta la oferta de forma precisa, considerando criterios relevantes y diferenciando claramente los segmentos.	Segmenta la oferta con criterios adecuados, aunque con alguna imprecisión o falta de profundidad.	Segmenta la oferta de manera general, sin criterios claros o poco coherentes.	No realiza segmentación o la segmentación es incorrecta o insuficiente.

Criterios de Evaluación	Excelente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
Adecuación de la Oferta al Mercado Objetivo	La oferta está perfectamente alineada con las necesidades y preferencias del mercado objetivo.	La oferta es mayormente adecuada, con pequeñas áreas de mejora para el mercado objetivo.	La oferta muestra adecuada conexión con el mercado objetivo pero con limitaciones evidentes.	La oferta no se ajusta al mercado objetivo o está mal enfocada.
Innovación en la Propuesta de Valor	Presenta propuestas innovadoras que diferencian la oferta claramente en el mercado.	Incluye algunas ideas novedosas que aportan valor a la oferta.	Se observan intentos limitados de innovación, pero poco relevantes.	No presenta ninguna innovación o propuesta diferenciadora.
Coherencia entre Segmentación y Estrategia de Oferta	Existe una relación lógica y coherente entre los segmentos definidos y la estrategia propuesta.	La coherencia es buena pero con algunos aspectos que podrían mejorarse.	La coherencia es débil o inconsistente en varios aspectos.	No hay coherencia entre segmentación y estrategia de oferta.
Presentación y Organización de la Oferta	Presenta la oferta de forma clara, ordenada y profesional, facilitando su comprensión.	La presentación es clara y organizada, aunque con detalles mejorables.	La organización es pobre o genera confusión en algunos puntos.	La presentación es desordenada, dificultando la comprensión.
Uso de Datos y Evidencias para Sustentar la Oferta	Utiliza datos relevantes y evidencias sólidas para respaldar la oferta y segmentación.	Emplea algunos datos y evidencias adecuados, aunque no siempre suficientes.	Utiliza datos limitados o poco relevantes para sustentar la propuesta.	No utiliza datos ni evidencias para apoyar la oferta.
Originalidad y Creatividad en la Propuesta	Demuestra alta creatividad y originalidad, aportando ideas únicas y atractivas.	Muestra creatividad en varios aspectos, aunque con ideas comunes.	Presenta poca creatividad, basándose en ideas convencionales.	No demuestra creatividad ni originalidad en la propuesta.