

Rúbrica Analítica para Evaluar la Campaña de Concientización sobre el Impacto Ambiental de las Tecnologías

Rúbrica Analítica | Tecnología e Informática | Tecnología | 4 niveles

Descripción

Esta rúbrica está diseñada para alumnos de 2do año de secundaria y evalúa la elaboración de una campaña de concientización que permita reconocer las ventajas y desventajas de las tecnologías cotidianas e incentive su uso responsable y sustentable.

Rúbrica

Rúbrica Analítica para Evaluar la Campaña de Concientización sobre el Impacto Ambiental de las Tecnologías

Esta rúbrica está diseñada para alumnos de 2do año de secundaria y evalúa la elaboración de una campaña de concientización que permita reconocer las ventajas y desventajas de las tecnologías cotidianas e incentive su uso responsable y sustentable.

Criterios	Excelente	Muy Bueno	Satisfactorio	Mejorable
Búsqueda de información Recopilación de datos relevantes y actuales sobre el impacto ambiental de las tecnologías.	Incluye información variada, precisa y actualizada de fuentes confiables y bien seleccionadas.	Información adecuada y mayormente actualizada con fuentes mayormente confiables.	Información básica, con algunas imprecisiones o fuentes poco claras.	Información insuficiente, desactualizada o sin fuentes claras.

Criterios	Excelente	Muy Bueno	Satisfactorio	Mejorable
Análisis de la problemática Comprensión y explicación clara de las ventajas y desventajas ambientales de las tecnologías.	Analiza en profundidad las ventajas y desventajas, mostrando comprensión crítica y detallada.	Describe claramente la mayoría de las ventajas y desventajas, con buen nivel de comprensión.	Reconoce algunas ventajas y desventajas, pero con explicaciones superficiales.	No identifica claramente las ventajas ni desventajas o las explica incorrectamente.
Diseño de la campaña Creatividad y organización en la presentación de la campaña.	Campaña muy creativa, bien organizada y atractiva, facilita la comprensión y el interés.	Campaña clara y organizada con elementos creativos que apoyan el mensaje.	Campaña algo organizada pero con poca creatividad o elementos que distraen.	Campaña desorganizada, poco atractiva o difícil de entender.
Pertinencia con la problemática Relación directa entre la campaña y el impacto ambiental de las tecnologías cotidianas.	La campaña está totalmente alineada y aborda directamente la problemática ambiental.	La campaña aborda la problemática con buena pertinencia y relación clara.	La campaña tiene relación limitada o poco clara con la problemática ambiental.	La campaña no se relaciona con la problemática ambiental o es irrelevante.
Propuestas de soluciones Acciones concretas para un uso responsable y sustentable de las tecnologías.	Presenta soluciones innovadoras, claras y factibles que promueven un cambio real.	Propone soluciones claras y viables que pueden contribuir al cambio.	Incluye algunas propuestas pero poco claras o difíciles de implementar.	No presenta soluciones concretas o son irreales/impracticables.
Comunicación y lenguaje Claridad, coherencia y adecuación del lenguaje para el público objetivo.	Lenguaje claro, preciso y adecuado para la audiencia; mensaje coherente y motivador.	Lenguaje claro y adecuado; mensaje comprensible y coherente.	Lenguaje básico con algunas incoherencias o términos poco adecuados.	Lenguaje confuso, inadecuado o poco coherente para la audiencia.