

Rúbrica Analítica para Evaluar el Diseño de Estrategias de Marketing

Rúbrica Analítica | Economía, Administración & Contaduría | Administración | 5 niveles

Descripción

Esta rúbrica está diseñada para evaluar la capacidad de estudiantes de posgrado para diseñar estrategias de marketing que sean coherentes con los objetivos organizacionales y fundamentadas en un análisis profundo del mercado. Se valoran aspectos clave de la planificación, análisis, creatividad y alineación estratégica.

Rúbrica

Rúbrica Analítica para Evaluar el Diseño de Estrategias de Marketing

Esta rúbrica está diseñada para evaluar la capacidad de estudiantes de posgrado para diseñar estrategias de marketing que sean coherentes con los objetivos organizacionales y fundamentadas en un análisis profundo del mercado. Se valoran aspectos clave de la planificación, análisis, creatividad y alineación estratégica.

Criterios de Evaluación	Excelente	Sobresaliente	Bueno	Aceptable	Bajo
Coherencia con Objetivos Organizacionales	La estrategia está perfectamente alineada con los objetivos organizacionales, demostrando comprensión profunda y conexión clara en todos los aspectos.	La estrategia muestra fuerte alineación con los objetivos organizacionales, con mínimas áreas de mejora en la conexión.	La estrategia está generalmente alineada con los objetivos, aunque algunas partes presentan inconsistencias leves.	La estrategia muestra una alineación limitada o poco clara con los objetivos organizacionales.	La estrategia no está alineada con los objetivos organizacionales o carece de conexión evidente.

Criterios de Evaluación	Excelente	Sobresaliente	Bueno	Aceptable	Bajo
Análisis del Mercado	Presenta un análisis exhaustivo, detallado y actualizado del mercado, incluyendo segmentación, competencia y tendencias relevantes.	Realiza un análisis completo y bien fundamentado, con pocos aspectos faltantes o superficiales.	El análisis cubre los elementos básicos pero carece de profundidad o detalles importantes.	El análisis es superficial, incompleto o contiene errores significativos en la interpretación del mercado.	No presenta análisis del mercado o es incorrecto y poco fundamentado.
Innovación y Creatividad en la Estrategia	La estrategia incorpora ideas altamente innovadoras y creativas que agregan valor diferencial a la organización.	Incluye elementos creativos que aportan valor y muestran originalidad en la propuesta.	Presenta algunas ideas innovadoras, aunque no son consistentes o muy relevantes.	La estrategia muestra poca creatividad y se basa en planteamientos convencionales sin valor añadido.	Ausencia de innovación o creatividad, estrategia rígida y poco atractiva.
Segmentación y Público Objetivo	Define segmentación precisa y detallada con comprensión clara del público objetivo y sus necesidades específicas.	Segmenta correctamente y presenta un buen entendimiento del público objetivo.	Segmentación general adecuada, pero con poca profundidad en la caracterización del público.	Segmentación poco clara o inconsistencias en la definición del público objetivo.	No identifica o segmenta adecuadamente al público objetivo.
Selección y Justificación de Canales de Distribución	Selecciona canales óptimos y justifica con argumentos sólidos basados en análisis del mercado y los objetivos.	Elige canales apropiados con justificaciones claras y relevantes.	Selecciona canales pertinentes pero la justificación es limitada o poco detallada.	La selección de canales es cuestionable o poco respaldada por análisis.	No justifica ni selecciona canales adecuados para la estrategia.

Criterios de Evaluación	Excelente	Sobresaliente	Bueno	Aceptable	Bajo
Integración de Mix de Marketing (4P's)	Integra de manera equilibrada y coherente producto, precio, plaza y promoción, optimizando la estrategia global.	Buena integración del mix de marketing con algunos aspectos mejorables en coherencia o balance.	Integración básica con algunas inconsistencias en la relación entre los elementos del mix.	Integración débil o desequilibrada que afecta la efectividad de la estrategia.	No evidencia integración o presenta elementos contradictorios en el mix de marketing.
Viabilidad y Sustentabilidad de la Estrategia	Demuestra claramente la viabilidad práctica y sustentabilidad a largo plazo de la estrategia con soporte financiero y operativo.	La estrategia es viable y sustentable con mínimas áreas que requieren mayor análisis.	Viabilidad aceptable pero con algunas dudas o riesgos no totalmente abordados.	Viabilidad limitada o sustentabilidad poco clara, con riesgos significativos no mitigados.	Estrategia inviable o insustentable, sin respaldo adecuado para su implementación.
Presentación y Claridad del Documento	Documento muy bien organizado, claro, sin errores gramaticales y con uso efectivo de recursos visuales.	Presentación clara y ordenada con mínimos errores y buena comunicación de ideas.	Presentación adecuada aunque con algunos errores o falta de claridad en ciertos puntos.	Documento confuso o desorganizado con errores que dificultan la comprensión.	Presentación pobre, con errores graves que impiden entender la propuesta.