

Rúbrica Analítica para Evaluar Propuesta de Marketing Promocional y Campaña Publicitaria

Rúbrica Analítica | Economía, Administración & Contaduría | Marketing y publicidad | 5 niveles

Descripción

Esta rúbrica está diseñada para evaluar de manera detallada las propuestas de marketing promocional y campañas publicitarias presentadas por estudiantes universitarios, considerando aspectos clave que garantizan una estrategia efectiva y coherente con los objetivos del proyecto.

Rúbrica

Rúbrica Analítica para Evaluar Propuesta de Marketing Promocional y Campaña Publicitaria

Esta rúbrica está diseñada para evaluar de manera detallada las propuestas de marketing promocional y campañas publicitarias presentadas por estudiantes universitarios, considerando aspectos clave que garantizan una estrategia efectiva y coherente con los objetivos del proyecto.

Criterios de Evaluación	Excelente (5)	Sobresaliente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
Claridad y definición de objetivos	Los objetivos están claramente definidos, son específicos, medibles y alineados perfectamente con la campaña.	Objetivos bien definidos y generalmente alineados con la campaña, con ligera falta de especificidad o medición.	Objetivos identificados pero con ambigüedades o falta de alineación parcial con la campaña.	Objetivos poco claros o vagamente relacionados con la campaña.	Objetivos ausentes, confusos o no relacionados con la campaña.
Creatividad e innovación en la propuesta	La propuesta muestra ideas originales y creativas que aportan valor distintivo y atractivo.	Ideas creativas con algunos elementos innovadores, aunque en parte convencionales.	Creatividad moderada con uso de conceptos comunes y pocas innovaciones.	Poca creatividad, se basa en ideas muy tradicionales y sin elementos novedosos.	Falta total de creatividad; la propuesta es repetitiva o copia sin aportes originales.

Criterios de Evaluación	Excelente (5)	Sobresaliente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
Segmentación y conocimiento del público objetivo	Segmentación precisa y detallada, demostrando profundo conocimiento del público objetivo.	Segmentación adecuada con buen conocimiento del público, aunque con detalles mejorables.	Segmentación general con alguna comprensión del público objetivo, pero poco detallada.	Segmentación limitada o poco clara que no refleja un conocimiento adecuado del público.	No se identifica ni comprende al público objetivo.
Selección y justificación de canales promocionales	Los canales seleccionados son óptimos, variados y justificados con argumentos sólidos y pertinentes.	Buena selección de canales con justificación adecuada, aunque con algunas limitaciones.	Selección aceptable de canales, justificación limitada o poco convincente.	Canales poco adecuados o justificación insuficiente.	Selección inadecuada o ausencia de justificación para los canales promocionales.
Coherencia y consistencia del mensaje publicitario	El mensaje es claro, coherente y consistente en todos los elementos de la propuesta.	Mensaje generalmente coherente y consistente, con mínimas discrepancias.	Mensaje con ciertas inconsistencias o falta de claridad en algunos elementos.	Mensaje poco coherente o inconsistente, dificultando la comprensión.	Mensaje confuso, contradictorio o inexistente.
Viabilidad y factibilidad de la propuesta	La propuesta es totalmente viable con un plan claro y recursos bien identificados.	Propuesta viable con algunos aspectos prácticos a mejorar o detalles por definir.	Viabilidad limitada, con problemas evidentes en la ejecución o recursos.	Propuesta poco viable y con dificultades serias en su implementación.	Propuesta inviable o sin análisis de factibilidad.
Aspectos visuales y presentación	Presentación impecable, atractiva, organizada y profesional que potencia la propuesta.	Presentación clara y organizada, con buen uso de elementos visuales aunque mejorables.	Presentación adecuada pero con algunos problemas de organización o estética.	Presentación poco cuidada, desorganizada o con deficiencias visuales notables.	Presentación deficiente, desordenada o que dificulta la comprensión.

Criterios de Evaluación	Excelente (5)	Sobresaliente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
Uso de herramientas y técnicas de marketing	Empleo excelente y adecuado de herramientas y técnicas modernas y efectivas.	Buen uso de herramientas y técnicas con aplicación correcta aunque limitada.	Uso básico de herramientas y técnicas con aplicación superficial.	Uso inadecuado o limitado de herramientas y técnicas, con errores evidentes.	No utiliza herramientas ni técnicas apropiadas para la propuesta.