

Rúbrica Analítica para Análisis, Reposicionamiento y Rediseño de Producto

Rúbrica Analítica | Bellas artes | Diseño | 5 niveles

Descripción

Esta rúbrica evalúa el desempeño de los estudiantes en tres fases clave: análisis escrito del producto y su empaque antiguo, propuesta de reposicionamiento de marca en un nuevo segmento de mercado, y diseño conceptual basado en el análisis realizado. Cada criterio se valora en cinco niveles para identificar fortalezas y áreas de mejora.

Rúbrica

Rúbrica Analítica para Análisis, Reposicionamiento y Rediseño de Producto

Esta rúbrica evalúa el desempeño de los estudiantes en tres fases clave: análisis escrito del producto y su empaque antiguo, propuesta de reposicionamiento de marca en un nuevo segmento de mercado, y diseño conceptual basado en el análisis realizado. Cada criterio se valora en cinco niveles para identificar fortalezas y áreas de mejora.

Criterios de Evaluación	Excelente (5)	Sobresaliente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
1. Análisis crítico del empaque antiguo	Presenta un análisis profundo, detallado y bien fundamentado, identificando múltiples fallas y oportunidades con evidencias claras.	Ofrece un análisis sólido y bien argumentado, con la mayoría de fallas y oportunidades identificadas.	Realiza un análisis adecuado, aunque con algunos aspectos poco desarrollados o evidencias limitadas.	El análisis es superficial, identifica pocas fallas y carece de fundamentación clara.	El análisis es inexistente o muy pobre, sin evidencias ni argumentos convincentes.

Criterios de Evaluación	Excelente (5)	Sobresaliente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
2. Claridad y estructura del análisis escrito	El texto está organizado, claro y sigue rigurosamente el esquema solicitado, facilitando la comprensión.	Buena estructura y claridad, con mínimas desviaciones del esquema.	La estructura es adecuada pero presenta algunas inconsistencias o falta de claridad en partes.	Presenta problemas de organización y partes confusas que dificultan la comprensión.	El texto carece de estructura y claridad, dificultando gravemente la lectura.
3. Fundamentación de la necesidad de rediseño y reposicionamiento	Argumenta convincentemente la importancia del cambio, apoyándose en datos, tendencias o ejemplos relevantes.	Presenta argumentos sólidos, aunque con menor profundidad o respaldo.	Los argumentos son válidos pero limitados o poco desarrollados.	Argumenta débilmente la necesidad del cambio, con justificaciones poco claras.	No presenta argumentos o son irrelevantes para justificar el rediseño y reposicionamiento.
4. Propuesta de nuevo segmento de mercado	Define claramente un segmento innovador y coherente con el análisis, mostrando comprensión profunda del mercado.	Propone un segmento adecuado y bien justificado, aunque menos innovador.	El segmento propuesto es pertinente pero con justificaciones limitadas o poco desarrolladas.	Segmento poco claro o poco relacionado con el análisis previo.	No define ni justifica un segmento de mercado válido.
5. Identificación del mercado meta	Describe detalladamente un mercado meta específico, con características precisas y alineación estratégica.	Describe un mercado meta adecuado con características relevantes pero menos detalladas.	Identifica un mercado meta general con información básica.	La descripción del mercado meta es vaga o poco pertinente.	No identifica un mercado meta o la descripción es incorrecta.

Criterios de Evaluación	Excelente (5)	Sobresaliente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
6. Coherencia entre análisis, segmentación y diseño	El diseño propuesto está perfectamente alineado con el análisis y el segmento de mercado planteado.	El diseño es coherente en general, con mínimas incongruencias.	Existe coherencia parcial entre las fases, con algunos elementos incongruentes.	Coherencia limitada, el diseño no refleja adecuadamente el análisis ni el segmento.	No hay coherencia entre el análisis, segmentación y diseño.
7. Originalidad e innovación en el diseño	El diseño es altamente original y presenta soluciones innovadoras que aportan valor claro al producto.	Diseño con elementos innovadores y creatividad notable.	Diseño adecuado con algunas ideas originales pero en general convencional.	Diseño poco original y con escaso aporte creativo.	Diseño sin originalidad ni innovación, copia o poco elaborado.
8. Presentación visual y comunicación del diseño	Presenta el diseño con excelente calidad visual, claridad y uso adecuado de recursos gráficos.	Buena presentación visual con claridad y uso correcto de recursos.	Presentación aceptable aunque con deficiencias en claridad o calidad visual.	Presentación poco clara o con problemas visuales que dificultan la comprensión.	Presentación deficiente o inexistente que impide entender el diseño.