

Rúbrica Analítica para Evaluar Imagen Corporativa, Marketing y Publicidad

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

Descripción

Esta rúbrica está diseñada para evaluar el dominio teórico sobre imagen corporativa basado en Kotler, la aplicación práctica en un estudio de caso, y habilidades de trabajo en equipo y proactividad en estudiantes universitarios del área de Economía, Administración y Contaduría.

Rúbrica

Rúbrica Analítica para Evaluar Imagen Corporativa, Marketing y Publicidad

Esta rúbrica está diseñada para evaluar el dominio teórico sobre imagen corporativa basado en Kotler, la aplicación práctica en un estudio de caso, y habilidades de trabajo en equipo y proactividad en estudiantes universitarios del área de Economía, Administración y Contaduría.

Criterios	Excelente (5)	Sobresaliente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
Dominio de teorías sobre imagen corporativa (Kotler)	Explica con profundidad y precisión las teorías de Kotler, integrando conceptos avanzados y referencias adicionales pertinentes.	Demuestra un buen entendimiento de las teorías de Kotler, explicándolas claramente y con detalles relevantes.	Muestra comprensión general de las teorías, pero con explicaciones poco detalladas o algunas imprecisiones menores.	Presenta conceptos básicos de Kotler con limitaciones importantes en la explicación o comprensión.	No demuestra comprensión adecuada de las teorías de imagen corporativa según Kotler.
Aplicación práctica en estudio de caso	Desarrolla una propuesta innovadora y bien fundamentada que mejora significativamente la imagen corporativa de la empresa asignada.	Propone mejoras claras y aplicables, basadas en un buen análisis del caso.	Realiza una aplicación adecuada, aunque con propuestas poco innovadoras o generales.	La aplicación es superficial o poco relevante para el caso asignado.	No logra aplicar las teorías al estudio de caso o la propuesta es inaplicable.

Criterios	Excelente (5)	Sobresaliente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
Integración de conceptos de marketing y publicidad	Integra de manera excelente conceptos de marketing y publicidad para reforzar la imagen corporativa, con ejemplos claros.	Incluye conceptos relevantes de marketing y publicidad que apoyan la propuesta.	Incorpora algunos conceptos, aunque de forma limitada o con poca profundidad.	Presenta conceptos superficiales o poco relacionados con la imagen corporativa.	No evidencia integración de conceptos de marketing o publicidad.
Claridad y coherencia en la presentación escrita	El informe es claro, coherente, bien estructurado y sin errores gramaticales o de redacción.	Presenta buena claridad y coherencia, con mínimos errores que no afectan la comprensión.	El texto es generalmente claro pero presenta errores que dificultan en ocasiones la comprensión.	La presentación es confusa o desorganizada, con errores frecuentes que afectan la comprensión.	La redacción es pobre, con falta de coherencia y numerosos errores que impiden entender el contenido.
Trabajo en equipo	Colabora activamente, fomenta la participación de todos y coordina eficazmente las tareas del grupo.	Participa de forma constante y constructiva en el trabajo grupal.	Contribuye al equipo, aunque con participación irregular o limitada.	Participa de forma mínima y poco colaborativa en el equipo.	No participa ni colabora en el trabajo en equipo.
Proactividad y toma de iniciativa	Propone ideas innovadoras, anticipa problemas y toma acciones efectivas sin necesidad de supervisión.	Muestra iniciativa en la mayoría de las actividades y aporta sugerencias útiles.	Demuestra iniciativa en algunas ocasiones, aunque limitada o poco constante.	Poca iniciativa y reacción solo cuando es requerido por el equipo o docente.	No demuestra proactividad ni toma de iniciativa alguna.
Uso de fuentes y referencias académicas	Utiliza múltiples fuentes académicas confiables correctamente citadas, incluyendo a Kotler y autores complementarios.	Incluye fuentes académicas relevantes y las cita adecuadamente.	Usa algunas fuentes académicas, pero con citas incompletas o poco variadas.	Fuentes limitadas o poco confiables, con errores en la citación.	No utiliza fuentes académicas o no las cita correctamente.

Criterios	Excelente (5)	Sobresaliente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
Creatividad en la propuesta de mejora	Presenta una propuesta original, creativa y diferenciada que aporta valor significativo a la imagen corporativa.	La propuesta incluye elementos creativos y aporta mejoras notables.	Propone ideas aceptables, aunque poco novedosas o convencionales.	La propuesta carece de creatividad y es poco atractiva.	No presenta ninguna propuesta creativa o innovadora.