

Rúbrica Analítica para Evaluar Conceptos y Proceso Comercial en Estudiantes Técnicos/Tecnológicos

Rúbrica Analítica | Economía, Administración & Contaduría | Marketing y publicidad | 4 niveles

Descripción

Esta rúbrica evalúa de manera detallada la comprensión y aplicación de conceptos clave en mercadotecnia, comportamiento del consumidor, segmentación, competencia, análisis FODA, y procesos comerciales, con un enfoque en la diversidad, equidad e inclusión (DEI).

Rúbrica

Rúbrica Analítica para Evaluar Conceptos y Proceso Comercial en Estudiantes Técnicos/Tecnológicos

Esta rúbrica evalúa de manera detallada la comprensión y aplicación de conceptos clave en mercadotecnia, comportamiento del consumidor, segmentación, competencia, análisis FODA, y procesos comerciales, con un enfoque en la diversidad, equidad e inclusión (DEI).

Criterios de Evaluación	Excelente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
1. Comprensión del concepto de mercado, necesidades, deseos y demanda	Explica y aplica con claridad y profundidad los conceptos, diferenciando correctamente entre necesidades, deseos y demanda en contextos reales.	Comprende bien los conceptos y los aplica con precisión, aunque con menor profundidad o ejemplos limitados.	Identifica los conceptos básicos, pero presenta confusiones o aplicaciones poco claras.	No demuestra comprensión clara de los conceptos ni capacidad para aplicarlos.
2. Análisis del comportamiento del consumidor considerando factores personales, sociales y culturales	Analiza detalladamente cómo los distintos factores influyen en el comportamiento del consumidor, aportando ejemplos variados y pertinentes.	Reconoce y explica la influencia de factores personales, sociales y culturales con ejemplos adecuados.	Menciona algunos factores, pero sin un análisis claro o ejemplos insuficientes.	No identifica ni analiza adecuadamente los factores que afectan el comportamiento del consumidor.

Criterios de Evaluación	Excelente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
3. Aplicación correcta de segmentación tradicional: geográfica, demográfica, psicográfica y conductual	Segmenta de forma precisa y completa usando las cuatro categorías, justificando cada segmentación con datos o ejemplos concretos.	Realiza segmentaciones adecuadas en la mayoría de las categorías, con justificaciones claras.	Aplica segmentación limitada o incompleta, con justificaciones poco claras o generales.	No aplica segmentación tradicional o lo hace incorrectamente sin justificación.
4. Identificación y diferenciación de tipos de competencia: directa, indirecta y potencial	Identifica claramente los tres tipos de competencia y explica sus implicaciones estratégicas en el mercado.	Reconoce y diferencia los tipos de competencia con explicaciones adecuadas.	Confunde o omite uno o más tipos de competencia, con explicaciones superficiales.	No identifica ni diferencia los tipos de competencia.
5. Análisis de precios, promociones, propuesta de valor y posicionamiento	Realiza un análisis integral y crítico que relaciona precios, promociones, propuesta de valor y posicionamiento con la estrategia comercial.	Analiza estos elementos con coherencia y los relaciona adecuadamente a la estrategia.	Muestra comprensión básica de algunos elementos, pero sin una integración clara.	No realiza análisis o presenta información errónea o incompleta sobre estos elementos.
6. Aplicación del análisis FODA a competidores y al propio emprendimiento	Desarrolla un análisis FODA detallado y equilibrado para competidores y emprendimiento, identificando oportunidades y riesgos clave.	Realiza un análisis FODA adecuado, aunque con menor profundidad o algunos elementos superficiales.	Presenta un análisis FODA incompleto o poco claro, con omisiones relevantes.	No aplica el análisis FODA o lo hace de forma incorrecta.
7. Evaluación básica de oportunidades comerciales y riesgos	Identifica y evalúa con claridad oportunidades y riesgos, fundamentando sus impactos potenciales en el negocio.	Reconoce oportunidades y riesgos principales, con alguna justificación.	Menciona oportunidades o riesgos, pero sin evaluación o fundamento claros.	No identifica oportunidades ni riesgos o lo hace incorrectamente.

Criterios de Evaluación	Excelente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
8. Inclusión de factores de Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI) en el análisis comercial y segmentación	Integra de manera explícita y reflexiva aspectos de DEI en la segmentación y análisis comercial, promoviendo prácticas inclusivas.	Considera factores DEI en el análisis y segmentación, aunque de forma básica o no completamente desarrollada.	Menciona aspectos de DEI de manera superficial, sin integración clara en el análisis.	No considera ni integra factores de DEI en el análisis o segmentación.