

Rúbrica Analítica para Evaluación de Brand Storytelling en Marca de Producto Regional Diseño

Rúbrica Analítica | Bellas artes | Diseño | 4 niveles

Descripción

Esta rúbrica está diseñada para evaluar el Brand Storytelling de una marca de producto regional en Diseño, considerando coherencia con el encargo, estilo visual y creatividad/innovación. Cada criterio se evalúa de forma individual para identificar fortalezas y áreas de mejora.

Rúbrica

Rúbrica Analítica para Evaluación de Brand Storytelling en Marca de Producto Regional Diseño

Esta rúbrica está diseñada para evaluar el Brand Storytelling de una marca de producto regional en Diseño, considerando coherencia con el encargo, estilo visual y creatividad/innovación. Cada criterio se evalúa de forma individual para identificar fortalezas y áreas de mejora.

Criterio	Excelente	Bueno	Aceptable	Bajo
Coherencia con el Enunciado	La propuesta responde completamente y de forma precisa a todas las indicaciones del encargo, evidenciando un entendimiento profundo del producto regional.	La propuesta responde adecuadamente a la mayoría de las indicaciones del encargo, con algunas omisiones menores.	La propuesta cumple parcialmente con el encargo, pero presenta lagunas o falta claridad en algunos aspectos clave.	La propuesta no responde adecuadamente al enunciado o presenta incoherencias importantes respecto al encargo.
Claridad del Mensaje	El storytelling comunica el mensaje de forma clara, directa y efectiva, facilitando la comprensión del valor y la identidad de la marca.	El mensaje es generalmente claro, aunque en algunos momentos puede resultar poco preciso o ambiguo.	El mensaje es entendible pero con confusiones o falta de fluidez que dificultan la comprensión.	El mensaje es confuso, poco claro o contradictorio, dificultando la comprensión del storytelling.

Criterio	Excelente	Bueno	Aceptable	Bajo
Uso de Recursos Visuales	Utiliza recursos visuales de manera estratégica y armoniosa que enriquecen el storytelling y apoyan la comunicación de la marca.	Los recursos visuales son adecuados y coherentes, aunque en algunos casos podrían optimizarse para mayor impacto.	Los recursos visuales están presentes pero su uso es limitado o poco relevante para el storytelling.	No se utilizan recursos visuales o su uso es inapropiado y distrae del mensaje principal.
Decisiones de Diseño Gráfico	El diseño gráfico es profesional, equilibrado y coherente con la identidad de la marca, demostrando dominio técnico y estético.	El diseño gráfico es adecuado y cumple con los estándares básicos, aunque con algunos detalles mejorables.	El diseño gráfico cumple mínimamente con los requisitos, pero presenta desproporciones o falta de armonía.	El diseño gráfico es pobre, desequilibrado o no se relaciona con la identidad del producto regional.
Originalidad y Creatividad	La propuesta destaca por su alta originalidad, presentando ideas innovadoras y un enfoque único que la diferencia claramente.	La propuesta presenta elementos creativos y originales, aunque en general sigue enfoques conocidos.	La propuesta muestra creatividad limitada, con ideas poco novedosas o previsibles.	La propuesta carece de originalidad y es una copia o repetición de conceptos comunes sin aporte creativo.
Integración de Componentes de Singularidad	Incorpora de forma sobresaliente elementos que reflejan la identidad y características únicas del producto regional.	Incluye algunos elementos distintivos del producto regional, aunque no siempre están plenamente integrados.	Incorpora pocos elementos singulares o son superficiales en relación con el producto regional.	No integra componentes que reflejen la singularidad del producto regional.
Presentación y Formalidad	La entrega es impecable en formato, ortografía y presentación, demostrando profesionalismo y cuidado extremo.	La entrega presenta mínimas fallas formales o de presentación, pero no afectan la comprensión.	La entrega tiene errores formales o de presentación que distraen o dificultan la lectura.	La entrega es descuidada, con errores frecuentes que afectan la calidad general.
Impacto Emocional y Conexión con el Público	El storytelling logra una conexión emocional fuerte y efectiva con el público objetivo, generando interés y empatía.	Genera una conexión emocional adecuada aunque no totalmente profunda o sostenida.	La conexión emocional es débil y poco consistente a lo largo del storytelling.	No logra establecer conexión emocional ni empatía con el público objetivo.

