

Rúbrica Analítica para Evaluación de Marketing Digital y Publicidad

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

Descripción

Esta rúbrica está diseñada para evaluar proyectos y actividades relacionadas con Marketing Digital y Publicidad en estudiantes universitarios. Evalúa aspectos técnicos, creativos y éticos, incluyendo criterios de Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI), para proporcionar una visión detallada de las fortalezas y áreas de mejora de cada estudiante.

Rúbrica

Rúbrica Analítica para Evaluación de Marketing Digital y Publicidad

Esta rúbrica está diseñada para evaluar proyectos y actividades relacionadas con Marketing Digital y Publicidad en estudiantes universitarios. Evalúa aspectos técnicos, creativos y éticos, incluyendo criterios de Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI), para proporcionar una visión detallada de las fortalezas y áreas de mejora de cada estudiante.

Criterios de Evaluación	Excelente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
1. Estrategia de Marketing Digital	Desarrolla una estrategia clara, coherente y alineada con objetivos específicos, utilizando herramientas digitales apropiadas y demostrando comprensión avanzada del mercado.	Presenta una estrategia bien estructurada con objetivos claros, aunque con menor profundidad en el uso de herramientas digitales o análisis de mercado.	La estrategia es básica y poco detallada, con objetivos poco claros y uso limitado de herramientas digitales.	La estrategia es confusa, incoherente o carece de objetivos claros y uso de herramientas digitales.
2. Creatividad y Originalidad en Campañas	Propone campañas altamente creativas, innovadoras y originales que captan eficazmente la atención del público objetivo.	Presenta campañas con buena creatividad y algunos elementos originales que resultan atractivos para el público.	Las campañas muestran creatividad limitada y poco impacto en la audiencia.	Las campañas son poco originales, repetitivas o no logran atraer la atención del público.

Criterios de Evaluación	Excelente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
3. Uso de Herramientas Digitales y Plataformas	Utiliza de manera experta diversas herramientas digitales y plataformas, optimizando recursos para maximizar el alcance y engagement.	Usa adecuadamente las herramientas y plataformas principales con resultados satisfactorios.	Utiliza herramientas digitales básicas con limitaciones en la aplicación y alcance.	No utiliza adecuadamente herramientas digitales o plataformas y limita el impacto de la campaña.
4. Análisis de Datos y Métricas	Realiza análisis detallado y preciso de métricas relevantes, interpretando resultados para la mejora continua de la campaña.	Presenta análisis adecuado con interpretación correcta de las métricas básicas.	El análisis es superficial o incompleto, con interpretación limitada de los datos.	No realiza análisis de datos o presenta conclusiones erróneas o inexistentes.
5. Comunicación y Presentación	Expone ideas de forma clara, estructurada y persuasiva, utilizando recursos visuales y lenguaje adecuado para la audiencia.	Comunica sus ideas de forma comprensible y organizada, con algunos recursos visuales.	La comunicación es poco clara o desorganizada, limitando la comprensión del mensaje.	La presentación es confusa, poco coherente o carece de recursos que apoyen la comunicación.
6. Consideración de Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI)	Integra de forma explícita y efectiva principios de DEI en la estrategia y contenido, asegurando representación y sensibilidad cultural.	Incluye aspectos de DEI de manera adecuada, aunque con oportunidades para mayor profundidad o inclusión.	Reconoce la importancia de DEI pero su integración es superficial o limitada.	No considera aspectos de DEI en la estrategia o contenido, evidenciando falta de sensibilidad.
7. Ética y Responsabilidad Social	Demuestra compromiso ético en todas las fases del proyecto, promoviendo mensajes responsables y respetuosos con la sociedad.	Muestra atención a aspectos éticos y sociales, aunque con algunas áreas mejorables.	Considera la ética de manera limitada y no siempre coherente con la práctica publicitaria.	No toma en cuenta la ética ni la responsabilidad social en el desarrollo de la campaña.

Criterios de Evaluación	Excelente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
8. Gestión del Tiempo y Cumplimiento de Entregables	Entrega todos los productos y reportes en tiempo y forma, demostrando excelente organización y cumplimiento.	Entrega la mayoría de los productos a tiempo, con leve margen en algunos casos.	Presenta retrasos frecuentes o entregas incompletas que afectan la evaluación.	No cumple con los tiempos de entrega y presenta trabajos incompletos o ausentes.