

Rúbrica Analítica para Evaluar "La Mercadotecnia y Tipos de Mercadotecnia" en Hotelería y Turismo

Rúbrica Analítica | Economía, Administración & Contaduría | Hotelería y turismo | 4 niveles

Descripción

Evaluación de la aplicación de conceptos sobre segmentación de mercado en el sector hostelero y restaurante, considerando el mercado actual. Dirigido a estudiantes de educación técnica/tecnológica.

Rúbrica

Rúbrica Analítica para Evaluar "La Mercadotecnia y Tipos de Mercadotecnia" en Hotelería y Turismo

Evaluación de la aplicación de conceptos sobre segmentación de mercado en el sector hostelero y restaurante, considerando el mercado actual. Dirigido a estudiantes de educación técnica/tecnológica.

Criterio	Excelente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
Comprensión de los conceptos básicos de mercadotecnia	Demuestra comprensión profunda y clara de los conceptos básicos de mercadotecnia aplicados a hotelería y turismo.	Demuestra buena comprensión de los conceptos básicos, con pocas imprecisiones.	Muestra comprensión limitada con conceptos fundamentales incompletos o confusos.	No comprende los conceptos básicos o presenta información incorrecta.
Identificación de tipos de mercadotecnia en el sector hostelero y restaurante	Identifica correctamente y con ejemplos específicos varios tipos de mercadotecnia relevantes en el sector.	Identifica los tipos principales de mercadotecnia con algunos ejemplos pertinentes.	Reconoce algunos tipos de mercadotecnia, pero con ejemplos poco claros o limitados.	No logra identificar los tipos de mercadotecnia o los identifica incorrectamente.
Aplicación de segmentación de mercado en hotelería y restaurantes	Aplica eficazmente criterios de segmentación para definir mercados claros y relevantes en el sector.	Aplica criterios de segmentación adecuados, aunque con menor claridad o profundidad.	Aplica segmentación de forma limitada o con errores en la definición de segmentos.	No aplica criterios de segmentación o la aplicación es incorrecta.

Criterio	Excelente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
Análisis del mercado actual para el sector hotelero y restaurante	Realiza un análisis detallado y actualizado del mercado que refleja tendencias actuales.	Realiza un análisis adecuado, aunque con algunos datos poco actualizados o superficiales.	Analiza el mercado con poca profundidad y usa información limitada o desactualizada.	No realiza un análisis coherente o utiliza información incorrecta.
Uso de ejemplos prácticos relacionados con la mercadotecnia hotelera y turística	Incluye múltiples ejemplos claros y relevantes que enriquecen la explicación y aplicación de conceptos.	Incluye ejemplos adecuados, aunque en menor cantidad o con menor relevancia.	Presenta ejemplos limitados o poco claros que no apoyan completamente la explicación.	No incluye ejemplos o los ejemplos son irrelevantes.
Claridad y organización en la presentación de ideas	Presenta ideas de forma clara, lógica y bien organizada facilitando la comprensión.	Presenta ideas organizadas, aunque con algunas conexiones poco claras.	Presenta ideas con organización limitada, dificultando en algunos puntos la comprensión.	Presenta ideas desorganizadas o confusas que dificultan la comprensión.
Uso adecuado de terminología técnica en mercadotecnia	Utiliza terminología técnica correcta y precisa consistentemente.	Utiliza la terminología técnica mayormente correcta con algunas imprecisiones.	Utiliza terminología técnica de forma incorrecta o limitada.	No utiliza terminología técnica o la usa de forma errónea.
Creatividad en la aplicación de estrategias de mercadotecnia segmentada	Propone estrategias innovadoras y creativas basadas en segmentación clara y pertinente.	Propone estrategias adecuadas con cierto nivel de creatividad.	Propone estrategias básicas con poca creatividad o relevancia.	No propone estrategias o las propuestas son inapropiadas.