

Rúbrica Analítica para Anuncio Creativo de Ciencias Sociales

Rúbrica Analítica | Ciencias Sociales | Economía | 3 niveles

Descripción

Esta rúbrica evalúa el desempeño de estudiantes de secundaria en la creación de un anuncio de un minuto, utilizando diversas formas creativas (actuación, canción, baile, eslogan, cartel o dramatización). Se valoran aspectos clave como la puntualidad, trabajo en equipo, comprensión del tema, redacción y ortografía, y pensamiento crítico.

Rúbrica

Rúbrica Analítica para Anuncio Creativo de Ciencias Sociales

Esta rúbrica evalúa el desempeño de estudiantes de secundaria en la creación de un anuncio de un minuto, utilizando diversas formas creativas (actuación, canción, baile, eslogan, cartel o dramatización). Se valoran aspectos clave como la puntualidad, trabajo en equipo, comprensión del tema, redacción y ortografía, y pensamiento crítico.

Criterio	Excelente	Bueno	Bajo
Puntualidad Entrega y presentación del anuncio en el tiempo establecido.	Entrega puntual y presentación dentro del tiempo asignado (1 minuto).	Entrega con un retraso menor a 10 minutos o presentación ligeramente fuera del tiempo.	Entrega tardía o presentación que excede o no alcanza el tiempo asignado significativamente.
Trabajo en equipo Colaboración y participación equitativa de todos los miembros.	Todos los miembros colaboran activamente y aportan equitativamente.	La mayoría participa, aunque algunos miembros contribuyen menos.	Participación desigual con uno o más miembros sin aportar significativamente.
Comprensión del tema Demuestra conocimiento claro y correcto sobre el contenido de Ciencias Sociales.	Explica y presenta el tema con precisión y profundidad adecuada.	Comprende el tema pero presenta algunas imprecisiones menores.	Demuestra poca comprensión o presenta información incorrecta o incompleta.

Criterio	Excelente	Bueno	Bajo
Creatividad y originalidad Uso innovador y atractivo de actuación, canción, baile, eslogan, cartel o dramatización.	Idea muy creativa, original y atractiva que capta la atención claramente.	Idea creativa, pero con elementos comunes o poco innovadores.	Poca creatividad o presentación poco atractiva y repetitiva.
Redacción y ortografía Claridad en el lenguaje escrito y ausencia de errores ortográficos en textos o eslogan.	Redacción clara, coherente y sin errores ortográficos.	Redacción adecuada con algunos errores ortográficos o gramaticales menores.	Redacción confusa con errores ortográficos o gramaticales frecuentes.
Pensamiento crítico Análisis y reflexión sobre el tema en el anuncio.	Incluye análisis profundo y reflexiones que enriquecen el mensaje.	Presenta alguna reflexión o análisis básico del tema.	No presenta análisis ni reflexión sobre el tema.
Economía en el uso de recursos Uso eficiente y responsable de materiales y tiempo.	Utiliza recursos de forma eficiente, sin desperdicios y con buena organización.	Uso adecuado de recursos, aunque con algunos desperdicios o desorganización mínima.	Uso ineficiente o excesivo de recursos, con desperdicios notables o mala organización.
Claridad y impacto del mensaje El anuncio comunica el mensaje de forma clara y persuasiva.	Mensaje claro, directo y con gran impacto en la audiencia.	Mensaje comprensible pero con menor impacto o claridad.	Mensaje confuso o poco persuasivo, difícil de entender.