

Rúbrica Analítica para Evaluar Publicidad de Producto - Economía

Rúbrica Analítica | Ciencias Sociales | Economía | 3 niveles

Descripción

Esta rúbrica está diseñada para evaluar trabajos de publicidad de un producto en el área de Economía para estudiantes de secundaria (12-15 años). Evalúa la puntualidad, creatividad y originalidad, trabajo en equipo, contenido educativo y tono de voz, con el fin de identificar fortalezas y áreas de mejora de manera detallada.

Rúbrica

Rúbrica Analítica para Evaluar Publicidad de Producto - Economía

Esta rúbrica está diseñada para evaluar trabajos de publicidad de un producto en el área de Economía para estudiantes de secundaria (12-15 años). Evalúa la puntualidad, creatividad y originalidad, trabajo en equipo, contenido educativo y tono de voz, con el fin de identificar fortalezas y áreas de mejora de manera detallada.

Criterio	Excelente	Bueno	Bajo
Puntualidad Entrega del trabajo en la fecha establecida.	Entrega a tiempo o antes de la fecha límite establecida.	Entrega con un retraso máximo de un día.	Entrega con retraso mayor a un día o no entrega el trabajo.
Creatividad y Originalidad Innovación y frescura en la presentación y contenido.	Presenta ideas muy originales y creativas que captan la atención efectivamente.	Incluye algunas ideas creativas, aunque se apoya en conceptos comunes.	La publicidad es poco original y carece de elementos creativos.
Trabajo en Equipo Colaboración y participación equitativa entre los integrantes.	Todos los miembros participan activamente y colaboran de forma armoniosa.	La mayoría participa, aunque algunos miembros colaboran menos.	Poca o nula colaboración entre los integrantes; trabajo individual predominante.

Criterio	Excelente	Bueno	Bajo
Contenido de Carácter Educativo Información económica clara y relevante sobre el producto.	La publicidad contiene información educativa clara, precisa y relacionada con economía.	Incluye información educativa adecuada, pero con algunos detalles poco claros o relevantes.	La información es confusa, irrelevante o carece de contenido educativo económico.
Tono de Voz Uso adecuado del tono para persuadir y comunicar el mensaje.	Uso del tono adecuado que mantiene el interés y persuadir efectivamente.	Tono generalmente adecuado, aunque a veces pierde fuerza o coherencia.	Tono inapropiado o monótono que dificulta la comunicación del mensaje.