

Rúbrica Analítica para la Creación de un Plan de Marketing Integral

Rúbrica Analítica | Economía, Administración & Contaduría | Marketing y publicidad | 5 niveles

Descripción

Esta rúbrica evalúa la capacidad del estudiante para diseñar un plan de marketing estratégico fundamentado en un análisis de mercado sólido y con objetivos claros, así como la aplicación de métricas precisas para medir avances y facilitar la toma de decisiones informadas que mejoren la posición competitiva de un producto o servicio.

Rúbrica

Rúbrica Analítica para la Creación de un Plan de Marketing Integral

Esta rúbrica evalúa la capacidad del estudiante para diseñar un plan de marketing estratégico fundamentado en un análisis de mercado sólido y con objetivos claros, así como la aplicación de métricas precisas para medir avances y facilitar la toma de decisiones informadas que mejoren la posición competitiva de un producto o servicio.

Criterios de Evaluación	Excelente (5)	Sobresaliente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
Análisis de Mercado	Presenta un análisis exhaustivo y profundo que incluye datos cuantitativos y cualitativos altamente relevantes y actualizados.	Realiza un análisis completo con datos adecuados y relevantes que apoyan claramente el plan.	Incluye un análisis básico con algunos datos relevantes pero con limitaciones en profundidad o actualidad.	Presenta un análisis superficial con datos poco claros o incompletos, afectando la comprensión del mercado.	No presenta análisis de mercado o es irrelevante para el producto o servicio elegido.

Criterios de Evaluación	Excelente (5)	Sobresaliente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
Definición de Objetivos de Marketing	Objetivos claros, específicos, medibles, alcanzables, relevantes y con plazos definidos (SMART) perfectamente alineados con la estrategia.	Objetivos bien definidos y mayormente medibles y alineados con la estrategia.	Objetivos presentes pero con falta de especificidad o medición clara.	Objetivos poco claros, generales o difíciles de medir.	Ausencia de objetivos o estos no se relacionan con el plan de marketing.
Estrategias y Tácticas de Marketing	Desarrolla estrategias y tácticas innovadoras, coherentes y alineadas con el análisis y objetivos, detallando canales, mensajes y acciones.	Plantea estrategias y tácticas adecuadas y coherentes con el análisis y objetivos, aunque con menor detalle.	Estrategias y tácticas básicas con coherencia parcial al análisis y objetivos.	Estrategias poco claras o desconectadas de los objetivos y análisis realizados.	No se presentan estrategias ni tácticas o son irrelevantes.
Segmentación y Público Objetivo	Define segmentos de mercado claramente diferenciados, con perfiles detallados y justificación basada en datos.	Segmenta el mercado correctamente con perfiles adecuados, aunque con menor detalle.	Segmentación general con perfiles poco desarrollados o justificados.	Segmentación limitada o inapropiada para el producto o servicio.	No identifica ni define segmentos o públicos objetivo.
Presupuesto y Recursos	Presenta un presupuesto detallado, realista y bien justificado que cubre todos los aspectos del plan.	Presupuesto adecuado y justificado, con algunos detalles menores faltantes.	Presupuesto general con estimaciones básicas y justificación limitada.	Presupuesto poco claro o insuficiente para ejecutar el plan.	No incluye presupuesto o es inexistente.

Criterios de Evaluación	Excelente (5)	Sobresaliente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
Métricas y KPIs para Medición	Define métricas precisas y relevantes, con métodos claros para su seguimiento y análisis que facilitan la toma de decisiones.	Métricas adecuadas y mayormente claras, con métodos de seguimiento definidos.	Métricas básicas con seguimiento limitado o poco detallado.	Métricas poco claras o irrelevantes para los objetivos planteados.	No incluye métricas para medir el desempeño del plan.
Presentación y Claridad del Documento	Documento muy bien estructurado, claro, coherente y profesional con excelente ortografía y redacción.	Presentación clara y ordenada, con leves errores que no afectan la comprensión.	Documento aceptable con algunos problemas de estructura o redacción que dificultan la lectura.	Presentación pobre, con errores frecuentes que complican entender el contenido.	Documento desorganizado, confuso y con errores graves de redacción y ortografía.
Creatividad e Innovación en el Plan	Plan altamente creativo e innovador que aporta valor diferencial y soluciones originales al mercado.	Presenta ideas creativas y soluciones novedosas que enriquecen el plan.	Incluye algunos elementos creativos pero en general es convencional.	Poca creatividad o innovación, el plan es muy básico y predecible.	Ausencia total de creatividad o innovación en el planteamiento.