

Rúbrica Analítica para Evaluar Plan de Negocios: Estudio de Mercado

Rúbrica Analítica | Economía, Administración & Contaduría | Administración | 4 niveles

Descripción

Esta rúbrica evalúa la capacidad del estudiante para identificar y desarrollar todos los componentes esenciales del estudio de mercado dentro de un plan de negocios en la carrera de Administración. Los criterios se valoran individualmente para ofrecer una retroalimentación detallada sobre las fortalezas y áreas de mejora.

Rúbrica

Rúbrica Analítica para Evaluar Plan de Negocios: Estudio de Mercado

Esta rúbrica evalúa la capacidad del estudiante para identificar y desarrollar todos los componentes esenciales del estudio de mercado dentro de un plan de negocios en la carrera de Administración. Los criterios se valoran individualmente para ofrecer una retroalimentación detallada sobre las fortalezas y áreas de mejora.

Criterios de Evaluación	Excelente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
Definición clara del mercado objetivo	Identifica de manera precisa y detallada el mercado objetivo, incluyendo segmentación demográfica, geográfica y psicográfica.	Identifica el mercado objetivo con buena precisión, aunque con algunos detalles generales o poco desarrollados.	Identifica el mercado objetivo de forma parcial o superficial, sin segmentación clara.	No identifica ni define adecuadamente el mercado objetivo.
Análisis de la competencia	Presenta un análisis exhaustivo de los principales competidores, sus fortalezas, debilidades y posicionamiento en el mercado.	Describe a los competidores clave y menciona sus características principales, con análisis moderado.	Incluye algunos competidores pero sin un análisis claro ni profundo.	No incluye análisis o presenta información irrelevante sobre la competencia.

Criterios de Evaluación	Excelente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
Descripción del tamaño y tendencias del mercado	Describe con precisión el tamaño del mercado y presenta tendencias actuales y futuras relevantes para el negocio.	Describe el tamaño y algunas tendencias importantes, aunque con datos limitados o poco detallados.	Menciona el tamaño o tendencias del mercado de forma superficial o incompleta.	No incluye información sobre tamaño ni tendencias del mercado.
Identificación y análisis de clientes potenciales	Analiza en detalle las necesidades, comportamientos y preferencias de los clientes potenciales.	Describe las características de los clientes potenciales, pero con análisis limitado.	Menciona a los clientes potenciales sin análisis claro de sus características.	No identifica ni analiza a los clientes potenciales.
Fuentes y uso de datos de mercado	Utiliza fuentes confiables y variadas para sustentar el estudio de mercado, con referencias claras y pertinentes.	Utiliza algunas fuentes confiables aunque con menor variedad o profundidad.	Utiliza pocas fuentes o fuentes poco confiables sin referencias claras.	No utiliza fuentes de datos o utiliza información no válida.
Evaluación de barreras de entrada y riesgos de mercado	Identifica y analiza detalladamente las principales barreras y riesgos para ingresar al mercado.	Reconoce algunas barreras y riesgos relevantes con análisis básico.	Menciona barreras o riesgos de forma superficial o incompleta.	No identifica ni analiza barreras ni riesgos de mercado.
Propuesta de estrategias basadas en el estudio de mercado	Formula estrategias claras y coherentes fundamentadas en el análisis del mercado y sus componentes.	Propone estrategias generales que reflejan parcialmente el estudio de mercado.	Presenta estrategias poco claras o poco relacionadas con el análisis de mercado.	No propone estrategias o las propuestas no guardan relación con el estudio de mercado.
Presentación y organización del estudio de mercado	El estudio está muy bien organizado, con estructura lógica, redacción clara y sin errores significativos.	El estudio presenta buena organización y claridad, con mínimos errores de redacción o presentación.	El estudio tiene organización básica, con algunos errores que afectan la comprensión.	El estudio presenta desorganización, errores graves y dificulta la comprensión del contenido.