

Rúbrica Analítica para Evaluar una Campaña de Salud y Bienestar en Psicología

Rúbrica Analítica | Ciencias Sociales y Humanas | Psicología | 5 niveles

Descripción

Esta rúbrica está diseñada para evaluar campañas de salud y bienestar desarrolladas por estudiantes de Psicología en el ámbito universitario. Evalúa diferentes criterios clave con un enfoque en la calidad del desarrollo, creatividad, rigor científico, y la integración de principios de Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI).

Rúbrica

Rúbrica Analítica para Evaluar una Campaña de Salud y Bienestar en Psicología

Esta rúbrica está diseñada para evaluar campañas de salud y bienestar desarrolladas por estudiantes de Psicología en el ámbito universitario. Evalúa diferentes criterios clave con un enfoque en la calidad del desarrollo, creatividad, rigor científico, y la integración de principios de Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI).

Criterios	Excelente (5)	Sobresaliente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
Claridad y coherencia del mensaje	El mensaje es extremadamente claro, coherente y fácil de comprender para todos los públicos.	El mensaje es claro y coherente con mínimas ambigüedades.	El mensaje es generalmente claro, aunque presenta algunas inconsistencias menores.	El mensaje es poco claro y presenta varias inconsistencias que dificultan su comprensión.	El mensaje es confuso, incoherente y difícil de entender.
Fundamentación científica y teórica	Presenta evidencia científica sólida y referencias teóricas actualizadas y relevantes.	Incluye evidencia científica adecuada con referencias relevantes, aunque no exhaustivas.	Presenta alguna evidencia científica, pero con referencias limitadas o poco actuales.	La fundamentación científica es débil y poco clara, con escasas referencias o poco pertinentes.	No se evidencia fundamentación científica o teórica.

Criterios	Excelente (5)	Sobresaliente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
Creatividad e innovación	La campaña utiliza estrategias altamente creativas e innovadoras que captan la atención efectivamente.	La campaña presenta ideas creativas y algunas innovaciones que aportan valor.	Se observa creatividad moderada con recursos convencionales y limitadas innovaciones.	La campaña es poco creativa y utiliza estrategias comunes sin innovación.	No muestra creatividad ni innovación alguna.
Aplicación de principios de Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI)	Integra de forma completa y sensible la diversidad, equidad e inclusión en todos los aspectos de la campaña.	Incluye adecuadamente aspectos de DEI, considerando diversas perspectivas y necesidades.	Reconoce principios de DEI pero su aplicación es parcial o limitada.	La campaña considera escasamente los principios de DEI y con poca profundidad.	No incorpora ni reconoce los principios de diversidad, equidad e inclusión.
Relevancia y adecuación al público objetivo	La campaña está perfectamente adaptada y es altamente relevante para el público universitario.	La campaña es adecuada y relevante para el público objetivo con mínimas mejoras necesarias.	La campaña es moderadamente adecuada pero con aspectos poco relevantes para el público.	La campaña tiene relevancia limitada y no se adapta bien al público objetivo.	La campaña no se adapta ni es relevante para el público universitario.
Organización y estructura de la presentación	La presentación está perfectamente organizada, con estructura lógica y fluidez excepcional.	Presenta buena organización y estructura clara con pocos detalles mejorables.	La organización es aceptable pero con algunos problemas de estructura o fluidez.	La estructura es confusa y dificulta la comprensión general de la campaña.	La presentación carece de organización y estructura evidente.
Uso adecuado de recursos visuales y materiales de apoyo	Los recursos visuales son variados, atractivos y refuerzan eficazmente el mensaje.	Los recursos visuales son adecuados y apoyan bien la campaña.	Se utilizan recursos visuales básicos que cumplen una función mínima.	Los recursos visuales son escasos, poco claros o poco relacionados con el contenido.	No se utilizan recursos visuales o son irrelevantes.

Criterios	Excelente (5)	Sobresaliente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
Impacto potencial y motivación para el cambio	Genera un impacto alto y motiva claramente cambios positivos en el público objetivo.	Produce un impacto favorable y promueve la motivación para el cambio.	El impacto es moderado y la motivación para el cambio es limitada.	El impacto es bajo y genera poca motivación para cambiar conductas.	No genera impacto ni motivación en el público.