

Rúbrica Analítica para Evaluación de Proyecto Publicitario en Inglés

Rúbrica Analítica | Ciencias de la Educación | Licenciatura en lenguas extranjeras | 4 niveles

Descripción

Esta rúbrica está diseñada para evaluar la comprensión de los estudiantes de Licenciatura en Lenguas Extranjeras sobre conceptos publicitarios, tipos de publicidad, técnicas persuasivas y vocabulario adecuado, así como su capacidad para comunicar ideas de manera clara y creativa en inglés. Se incluyen criterios de Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI) para fomentar una perspectiva integral y respetuosa en los proyectos.

Rúbrica

Rúbrica Analítica para Evaluación de Proyecto Publicitario en Inglés

Esta rúbrica está diseñada para evaluar la comprensión de los estudiantes de Licenciatura en Lenguas Extranjeras sobre conceptos publicitarios, tipos de publicidad, técnicas persuasivas y vocabulario adecuado, así como su capacidad para comunicar ideas de manera clara y creativa en inglés. Se incluyen criterios de Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI) para fomentar una perspectiva integral y respetuosa en los proyectos.

Criterios	Excelente	Bueno	Aceptable	Bajo
Producto o servicio Claridad y precisión en la descripción del producto o servicio en inglés.	Describe el producto o servicio con gran claridad y detalle, utilizando vocabulario preciso y apropiado.	Describe el producto o servicio claramente, con vocabulario adecuado, aunque con detalles mínimos.	La descripción es general y poco clara; vocabulario limitado o poco apropiado.	No describe adecuadamente el producto o servicio; uso incorrecto o muy limitado del vocabulario.
Público objetivo Definición precisa y adecuada del público al que se dirige la publicidad.	Identifica claramente un público objetivo específico, con justificación coherente y detallada.	Define un público objetivo adecuado, aunque con poca justificación o detalles.	El público objetivo es mencionado de forma vaga o poco precisa.	No identifica o define el público objetivo correctamente.

Criterios	Excelente	Bueno	Aceptable	Bajo
Tipo de publicidad Selección y explicación del tipo de publicidad (digital, redes sociales, impresa, etc.)	Selecciona y explica el tipo de publicidad con claridad y relación directa al producto y público.	Selecciona el tipo de publicidad correctamente, con explicación básica.	Tipo de publicidad mencionado pero con explicación confusa o poco relacionada.	No se identifica ni explica el tipo de publicidad.
Eslogan Creatividad, relevancia y corrección lingüística del eslogan en inglés.	Eslogan creativo, relevante y correcto gramaticalmente que atrae al público objetivo.	Eslogan adecuado y correcto, aunque con menor creatividad o impacto.	Eslogan poco creativo o con errores menores de gramática o vocabulario.	Eslogan inadecuado, poco claro o con errores graves.
Mensaje persuasivo Uso efectivo de técnicas publicitarias para persuadir (por ejemplo, apelación emocional, testimonios, etc.)	Utiliza múltiples técnicas persuasivas de forma efectiva y coherente en inglés.	Emplea alguna técnica persuasiva de manera clara, aunque limitada.	Uso irregular o poco claro de técnicas persuasivas, con errores de expresión.	No utiliza técnicas persuasivas o éstas son inapropiadas.
Llamado a la acción Claridad y efectividad del llamado a la acción en inglés.	El llamado a la acción es claro, directo y motiva eficazmente al público objetivo.	Llamado a la acción claro pero con menor impacto o creatividad.	Llamado a la acción poco claro o con errores menores que afectan la comprensión.	No incluye llamado a la acción o es confuso e ineficaz.
Vocabulario y gramática en inglés Uso adecuado del vocabulario y estructuras gramaticales propias del área publicitaria.	Uso preciso y variado de vocabulario y estructuras gramaticales, sin errores.	Uso adecuado con pocos errores que no afectan la comprensión.	Errores frecuentes que dificultan parcialmente la comprensión.	Errores graves que impiden la comprensión del mensaje.

Criterios	Excelente	Bueno	Aceptable	Bajo
Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI) Incorporación de valores DEI en el contenido y lenguaje publicitario.	Incorpora activamente valores DEI, usando lenguaje inclusivo y representando diversos grupos de forma respetuosa.	Muestra consideración hacia DEI, con lenguaje mayormente inclusivo y representación adecuada.	Reconoce DEI superficialmente, con algunos elementos poco inclusivos o estereotipados.	No considera aspectos de DEI; uso de lenguaje excluyente o estereotipos evidentes.