

Rúbrica analítica para evaluar la escritura de un anuncio publicitario

Rúbrica Analítica | Lenguaje | Escritura | 4 niveles

Descripción

Esta rúbrica permite valorar de manera detallada la capacidad del estudiante para reconocer la estructura, el lenguaje y las características de un anuncio publicitario, así como aplicar estos conocimientos en la creación de una propuesta creativa dirigida a un público específico. Está diseñada para estudiantes de secundaria de 12 a 15 años.

Rúbrica

Rúbrica analítica para evaluar la escritura de un anuncio publicitario

Esta rúbrica permite valorar de manera detallada la capacidad del estudiante para reconocer la estructura, el lenguaje y las características de un anuncio publicitario, así como aplicar estos conocimientos en la creación de una propuesta creativa dirigida a un público específico. Está diseñada para estudiantes de secundaria de 12 a 15 años.

Criterio de evaluación	Excelente	Bueno	Aceptable	Bajo
1. Estructura del anuncio publicitario	Presenta claramente todos los elementos: título o eslogan, producto o servicio, descripción, beneficios, imagen o recurso visual sugerido y llamado a la acción.	Presenta la mayoría de los elementos propios del anuncio; solo falta uno o está poco desarrollado.	Incluye algunos elementos, pero la estructura es incompleta o presenta un orden poco claro.	No reconoce ni aplica la estructura básica de un anuncio publicitario.
2. Propósito y público destinatario	El propósito de persuadir o informar se evidencia con claridad y el mensaje está completamente adaptado al público destinatario.	El propósito es claro y el mensaje se adapta en gran medida al público destinatario.	El propósito se reconoce parcialmente y la relación con el público destinatario es poco evidente.	No se identifica el propósito ni el público al que se dirige el anuncio.

Criterio de evaluación	Excelente	Bueno	Aceptable	Bajo
3. Uso del lenguaje publicitario	Utiliza un lenguaje breve, atractivo, persuasivo y adecuado; emplea recursos como eslogan, imperativos, preguntas, juegos de palabras o apelaciones emocionales.	Utiliza un lenguaje adecuado y persuasivo, aunque emplea pocos recursos publicitarios.	El lenguaje es comprensible, pero resulta poco atractivo, repetitivo o débilmente persuasivo.	El lenguaje no es adecuado para un anuncio y no busca persuadir ni captar la atención.
4. Claridad del mensaje y presentación del producto o servicio	Explica con claridad qué se ofrece, sus características y beneficios; la información es precisa, relevante y fácil de comprender.	Presenta el producto o servicio y sus beneficios de manera clara, aunque podría incluir más información relevante.	La información es general, incompleta o presenta algunas confusiones sobre lo que se ofrece.	El producto o servicio no se comprende o la información es insuficiente e incoherente.
5. Creatividad y originalidad	Propone una idea original, ingeniosa y llamativa; utiliza recursos creativos que diferencian el anuncio de otros.	Presenta una idea interesante y algunos elementos originales.	La propuesta es poco novedosa o repite modelos conocidos con escasa aportación personal.	La propuesta carece de creatividad o reproduce completamente un anuncio existente.
6. Organización y relación entre texto e imagen	Organiza la información de forma ordenada y establece una relación clara y complementaria entre el texto y los recursos visuales.	La información está organizada y los recursos visuales apoyan adecuadamente el mensaje, aunque con algunos detalles por mejorar.	La organización es irregular y la relación entre el texto y la imagen es limitada o poco clara.	La información está desordenada y los recursos visuales no apoyan el mensaje publicitario.
7. Corrección ortográfica y gramatical	Escribe con corrección ortográfica y gramatical; utiliza adecuadamente la puntuación, la concordancia y la construcción de las oraciones.	Presenta pocos errores ortográficos o gramaticales que no afectan la comprensión del anuncio.	Presenta varios errores que dificultan parcialmente la lectura o comprensión del mensaje.	Presenta numerosos errores ortográficos y gramaticales que impiden comprender el anuncio.

Criterio de evaluación	Excelente	Bueno	Aceptable	Bajo
8. Aplicación de los conocimientos adquiridos	Integra de manera autónoma y coherente las características, estructura y lenguaje propios del anuncio publicitario en una producción completa.	Aplica correctamente la mayoría de los conocimientos trabajados, con mínima orientación.	Aplica algunos conocimientos, pero necesita apoyo frecuente para completar y mejorar la producción.	No logra aplicar los conocimientos trabajados, incluso con orientación, y la producción no corresponde al género publicitario.