

Rúbrica Analítica para Evaluar Métodos de Venta, Marketing y Publicidad: Análisis del Mercado

Rúbrica Analítica | Economía, Administración & Contaduría | Marketing y publicidad | 4 niveles

Descripción

Esta rúbrica permite evaluar de manera detallada el desempeño de estudiantes universitarios en el análisis del mercado, enfocado en métodos de venta, marketing y publicidad, identificando fortalezas y áreas de mejora en cada aspecto clave.

Rúbrica

Rúbrica Analítica para Evaluar Métodos de Venta, Marketing y Publicidad: Análisis del Mercado

Esta rúbrica permite evaluar de manera detallada el desempeño de estudiantes universitarios en el análisis del mercado, enfocado en métodos de venta, marketing y publicidad, identificando fortalezas y áreas de mejora en cada aspecto clave.

Criterios de Evaluación	Excelente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
Identificación de segmentación de mercado	Define claramente segmentos de mercado específicos y relevantes, con justificación detallada.	Identifica segmentos de mercado de forma clara, aunque con justificación limitada.	Reconoce algunos segmentos de mercado pero con poca claridad o relevancia.	No identifica segmentos de mercado o la identificación es confusa e irrelevante.
Análisis de competencia	Realiza un análisis profundo y comparativo de los principales competidores y sus estrategias.	Analiza competidores importantes, pero con menor profundidad o detalle.	Menciona competidores sin un análisis claro o relevante de sus estrategias.	No incluye análisis de competencia o es irrelevante para el contexto.
Aplicación de métodos de venta	Describe y justifica la selección de métodos de venta innovadores y adecuados al mercado.	Describe métodos de venta apropiados, con justificación básica.	Menciona métodos de venta, pero con poca justificación o relevancia.	No identifica métodos de venta adecuados o la descripción es confusa.

Criterios de Evaluación	Excelente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
Estrategias de marketing y publicidad	Propone estrategias creativas y coherentes con el análisis del mercado y objetivos.	Propone estrategias adecuadas, aunque con creatividad o coherencia moderada.	Propone estrategias poco claras o poco alineadas con el análisis del mercado.	No propone estrategias o son irrelevantes para el contexto.
Uso de datos y fuentes de información	Utiliza datos actuales, confiables y variados que respaldan el análisis en profundidad.	Emplea datos relevantes y confiables, aunque limitados en variedad o actualidad.	Utiliza datos escasos o de fuentes poco confiables sin análisis crítico.	No utiliza datos o las fuentes son inapropiadas o inexistentes.
Claridad y coherencia en la presentación	La presentación es clara, lógica y coherente, facilitando la comprensión integral.	La presentación es mayormente clara y coherente con mínimas inconsistencias.	La presentación es confusa o presenta inconsistencias que dificultan la comprensión.	La presentación carece de coherencia y claridad, impidiendo la comprensión.
Creatividad e innovación en propuestas	Demuestra alto nivel de creatividad e innovación en las propuestas y análisis.	Presenta propuestas con cierto grado de creatividad e innovación.	Las propuestas son convencionales y poco innovadoras.	No muestra creatividad ni innovación en las propuestas.
Capacidad crítica y reflexiva	Realiza una reflexión crítica profunda sobre el mercado y las estrategias propuestas.	Incluye una reflexión crítica aunque con menor profundidad o detalle.	La reflexión es superficial o limitada en contexto y contenido.	No realiza reflexión crítica o es irrelevante para el análisis.