

Rúbrica Analítica para Evaluación de Proyecto de Marketing Mercadeo

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

Descripción

Esta rúbrica está diseñada para evaluar proyectos de marketing mercadeo en estudiantes de educación técnica/tecnológica, proporcionando una valoración detallada en criterios clave incluyendo aspectos de Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI).

Rúbrica

Rúbrica Analítica para Evaluación de Proyecto de Marketing Mercadeo

Esta rúbrica está diseñada para evaluar proyectos de marketing mercadeo en estudiantes de educación técnica/tecnológica, proporcionando una valoración detallada en criterios clave incluyendo aspectos de Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI).

Criterio	Excelente	Bueno	Aceptable	Bajo
Investigación de Mercado	Presenta una investigación exhaustiva y actualizada que incluye fuentes variadas y relevantes, identificando claramente las necesidades del mercado.	Realiza una investigación adecuada con fuentes confiables, cubriendo la mayoría de las necesidades del mercado.	La investigación es limitada, con pocas fuentes o información poco relevante para el mercado objetivo.	La investigación es insuficiente o ausente, sin evidencias claras de análisis del mercado.
Segmentación y Público Objetivo	Define segmentos de mercado claros y precisos, con una descripción detallada del público objetivo que justifica la estrategia.	Segmenta el mercado correctamente y describe el público objetivo de manera general.	Segmentación poco clara o incompleta, con descripción superficial del público objetivo.	No identifica segmentos ni define claramente el público objetivo.

Criterio	Excelente	Bueno	Aceptable	Bajo
Estrategia de Producto y Valor	Desarrolla una propuesta de valor innovadora y diferenciadora que responde a las necesidades del cliente y se alinea con la marca.	Presenta una propuesta de valor adecuada y coherente con el producto y el mercado.	La propuesta de valor es genérica o poco clara, con escasa relación con el producto.	No presenta propuesta de valor o esta es irrelevante para el producto.
Estrategia de Precio	Establece una estrategia de precios competitiva, basada en análisis de costos, competencia y percepción del cliente.	Presenta una estrategia de precios lógica con alguna justificación basada en el mercado.	La estrategia de precios es débil o poco justificada.	No se presenta estrategia de precios o es inapropiada para el mercado.
Estrategia de Promoción y Canales	Diseña un plan de promoción integral que utiliza canales variados y efectivos, alineados con el público objetivo.	Propone un plan de promoción adecuado con uso de algunos canales pertinentes.	Plan promocional limitado con canales poco adecuados o escasos.	No presenta plan de promoción ni canales definidos.
Aspectos de Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI)	Incorpora estrategias claras que promueven la diversidad, equidad e inclusión en el mercado y en la comunicación del proyecto.	Incluye consideraciones básicas sobre DEI en el proyecto y comunicación.	Muestra poca atención a DEI, con acciones limitadas o superficiales.	No considera ni incluye aspectos de diversidad, equidad e inclusión.
Creatividad e Innovación	El proyecto presenta ideas originales y creativas que aportan valor diferencial y captan la atención del mercado.	Muestra creatividad en algunas partes del proyecto, con ideas interesantes pero convencionales.	Escasa creatividad y uso de ideas poco novedosas o repetitivas.	Proyecto carece de creatividad y se limita a planteamientos básicos y poco atractivos.
Presentación y Organización	El proyecto está perfectamente organizado, con presentación clara, lenguaje adecuado y sin errores ortográficos o gramaticales.	Presentación ordenada y clara, con mínimos errores que no afectan la comprensión.	Presentación con problemas de organización, lenguaje poco claro o varios errores.	Presentación desordenada, confusa y con numerosos errores ortográficos o gramaticales.