

Rúbrica Analítica para Evaluación de Diseño de Identidad Visual para una Marca

Rúbrica Analítica | Bellas artes | Diseño | 4 niveles

Descripción

Esta rúbrica evalúa la propuesta de identidad visual desarrollada por el estudiante, considerando la aplicación de principios de composición, teoría del color, tipografía, comunicación visual y coherencia con el público objetivo. Además, incluye criterios relacionados con Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI) para promover propuestas sensibles y responsables en el diseño.

Rúbrica

Rúbrica Analítica para Evaluación de Diseño de Identidad Visual para una Marca

Esta rúbrica evalúa la propuesta de identidad visual desarrollada por el estudiante, considerando la aplicación de principios de composición, teoría del color, tipografía, comunicación visual y coherencia con el público objetivo. Además, incluye criterios relacionados con Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI) para promover propuestas sensibles y responsables en el diseño.

Criterios	Excelente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
Aplicación de principios de composición Organización visual clara, equilibrada y armónica que guía efectivamente la mirada del observador.	La composición es excepcionalmente equilibrada, dinámica y coherente, facilitando una comunicación visual clara y atractiva.	La composición es equilibrada y clara, con pocos detalles que podrían mejorar la armonía general.	La composición presenta desbalances o elementos confusos que afectan la claridad visual, pero cumple con lo básico.	La composición es desorganizada, confusa y no guía la mirada ni apoya la comunicación visual.

Criterios	Excelente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
Uso de la teoría del color Selección y combinación de colores que refuerzan la identidad y personalidad de la marca.	La paleta de colores es coherente, armoniosa y estratégica, transmitiendo efectivamente la personalidad y valores de la marca.	La selección de colores es adecuada y generalmente coherente, aunque podría optimizarse para mayor impacto.	El uso del color es básico o poco armónico, limitando la comunicación efectiva de la marca.	La selección de colores es inapropiada o no considera principios básicos de teoría del color, afectando la identidad.
Tipografía Elección y aplicación tipográfica que garantiza legibilidad y coherencia con la marca.	Las tipografías seleccionadas son legibles, coherentes con la identidad y utilizadas con excelente jerarquía visual.	Las tipografías son legibles y apropiadas, aunque la jerarquía o coherencia podría mejorarse.	La tipografía es legible pero presenta problemas de coherencia o jerarquía visual.	La tipografía es ilegible, inapropiada o afecta negativamente la identidad visual.
Comunicación visual y mensaje Claridad y efectividad en transmitir la personalidad y valores de la marca al público objetivo.	El mensaje visual es claro, impactante y refleja con precisión la personalidad y valores de la marca para su público.	El mensaje es comprensible y adecuado, aunque podría ser más claro o alineado con la personalidad de la marca.	El mensaje es confuso o poco claro, dificultando la conexión con el público objetivo.	El mensaje visual no comunica la personalidad ni valores de la marca, generando confusión.
Coherencia con el público objetivo Diseño adaptado a las características, intereses y necesidades del público meta.	La propuesta está claramente adaptada y personalizada para el público objetivo, evidenciando investigación y comprensión profunda.	El diseño considera al público objetivo con adecuación general, aunque puede profundizarse más en sus características.	La propuesta presenta una adaptación limitada o superficial al público objetivo.	El diseño no considera las características ni necesidades del público objetivo.
Originalidad y creatividad Innovación en el diseño que aporta valor distintivo a la identidad visual.	La propuesta presenta ideas altamente creativas y originales que destacan claramente en el mercado.	El diseño muestra creatividad y originalidad adecuadas, con algunos elementos distintivos.	La propuesta es funcional pero poco innovadora o presenta ideas comunes.	El diseño carece de originalidad y se basa en clichés o referencias poco creativas.

Criterios	Excelente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
Incorporación de principios de Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI) Consideración y respeto hacia diferentes culturas, géneros y grupos sociales en el diseño.	El diseño integra de forma consciente y respetuosa aspectos de DEI, promoviendo inclusión y representatividad clara.	La propuesta considera aspectos básicos de DEI, mostrando sensibilidad hacia la diversidad y equidad.	Hay una consideración limitada de DEI, con algunos elementos que podrían mejorar para ser más inclusivos.	No se evidencian consideraciones de diversidad, equidad ni inclusión en el diseño.
Presentación y justificación del diseño Claridad y profundidad en la explicación de las decisiones de diseño y su relación con los objetivos.	La presentación es clara, coherente y justifica profundamente cada elección, mostrando comprensión integral.	La explicación es clara y adecuada, justificando la mayoría de las decisiones de diseño.	La justificación es superficial o incompleta, dejando dudas sobre algunas elecciones.	La presentación carece de justificación clara y no relaciona el diseño con los objetivos del proyecto.