

Rúbrica Analítica para Evaluar Comunicaciones Integradas de Mercadeo

Rúbrica Analítica | Ciencias Sociales y Humanas | Comunicación | 5 niveles

Descripción

Esta rúbrica está diseñada para evaluar la competencia de trabajar colaborativamente y tomar decisiones efectivas en la definición de objetivos de comunicación, alineados con los objetivos generales de la marca, en estudiantes universitarios. Se valoran criterios específicos que permiten identificar fortalezas y áreas de mejora en la planeación y ejecución de estrategias de comunicación integradas.

Rúbrica

Rúbrica Analítica para Evaluar Comunicaciones Integradas de Mercadeo

Esta rúbrica está diseñada para evaluar la competencia de trabajar colaborativamente y tomar decisiones efectivas en la definición de objetivos de comunicación, alineados con los objetivos generales de la marca, en estudiantes universitarios. Se valoran criterios específicos que permiten identificar fortalezas y áreas de mejora en la planeación y ejecución de estrategias de comunicación integradas.

Criterios de Evaluación	Excelente (5)	Sobresaliente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
Definición clara y precisa de objetivos de comunicación	Objetivos perfectamente alineados, claros y específicos, reflejan comprensión profunda de la marca.	Objetivos bien definidos y mayormente claros, con buena alineación a la marca.	Objetivos definidos pero con cierta ambigüedad o falta de especificidad en relación con la marca.	Objetivos poco claros o vagos, con escasa relación con los objetivos generales de la marca.	Objetivos confusos, irrelevantes o ausentes respecto a la marca.

Criterios de Evaluación	Excelente (5)	Sobresaliente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
Coherencia entre objetivos de comunicación y objetivos generales de la marca	La coherencia es total, demostrando integración estratégica y comprensión del contexto.	Coherencia notable con mínimas inconsistencias menores.	Coherencia moderada con algunas discrepancias evidentes.	Coherencia débil, con varios objetivos desconectados de la marca.	No existe coherencia entre los objetivos de comunicación y los de la marca.
Participación y colaboración en el trabajo en equipo	Participa activamente, fomenta la colaboración y contribuye significativamente al logro común.	Participa consistentemente y apoya a los compañeros para alcanzar objetivos grupales.	Participa de forma regular, pero con contribuciones limitadas o pasivas.	Participación mínima que afecta el desarrollo del trabajo en equipo.	No participa o dificulta el trabajo colaborativo.
Aplicación de un proceso sistemático para la toma de decisiones	Utiliza un proceso lógico, ordenado y completo para elegir alternativas óptimas.	Aplica un proceso adecuado con pequeñas omisiones en la sistematización.	Proceso aplicado parcialmente, con falta de estructura o profundidad.	Proceso poco sistemático y superficial en la selección de alternativas.	No aplica proceso sistemático para la toma de decisiones.
Creatividad y originalidad en la propuesta de objetivos y estrategias	Demuestra alta creatividad y propone soluciones innovadoras y efectivas.	Presenta ideas creativas con propuestas mayormente originales.	Incorpora algo de creatividad, aunque con propuestas convencionales.	Escasa creatividad, con ideas poco novedosas o repetitivas.	No evidencia creatividad ni originalidad en las propuestas.
Integración de beneficios tanto propios como de otros en la toma de decisiones	Considera y equilibra perfectamente los beneficios individuales y colectivos.	Toma en cuenta ambos beneficios con leve desequilibrio.	Reconoce algunos beneficios, pero prioriza uno sobre otro sin justificación clara.	Considera de forma limitada los beneficios colectivos o personales.	No considera beneficios de otros ni propios en las decisiones.

Criterios de Evaluación	Excelente (5)	Sobresaliente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
Claridad y coherencia en la presentación de la propuesta de comunicación	Presentación excepcionalmente clara, organizada y coherente en todas sus partes.	Presentación clara y organizada con mínimas incoherencias.	Presentación comprensible pero con algunos problemas de organización o coherencia.	Presentación confusa o desorganizada que dificulta la comprensión.	Presentación poco clara, incoherente o incompleta.
Capacidad para anticipar posibles problemas y proponer soluciones	Identifica proactivamente problemas potenciales y propone soluciones efectivas.	Reconoce problemas y sugiere soluciones adecuadas en la mayoría de los casos.	Identifica algunos problemas, pero las soluciones son limitadas o poco viables.	Reconoce pocos problemas y propone soluciones insuficientes.	No identifica problemas ni ofrece soluciones.