

Rúbrica Analítica para Evaluación del Plan de Innovación y Prospección de Mercados Nichos

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

Descripción

Esta rúbrica está diseñada para evaluar el logro de aprendizaje en la elaboración del Plan de Innovación y Prospección de Mercados Nichos, basado en la metodología de Innovación Cooperativa y Prospección de Mercados Nichos publicada en el artículo "Neuroeconomics Decisions in Cocoa Producers" (Zúñiga, 2021). Se evalúan criterios de Objetividad, Implicancia y Pertinencia, con niveles de desempeño que permiten identificar fortalezas y áreas de mejora en estudiantes de posgrado.

Rúbrica

Rúbrica Analítica para Evaluación del Plan de Innovación y Prospección de Mercados Nichos

Esta rúbrica está diseñada para evaluar el logro de aprendizaje en la elaboración del Plan de Innovación y Prospección de Mercados Nichos, basado en la metodología de Innovación Cooperativa y Prospección de Mercados Nichos publicada en el artículo "Neuroeconomics Decisions in Cocoa Producers" (Zúñiga, 2021). Se evalúan criterios de Objetividad, Implicancia y Pertinencia, con niveles de desempeño que permiten identificar fortalezas y áreas de mejora en estudiantes de posgrado.

Criterios	Excelente	Bueno	Aceptable	Bajo
1. Precisión en la presentación de resultados (Objetividad)	Los resultados presentados son exactos, basados en datos claros y comprobables, sin ambigüedades ni errores.	Los resultados son mayormente precisos con mínimas inexactitudes o ambigüedades que no afectan la comprensión general.	Los resultados muestran algunas imprecisiones o falta de claridad que dificultan la interpretación precisa.	Los resultados son imprecisos, confusos o carecen de respaldo, lo que compromete la objetividad.

Criterios	Excelente	Bueno	Aceptable	Bajo
2. Aplicación adecuada de la Metodología de Innovación Cooperativa	La metodología se aplica completamente y de manera coherente, integrando todos sus componentes con rigor.	La metodología se aplica correctamente, con algunos elementos menos desarrollados pero sin comprometer el enfoque.	La aplicación de la metodología es parcial o presenta inconsistencias que limitan su efectividad.	No se aplica o se aplica incorrectamente la metodología, afectando la validez del plan.
3. Relevancia práctica del plan para mercados nichos (Implicancia)	El plan demuestra alto impacto potencial y aplicación práctica clara en mercados nichos específicos, con estrategias innovadoras.	El plan presenta relevancia práctica adecuada, con estrategias aplicables aunque con menor innovación.	La relevancia práctica es limitada o poco clara, con estrategias poco adaptadas a los mercados nichos.	El plan carece de relevancia práctica o no considera las necesidades reales de los mercados nichos.
4. Adecuación al contexto socioeconómico y cultural (Pertinencia)	El plan está perfectamente adaptado al contexto local y cultural, considerando variables socioeconómicas relevantes.	El plan considera adecuadamente el contexto, aunque algunos aspectos locales podrían estar mejor integrados.	La adaptación al contexto es superficial o incompleta, ignorando ciertos factores clave.	El plan no considera el contexto ni las particularidades socioeconómicas y culturales.
5. Claridad y coherencia en la estructura del plan	El plan está organizado con claridad, coherencia lógica y secuencia adecuada que facilita su comprensión.	El plan presenta estructura clara, con leves desordenes que no afectan significativamente la comprensión.	La estructura es poco coherente o desorganizada, dificultando la comprensión del plan.	El plan carece de estructura clara, resultando confuso y difícil de seguir.
6. Fundamentación teórica y soporte bibliográfico	Se fundamenta sólidamente en la literatura especializada, incluyendo el artículo base y otras fuentes relevantes.	Cuenta con fundamentación adecuada, aunque con algunas fuentes limitadas o poco actualizadas.	La fundamentación es básica, con escaso soporte bibliográfico o referencias superficiales.	No presenta fundamentación teórica adecuada ni soporte bibliográfico pertinente.

Criterios	Excelente	Bueno	Aceptable	Bajo
7. Innovación en las estrategias propuestas	Las estrategias son altamente innovadoras, aportando soluciones creativas y diferenciadas para los mercados nichos.	Las estrategias incluyen elementos innovadores, aunque algunos son convencionales o poco diferenciados.	Las estrategias presentan poca innovación, dominando enfoques tradicionales o repetitivos.	Las estrategias carecen de innovación y no aportan valor agregado al mercado.
8. Viabilidad y factibilidad del plan	El plan es completamente viable y factible, con recursos, tiempos y procesos claramente definidos y realistas.	El plan es viable con algunas limitaciones menores en recursos o tiempos que pueden ser gestionadas.	La viabilidad es cuestionable debido a falta de definición o realismo en recursos y tiempos.	El plan carece de viabilidad, con propuestas irreales o recursos insuficientes.