

Rúbrica para Evaluar Estrategias de Ingreso a Mercados - 4 P's en Relaciones Internacionales

Rúbrica Escalar | Economía, Administración & Contaduría | Relaciones internacionales | 4 niveles

Descripción

Esta rúbrica permite evaluar el diseño y análisis de estrategias de ingreso a mercados internacionales, considerando las 4 P's (Producto, Precio, Plaza y Promoción) desde una perspectiva de relaciones internacionales. La evaluación se realiza en una escala numérica que refleja la calidad y profundidad del trabajo del estudiante.

Rúbrica

Rúbrica para Evaluar Estrategias de Ingreso a Mercados - 4 P's en Relaciones Internacionales

Esta rúbrica permite evaluar el diseño y análisis de estrategias de ingreso a mercados internacionales, considerando las 4 P's (Producto, Precio, Plaza y Promoción) desde una perspectiva de relaciones internacionales. La evaluación se realiza en una escala numérica que refleja la calidad y profundidad del trabajo del estudiante.

Aspectos a Evaluar	Criterios de Evaluación	Puntuación
Producto	• Excelente (≥90%): Presenta un análisis detallado y adaptado culturalmente del producto para el mercado internacional, destacando ventajas competitivas y adecuación a las necesidades locales. • Bueno (≥80%): Describe adecuadamente el producto y su adaptación para el mercado, con algunas consideraciones culturales. • Aceptable (≥50%): Presenta un análisis básico del producto con escasa adaptación cultural. • Pobre (<50%): Información incompleta o irrelevante sobre el producto y su adaptación.	0 - 100

Aspectos a Evaluar	Criterios de Evaluación	Puntuación
Precio	• Excelente (≥90%): Formula una estrategia de precios competitiva y coherente con el contexto económico y regulatorio internacional, considerando fluctuaciones cambiarias y poder adquisitivo. • Bueno (≥80%): Presenta una estrategia de precios adecuada con algunas consideraciones internacionales. • Aceptable (≥50%): Estrategia de precios básica sin análisis profundo del contexto internacional. • Pobre (<50%): Estrategia poco clara o inadecuada respecto al mercado objetivo.	0 - 100
Plaza (Distribución)	• Excelente (≥90%): Propone canales de distribución internacionales efectivos y adaptados a las condiciones del mercado objetivo, incluyendo logística y regulaciones. • Bueno (≥80%): Describe canales de distribución adecuados con alguna consideración internacional. • Aceptable (≥50%): Menciona canales básicos sin profundizar en su adecuación internacional. • Pobre (<50%): Canales de distribución poco claros o inadecuados.	0 - 100
Promoción	• Excelente (≥90%): Diseña una estrategia promocional culturalmente sensible y acorde a los medios y hábitos del mercado internacional. • Bueno (≥80%): Presenta una estrategia promocional adecuada con algunas adaptaciones culturales. • Aceptable (≥50%): Estrategia promocional básica con poca consideración cultural. • Pobre (<50%): Estrategia promocional insuficiente o no adaptada.	0 - 100
Análisis de Relaciones Internacionales	• Excelente (≥90%): Integra de manera profunda aspectos políticos, económicos y legales internacionales que afectan la estrategia de ingreso. • Bueno (≥80%): Considera algunos factores internacionales relevantes con buen nivel de análisis. • Aceptable (≥50%): Menciona factores internacionales de forma superficial. • Pobre (<50%): No considera o interpreta incorrectamente factores internacionales.	0 - 100

Aspectos a Evaluar	Criterios de Evaluación	Puntuación
Coherencia y Integración de las 4 P's	• Excelente (≥90%): Las 4 P's están perfectamente integradas y coherentes con la estrategia global de ingreso al mercado. • Bueno (≥80%): Buena coherencia entre las 4 P's con mínimas inconsistencias. • Aceptable (≥50%): Algunas incoherencias o falta de integración entre las 4 P's. • Pobre (<50%): Estrategia fragmentada o incoherente.	0 - 100
Originalidad y Creatividad	• Excelente (≥90%): Presenta ideas innovadoras y creativas que aportan valor diferencial en la estrategia. • Bueno (≥80%): Presenta ideas originales con buen nivel de creatividad. • Aceptable (≥50%): Ideas convencionales con poca innovación. • Pobre (<50%): Falta de originalidad o copia de estrategias comunes.	0 - 100
Claridad y Presentación	• Excelente (≥90%): Presentación clara, bien estructurada y libre de errores, facilitando la comprensión completa de la estrategia. • Bueno (≥80%): Presentación clara con algunos errores menores. • Aceptable (≥50%): Presentación con errores que dificultan parcialmente la comprensión. • Pobre (<50%): Presentación confusa o con múltiples errores que impiden entender la estrategia.	0 - 100