

Rúbrica Analítica para Evaluar Texto Publicitario Escritura

- Educación Básica

Rúbrica Analítica | Lenguaje | Escritura | 3 niveles

Descripción

Esta rúbrica está diseñada para evaluar textos publicitarios escritos por estudiantes de primaria (6-11 años). Evalúa aspectos clave de la escritura publicitaria para identificar fortalezas y áreas de mejora en el trabajo de los alumnos.

Rúbrica

Rúbrica Analítica para Evaluar Texto Publicitario Escritura

- Educación Básica

Esta rúbrica está diseñada para evaluar textos publicitarios escritos por estudiantes de primaria (6-11 años). Evalúa aspectos clave de la escritura publicitaria para identificar fortalezas y áreas de mejora en el trabajo de los alumnos.

Criterios	Excelente	Bueno	Bajo
Claridad del mensaje publicitario	El mensaje es claro, atractivo y fácil de entender para el público objetivo.	El mensaje es generalmente claro pero podría ser más atractivo o preciso.	El mensaje es confuso o difícil de comprender para el público.
Uso del lenguaje persuasivo	Utiliza palabras y frases persuasivas que motivan al lector a interesarse en el producto o servicio.	Usa algunos elementos persuasivos, pero no de manera consistente o efectiva.	No utiliza lenguaje persuasivo o es inapropiado para el texto publicitario.
Organización y estructura del texto	El texto está bien organizado con introducción, desarrollo y cierre adecuados.	La estructura es clara pero puede faltar cohesión o conexión entre las partes.	El texto carece de estructura clara o las ideas están desordenadas.
Creatividad y originalidad	El texto muestra ideas originales y creativas que captan la atención.	Presenta algunas ideas creativas, pero en general es poco original.	El texto es poco creativo, repetitivo o copia ideas comunes sin aportar novedades.
Ortografía y gramática	No presenta errores ortográficos ni gramaticales.	Presenta pocos errores que no afectan la comprensión del texto.	Los errores ortográficos y gramaticales dificultan la lectura y comprensión.

Criterios	Excelente	Bueno	Bajo
Uso adecuado de vocabulario	Emplea vocabulario variado y adecuado para la edad y el tema publicitario.	Utiliza vocabulario correcto pero limitado o repetitivo.	El vocabulario es inapropiado, muy simple o incorrecto para el contexto.
Presentación y legibilidad	El texto está ordenado, con buena caligrafía o formato que facilita la lectura.	La presentación es aceptable pero puede mejorar en orden o legibilidad.	El texto está desordenado, con mala caligrafía o formato que dificulta la lectura.
Incluye elementos propios de un texto publicitario (título, llamado a la acción)	Incluye título llamativo y llamado a la acción claros y efectivos.	Incluye título o llamado a la acción, pero uno de ellos es poco claro o poco efectivo.	No incluye título o llamado a la acción, o estos son confusos.