

# Rúbrica Analítica para Evaluación de Branding

## Administración

Rúbrica Analítica | Economía, Administración & Contaduría | Administración | 5 niveles

### Descripción

Esta rúbrica está diseñada para evaluar el informe escrito de Branding en Administración de manera detallada, abarcando diagnóstico, estrategia, identidad y plan de activación de marca. Cada criterio se valora en cinco niveles para identificar fortalezas y áreas de mejora en el trabajo de posgrado.

### Rúbrica

# Rúbrica Analítica para Evaluación de Branding

## Administración

Esta rúbrica está diseñada para evaluar el informe escrito de Branding en Administración de manera detallada, abarcando diagnóstico, estrategia, identidad y plan de activación de marca. Cada criterio se valora en cinco niveles para identificar fortalezas y áreas de mejora en el trabajo de posgrado.

| Criterios de Evaluación                                              | Excelente (5)                                                                                                                       | Sobresaliente (4)                                                                                        | Bueno (3)                                                                                                    | Aceptable (2)                                                                                             | Bajo (1)                                                     |
|----------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|
| 1. Diagnóstico de Marca Actual: Identidad, Valores y Posicionamiento | Análisis profundo, claro y coherente con evidencia sólida que refleja comprensión total de la identidad, valores y posicionamiento. | Análisis completo con buena claridad y coherencia, con evidencia relevante aunque con menor profundidad. | Análisis adecuado que cubre los aspectos básicos pero con falta de profundidad o claridad en algunos puntos. | Análisis superficial, con información incompleta o poco clara sobre identidad, valores y posicionamiento. | No presenta análisis o el análisis es irrelevante o erróneo. |

| <b>Criterios de Evaluación</b>                                                      | <b>Excelente (5)</b>                                                                                                        | <b>Sobresaliente (4)</b>                                                                                                 | <b>Bueno (3)</b>                                                                              | <b>Aceptable (2)</b>                                                              | <b>Bajo (1)</b>                                                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|
| <b>2. Mapeo de la Competencia Directa e Indirecta</b>                               | Mapeo exhaustivo y detallado, identifica claramente competidores directos e indirectos con análisis comparativo pertinente. | Mapeo bien realizado, identifica la mayoría de competidores con cierta comparación relevante.                            | Mapeo básico que identifica competidores principales pero con análisis limitado o poco claro. | Mapeo incompleto o confuso con identificación parcial o errónea de competidores.  | No realiza mapeo o el mapeo es incorrecto y sin relevancia.          |
| <b>3. Identificación del Problema Principal (Auditoría Gráfica y de Percepción)</b> | Identificación clara, precisa y bien fundamentada del problema principal con evidencia gráfica y de percepción contundente. | Identificación clara y adecuada del problema, con evidencia gráfica y percepción relevante aunque con menor profundidad. | Identificación del problema presente pero poco clara o con evidencia limitada.                | Identificación débil o confusa del problema principal sin justificación adecuada. | No identifica problema o la identificación es errónea y sin soporte. |
| <b>4. Estrategia de Plataforma de Marca: Propósito, Visión, Misión y Valores</b>    | Declaraciones completas, claras y alineadas, que reflejan una estrategia coherente y diferenciada.                          | Declaraciones completas y coherentes, aunque con menor diferenciación o profundidad.                                     | Declaraciones presentes pero generales o poco alineadas entre sí.                             | Declaraciones incompletas, poco claras o con falta de coherencia.                 | No presenta declaraciones o son irrelevantes para la marca.          |
| <b>5. Definición de Personalidad de Marca y Tono de Voz</b>                         | Personalidad y tono claramente definidos, coherentes con la estrategia y respaldados por arquetipos bien seleccionados.     | Personalidad y tono definidos adecuadamente, con cierta coherencia y respaldo conceptual.                                | Personalidad y tono definidos de forma básica y poco profundizada.                            | Definición débil o inconsistente de personalidad y tono de voz.                   | No define personalidad ni tono de voz o es totalmente inapropiado.   |

| <b>Criterios de Evaluación</b>                                          | <b>Excelente (5)</b>                                                                                                  | <b>Sobresaliente (4)</b>                                                                 | <b>Bueno (3)</b>                                                                            | <b>Aceptable (2)</b>                                                         | <b>Bajo (1)</b>                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| <b>6. Propuesta de Valor Única (PVU) y Desarrollo del Buyer Persona</b> | PVU clara, innovadora y alineada con buyer persona detallado y segmentado con precisión.                              | PVU adecuada con buyer persona definido con cierto nivel de detalle y coherencia.        | PVU y buyer persona presentes pero poco desarrollados o generales.                          | PVU y buyer persona poco claros, incompletos o inconsistentes.               | No presenta PVU ni buyer persona o son irrelevantes.                  |
| <b>7. Arquitectura e Identidad Verbal y Visual</b>                      | Propuesta de naming/tagline justificada, con sistema visual coherente, atractivo y aplicado en mockups profesionales. | Propuesta de naming/tagline adecuada con sistema visual coherente y mockups suficientes. | Propuesta presente pero con justificación débil, sistema visual básico o mockups limitados. | Propuesta incompleta o poco coherente, con sistema visual poco desarrollado. | No presenta propuesta ni sistema visual o son inapropiados.           |
| <b>8. Plan de Activación y Mapeo de Contacto</b>                        | Diseño detallado y creativo de touchpoints, con guía clara y útil para el lanzamiento y comunicación.                 | Plan adecuado con diseño coherente de touchpoints y guía funcional para comunicación.    | Plan básico con diseño limitado y guía poco detallada o general.                            | Plan incompleto o poco claro con diseño y guía poco útiles.                  | No presenta plan de activación ni mapeo de contacto o es irrelevante. |