

Rúbrica Analítica para Evaluar Segmentación, Marketing y Publicidad

Rúbrica Analítica | Economía, Administración & Contaduría | Marketing y publicidad | 4 niveles

Descripción

Esta rúbrica está diseñada para evaluar el desempeño de estudiantes universitarios en la diferenciación de las etapas del proceso de decisión de compra, la aplicación de criterios de segmentación para delimitar un mercado meta, y el diseño de un perfil de cliente ideal (buyer persona) basado en datos actuales del mercado. Cada criterio se valora en cuatro niveles de desempeño para identificar fortalezas y áreas de mejora específicas.

Rúbrica

Rúbrica Analítica para Evaluar Segmentación, Marketing y Publicidad

Esta rúbrica está diseñada para evaluar el desempeño de estudiantes universitarios en la diferenciación de las etapas del proceso de decisión de compra, la aplicación de criterios de segmentación para delimitar un mercado meta, y el diseño de un perfil de cliente ideal (buyer persona) basado en datos actuales del mercado. Cada criterio se valora en cuatro niveles de desempeño para identificar fortalezas y áreas de mejora específicas.

Criterios de Evaluación	Excelente	Bueno	Aceptable	Bajo
Diferenciación de las etapas del proceso de decisión de compra	Identifica y explica claramente todas las etapas del proceso de compra con ejemplos relevantes y precisos.	Identifica la mayoría de las etapas del proceso con explicaciones adecuadas y algunos ejemplos.	Reconoce algunas etapas pero la explicación es superficial o carece de ejemplos claros.	No identifica las etapas o la explicación es incorrecta o confusa.
Aplicación de criterios de segmentación geográfica	Aplica criterios geográficos de forma precisa para definir un mercado meta claramente delimitado.	Aplica criterios geográficos con buena precisión, aunque con algunas limitaciones en la delimitación del mercado.	Aplica criterios geográficos de forma básica o incompleta, con poca delimitación del mercado.	No aplica o aplica incorrectamente los criterios geográficos.

Criterios de Evaluación	Excelente	Bueno	Aceptable	Bajo
Aplicación de criterios de segmentación demográfica	Utiliza criterios demográficos detallados y adecuados para definir un segmento de mercado específico y relevante.	Utiliza criterios demográficos apropiados, aunque con menor detalle o relevancia.	Utiliza criterios demográficos de manera superficial o poco adecuada.	No utiliza o aplica incorrectamente los criterios demográficos.
Aplicación de criterios de segmentación psicográfica	Integra criterios psicográficos complejos y relevantes que enriquecen la segmentación del mercado meta.	Incluye criterios psicográficos adecuados pero con menor profundidad o especificidad.	Menciona criterios psicográficos de manera limitada o poco clara.	No considera criterios psicográficos o los aplica incorrectamente.
Aplicación de criterios de segmentación conductual	Aplica criterios conductuales de forma completa y coherente para perfilar el mercado meta con precisión.	Aplica criterios conductuales adecuados con algunos detalles faltantes o poco claros.	Aplica criterios conductuales de manera parcial o generalizada sin precisión.	No aplica criterios conductuales o los utiliza de manera incorrecta.
Delimitación clara y específica del mercado meta	Define un mercado meta bien delimitado, coherente con los criterios de segmentación y el análisis de datos.	Define un mercado meta con cierta delimitación pero con algunos aspectos generales o poco claros.	El mercado meta es ambiguo o poco específico, con débil relación con los criterios aplicados.	No delimita un mercado meta o la delimitación es incorrecta.
Diseño del perfil del cliente ideal (buyer persona)	Diseña un buyer persona detallado y realista, basado en datos relevantes y bien integrados del mercado actual.	Diseña un buyer persona con información adecuada, aunque con menor nivel de detalle o integración de datos.	Diseña un buyer persona básico con poca conexión a datos del mercado o con información insuficiente.	No diseña un buyer persona o el perfil carece de relación con datos reales.
Coherencia y presentación del trabajo	El trabajo está muy bien organizado, con presentación clara, sin errores y con uso adecuado de términos técnicos.	El trabajo está organizado y claro, con pocos errores y uso generalmente adecuado del lenguaje técnico.	El trabajo tiene cierta organización pero presenta errores o confusión en algunos conceptos o términos.	El trabajo carece de organización, presenta muchos errores y uso incorrecto de términos técnicos.

