

Rúbrica Analítica para Evaluación de Mercadeo, Marketing y Publicidad

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

Descripción

Esta rúbrica está diseñada para evaluar proyectos o trabajos relacionados con mercadeo, marketing y publicidad en estudiantes universitarios, proporcionando una evaluación detallada de cada criterio para identificar fortalezas y áreas de mejora.

Rúbrica

Rúbrica Analítica para Evaluación de Mercadeo, Marketing y Publicidad

Esta rúbrica está diseñada para evaluar proyectos o trabajos relacionados con mercadeo, marketing y publicidad en estudiantes universitarios, proporcionando una evaluación detallada de cada criterio para identificar fortalezas y áreas de mejora.

Criterios	Excelente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
Claridad y coherencia en la definición del público objetivo	Identifica claramente un público objetivo específico y justifica adecuadamente su elección con datos precisos.	Define un público objetivo adecuado con una justificación correcta, aunque con detalles limitados.	Identifica un público objetivo pero con justificaciones poco claras o vagas.	No logra definir un público objetivo o la definición es incorrecta o irrelevante.
Diseño y creatividad de la campaña publicitaria	Presenta una campaña innovadora y creativa que capta la atención y se adapta perfectamente a la marca.	Diseña una campaña con elementos creativos adecuados y coherentes con la marca.	Campaña con creatividad limitada, poco original y con algunos elementos poco relacionados con la marca.	La campaña carece de creatividad y no se relaciona con la marca ni el público objetivo.

Criterios	Excelente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
Uso efectivo de herramientas y canales de marketing	Selecciona y utiliza acertadamente múltiples canales y herramientas de marketing alineados con los objetivos.	Utiliza adecuadamente algunas herramientas y canales relevantes para la campaña.	Uso limitado o poco efectivo de las herramientas y canales disponibles.	No utiliza las herramientas ni canales adecuados o los usa incorrectamente.
Análisis de la competencia y posicionamiento	Realiza un análisis exhaustivo y preciso de la competencia y propone un posicionamiento claro y diferenciador.	Presenta un análisis correcto de la competencia y un posicionamiento adecuado.	Análisis superficial de la competencia con un posicionamiento poco definido.	No realiza análisis de la competencia ni plantea un posicionamiento relevante.
Coherencia entre objetivos de marketing y estrategias propuestas	Los objetivos y estrategias están perfectamente alineados y son realistas, medibles y alcanzables.	Los objetivos y estrategias son coherentes, aunque con algunos aspectos poco claros o poco medibles.	Existe cierta incoherencia entre los objetivos y las estrategias, dificultando su logro.	Los objetivos y las estrategias son contradictorios o poco claros.
Calidad y precisión de la presentación y argumentación	Presentación clara, profesional y bien estructurada con argumentos sólidos y bien fundamentados.	Presentación clara y ordenada con argumentos adecuados y fundamentados.	Presentación aceptable pero con falta de claridad o argumentación débil.	Presentación desorganizada, confusa o con argumentación pobre o incorrecta.
Integración de conceptos teóricos y prácticos de mercadeo	Demuestra dominio completo integrando conceptos teóricos y su aplicación práctica de manera efectiva.	Aplica correctamente los conceptos teóricos con buena relación a la práctica.	Aplica algunos conceptos teóricos pero con limitaciones en la relación práctica.	No integra conceptos teóricos o lo hace de manera incorrecta y sin relación práctica.
Creatividad en la solución de problemas y adaptabilidad	Propone soluciones innovadoras y muestra alta adaptabilidad ante posibles desafíos o cambios.	Presenta soluciones adecuadas y demuestra cierta capacidad de adaptación.	Soluciones poco creativas y limitada adaptabilidad frente a problemas.	No presenta soluciones viables ni demuestra adaptabilidad.