

Rúbrica Analítica para Evaluar Diseño Publicitario

Rúbrica Analítica | Bellas artes | Diseño | 4 niveles

Descripción

Esta rúbrica está diseñada para evaluar proyectos de diseño publicitario en estudiantes universitarios de Bellas Artes. Evalúa aspectos clave del diseño para identificar fortalezas y áreas de mejora en el trabajo presentado.

Rúbrica

Rúbrica Analítica para Evaluar Diseño Publicitario

Esta rúbrica está diseñada para evaluar proyectos de diseño publicitario en estudiantes universitarios de Bellas Artes. Evalúa aspectos clave del diseño para identificar fortalezas y áreas de mejora en el trabajo presentado.

Criterio	Excelente	Bueno	Aceptable	Bajo
Concepto Creativo	Idea original y altamente innovadora que comunica claramente el mensaje publicitario.	Idea creativa y clara que comunica bien el mensaje publicitario.	Idea algo convencional, comunica el mensaje pero con poca fuerza o claridad.	Idea poco clara, poco creativa o que no comunica el mensaje publicitario.
Composición y Jerarquía Visual	Composición equilibrada y dinámica; jerarquía visual clara que guía eficazmente la atención.	Composición organizada con buena jerarquía visual, aunque con leves mejoras posibles.	Composición funcional pero con jerarquía visual poco definida o confusa.	Composición desordenada y jerarquía visual inexistente o confusa.
Uso del Color	Paleta de colores armoniosa y estratégica que potencia el mensaje y la estética.	Uso adecuado del color, con buena armonía y relación con el mensaje.	Uso de color básico, con poca armonía o relevancia para el mensaje.	Colores poco apropiados o discordantes que afectan negativamente el diseño.
Tipografía	Selección tipográfica coherente, legible y que complementa el diseño y mensaje.	Tipografía legible y adecuada, con mínimas inconsistencias en el diseño.	Tipografía legible pero poco coherente o poco atractiva para el diseño.	Tipografía ilegible o inapropiada que dificulta la comprensión del mensaje.

Criterio	Excelente	Bueno	Aceptable	Bajo
Integración de Elementos Visuales	Elementos visuales integrados de forma armoniosa y creativa, enriqueciendo el diseño.	Elementos visuales bien integrados, aunque con oportunidades para mayor creatividad.	Elementos visuales presentes pero con integración limitada o poco armoniosa.	Elementos visuales mal integrados o que distraen del mensaje principal.
Originalidad y Autenticidad	Diseño claramente original, evitando clichés y demostrando voz propia.	Diseño mayormente original con algunos elementos comunes o predecibles.	Diseño con varios elementos poco originales o inspirados en trabajos comunes.	Diseño plagado de clichés o copias evidentes, sin aporte propio.
Funcionalidad y Aplicabilidad	Diseño adaptable y funcional para distintos medios publicitarios, con alta efectividad.	Diseño funcional y aplicable en la mayoría de medios, con algunas limitaciones menores.	Diseño funcional pero con dificultades para adaptarse a ciertos medios o formatos.	Diseño poco funcional o inaplicable en formatos publicitarios reales.
Presentación y Profesionalismo	Presentación impecable, cuidada y profesional, que refleja un alto nivel de detalle.	Presentación clara y profesional, con pocos detalles por mejorar.	Presentación aceptable pero con errores o falta de cuidado en detalles.	Presentación descuidada, con errores que afectan la percepción profesional.