

Rúbrica Analítica para Evaluar Mix de Marketing

Rúbrica Analítica | Ingeniería | 5 niveles

Descripción

Esta rúbrica evalúa el desempeño de estudiantes universitarios en la creación y análisis del mix de marketing, considerando niveles básico, autónomo y estratégico. Se incluyen criterios que reflejan aspectos técnicos, creativos, analíticos y de Responsabilidad Social, con especial énfasis en Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI).

Rúbrica

Rúbrica Analítica para Evaluar Mix de Marketing

Esta rúbrica evalúa el desempeño de estudiantes universitarios en la creación y análisis del mix de marketing, considerando niveles básico, autónomo y estratégico. Se incluyen criterios que reflejan aspectos técnicos, creativos, analíticos y de Responsabilidad Social, con especial énfasis en Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI).

Criterios	Excelente (5)	Sobresaliente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
1. Comprensión y Aplicación del Concepto de Mix de Marketing Evaluación del entendimiento profundo y la correcta aplicación de las 4 P's (Producto, Precio, Plaza, Promoción).	Demuestra un entendimiento completo y aplica creativamente las 4 P's con ejemplos claros y pertinentes, integrándolas en una estrategia coherente.	Aplica correctamente las 4 P's con ejemplos adecuados y coherentes, mostrando buena comprensión del concepto.	Aplica las 4 P's, aunque con algunos errores menores o falta de profundidad en la explicación.	Identifica las 4 P's pero con aplicación limitada o algunos conceptos incorrectos.	No identifica ni aplica correctamente las 4 P's del mix de marketing.
2. Análisis Estratégico Capacidad para integrar el mix de marketing en objetivos estratégicos claros y medibles.	Integra el mix de marketing en una estrategia clara, innovadora y alineada con objetivos medibles y alcanzables.	Relaciona adecuadamente el mix con objetivos estratégicos, aunque con menor innovación o detalle.	Presenta objetivos estratégicos básicos pero con conexión limitada al mix de marketing.	Los objetivos son poco claros, con débil relación al mix de marketing.	No presenta objetivos estratégicos o no conecta el mix con ellos.

Criterios	Excelente (5)	Sobresaliente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
3. Creatividad e Innovación en la Propuesta Originalidad en las ideas y soluciones propuestas para cada componente del mix de marketing.	Presenta ideas altamente creativas e innovadoras que diferencian claramente la propuesta en el mercado.	Muestra creatividad y algunas ideas innovadoras, aunque con menor impacto o novedad.	Propuesta funcional con ideas comunes, poca innovación.	Ideas poco creativas y repetitivas, con escasa aportación diferencial.	No presenta creatividad ni innovación en la propuesta.
4. Análisis de Mercado y Segmentación Capacidad para identificar y analizar segmentos de mercado relevantes y adaptar el mix a ellos.	Realiza un análisis exhaustivo y preciso de segmentos, adaptando el mix de marketing de forma óptima para cada uno.	Analiza segmentos relevantes y adapta adecuadamente el mix, aunque con menor profundidad.	Identifica segmentos pero con análisis limitado y adaptación básica del mix.	Segmentación poco clara o inapropiada con mínima adaptación del mix.	No identifica segmentos o no adapta el mix a ningún segmento.
5. Inclusión de Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI) en la Estrategia Incorporación de principios DEI en el diseño del mix de marketing.	Integra de forma clara y efectiva principios de DEI, promoviendo una estrategia inclusiva y equitativa para diversos públicos.	Incorpora principios DEI con adecuación, aunque con menor profundidad o alcance.	Considera algunos aspectos de DEI pero de forma limitada o superficial.	Muestra reconocimiento básico de DEI pero sin integración real en la estrategia.	No considera aspectos de DEI en la propuesta.

Criterios	Excelente (5)	Sobresaliente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
6. Uso de Fuentes y Evidencia de Apoyo Incorporación de datos, referencias bibliográficas y evidencia que sustenten las decisiones del mix.	Utiliza múltiples fuentes fiables y actuales que sustentan sólidamente todas las propuestas.	Emplea fuentes adecuadas y actuales que apoyan la mayoría de las decisiones.	Usa algunas fuentes, aunque con referencias limitadas o poco actuales.	Fuentes escasas o poco confiables que apoyan mínimamente el trabajo.	No utiliza fuentes ni evidencia para sustentar su propuesta.
7. Claridad y Organización de la Presentación Capacidad para comunicar ideas de forma estructurada, clara y coherente.	Presentación muy clara, organizada y fácil de seguir, con lenguaje académico adecuado.	Presentación clara y organizada, con mínimas confusiones o desorden.	Presentación entendible, aunque con algunos problemas de estructura o claridad.	Presentación confusa o desorganizada que dificulta la comprensión.	Presentación desordenada y poco clara, impidiendo entender la propuesta.
8. Evaluación Crítica y Reflexión Personal Análisis crítico de la propia propuesta, identificando fortalezas, debilidades y posibles mejoras.	Realiza una reflexión profunda y crítica, identificando claramente puntos fuertes y áreas de mejora con propuestas concretas.	Incluye reflexión crítica adecuada, identificando fortalezas y debilidades relevantes.	Realiza alguna reflexión, pero con análisis superficial o incompleto.	Reflexión limitada o poco crítica sobre la propuesta.	No presenta análisis ni reflexión crítica sobre su trabajo.