

**Universidad Tecnológica del Valle del Mezquital**  
**Administración y Evaluación de Proyectos**  
**Rúbricas de Exposición Final. Tercer Cuatrimestre Grupo "A"**  
**Septiembre - Diciembre 2011**

Profesor: \_\_\_\_\_

Firma: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

Aspecto que evalúa	Variables a evaluar	PONDERACIÓN					EQUIPO			No.
		Excelente 4	Bueno 3	Regular 2	Malo 1	Nulo 0	Exfoliante	Mascarilla	Detergente	
Ser	Puntualidad y Administración del tiempo	Los estudiantes llegaron puntuales al auditorio, comenzaron y terminaron su presentación en el tiempo establecido.	Los estudiantes llegaron puntuales al auditorio pero no comenzaron a tiempo su presentación, y si terminaron en el periodo establecido.	Los estudiantes llegaron puntuales al auditorio, no comenzaron y no terminaron en el tiempo establecido.	Los estudiantes no llegaron puntuales al auditorio, no comenzaron a tiempo su presentación y no terminaron en el tiempo establecido.	NA				1
	Vestimenta	Atuendo de negocio, un aspecto muy profesional. Bien peinados, no aparentan desaliño.	Atuendo de negocios casual. Se muestran poco desaliñados.	Atuendo de negocios casual, pero los zapatos no son adecuados, o su atuendo aparenta estar arrugado.	El atuendo en general no es apropiado para la audiencia y su cara no esta descubierta.	NA				2
	Volumen	El volumen es lo suficientemente alto para ser escuchado por todos los miembros de la audiencia a través de toda la presentación.	El volumen es lo suficientemente alto para ser escuchado por todos los miembros de la audiencia al menos 90 por ciento del tiempo.	El volumen es lo suficientemente alto para ser escuchado por todos los miembros de la audiencia al menos el 80 por ciento del tiempo.	El volumen con frecuencia es muy débil para ser escuchado por todos los miembros de la audiencia.	Durante toda la exposición el volumen es muy débil para ser escuchado por los miembros de la audiencia.				3
	Desenvolvimiento	Tienen buena postura, se ven relajado y seguros de sí mismo. Establecen contacto visual con todos en el salón durante la presentación.	Tienen buena postura y establecen contacto visual con todos en el salón durante la presentación.	Algunas veces tienen buena postura y establecen contacto visual.	Tienen mala postura y/o no miran a las personas durante la presentación.	NA				4
	Entusiasmo	Expresiones faciales y lenguaje corporal generan un fuerte interés y entusiasmo sobre el tema en otros.	Expresiones faciales y lenguaje corporal algunas veces generan un fuerte interés y entusiasmo sobre el tema en otros.	Expresiones faciales y lenguaje corporal son usados para tratar de generar entusiasmos, pero parecen ser fingidos.	Muy poco uso de expresiones faciales o lenguaje corporal. No genera mucho interés en la forma de presentar el tema.	Nulas expresiones faciales o lenguaje corporal que generen interés en la forma de presentar el tema.				5
	Uso de Hechos/Estadísticas	Cada punto principal estuvo completamente apoyado con varios hechos relevantes, estadísticas y/o ejemplos.	Cada punto principal estuvo apoyado con hechos relevantes, estadísticas y/o ejemplos.	Cada punto principal estuvo apoyado con hechos, estadísticas y/o ejemplos, pero la relevancia de algunos fue dudosa.	Algunos aspectos estuvieron apoyados con hechos, estadísticas y/o ejemplos, pero la relevancia fue dudosa.	Ningún punto principal fue apoyado.				6
	Fuentes	Todas las fuentes de información y las gráficas están documentadas y en el formato APA.	Todas las fuentes de información y las gráficas están documentadas, pero unas pocas no están en el formato deseado.	Menos del 75 por ciento de las fuentes de información y gráficas están documentadas y no están en el formato deseado.	Menos del 50 por ciento de las fuentes de información y gráficas están documentadas y no están en el formato deseado.	Ninguna fuente de información y gráfica está documentada.				7

Saber hacer	Ortografía y redacción	No hay faltas de ortografía ni errores gramaticales.	Tres ó menos faltas de ortografía y/o errores de puntuación.	Máximo cinco errores de ortografía y/o gramaticales.	Máximo siete errores de ortografía y de gramática.	Más de ocho errores de ortografía y de gramática.				8
	Panorama del proyecto	Define exactamente qué es lo que se desea resolver, solucionar e innovar. Justifica plenamente la investigación. Los objetivos son claros y precisos.	Define lo que se desea resolver o en qué se desea innovar. Justifica la investigación. Los objetivos, permiten saber hacia dónde van.	Describe vagamente lo que se desea resolver. Justifica sin fundamento el proyecto. Los objetivos no determinan si los resultados son medibles y si responden a las necesidades planteadas.	No es clara la identificación del problema. Los objetivos no son claros. Justificación insuficiente en cuanto a la actualidad del tema, utilidad práctica o factibilidad.	Incongruencia total entre la identificación del problema con la justificación y los objetivos.				9
	¿Quiénes son mis clientes?	Definió en forma cualitativa y cuantitativa el mercado geográfico, demográfico, psicográfico y por comportamiento. No quedó ninguna duda del tipo de cliente propuesto.	Definió el mercado geográfico, demográfico, psicográfico y por comportamiento. Pero no precisó cualitativa y cuantitativamente los tipos de clientes.	La descripción cualitativa y cuantitativa fue escasa. O definió el mercado con menos de cuatro variables de segmentación.	La descripción cualitativa y cuantitativa fue muy débil. O definió el mercado con menos de tres variables de segmentación. .	Solo se mencionó la existencia de los clientes pero no se aclaró ni describió en forma entendible.				10
	¿Cuáles son las características del producto requerido en el mercado?	La descripción del producto se dio de manera detallada y precisa, sin dejar alguna duda sobre su uso, beneficios, características intrínsecas y extrínsecas. Se mostró y describió físicamente.	La descripción del producto fue dada a conocer de manera general y poco precisa, quedando algunas dudas sobre su uso, beneficios y características. Se mostró y describió físicamente.	La descripción del producto fue dada a conocer de forma imprecisa, quedando muchas dudas sobre su uso, beneficios y características. Se mostró y describió físicamente, observando áreas de oportunidad.	La descripción del producto fue dada a conocer de manera poco fundamentada, quedando muchas dudas sobre su uso, beneficios y características. No se mostró y describió físicamente.	No describió ni mostró el producto.				11
	¿Cuánto se consume y cuál es la participación en el mercado?	Determinó la demanda real, empleando las unidades cuantificables adecuadas (Ton., Lt., pzas...). Se fundamenta la participación en el mercado. Emplea información estadística confiable para realiza las proyecciones.	No mostró correcta y fundamentada uno de los tres elementos: Determinación de la demanda real. Participación en el mercado y Proyecciones.	No mostró correcta y fundamentada dos de los tres elementos: Determinación de la demanda real. Participación en el mercado y Proyecciones.	No mostró correcta y fundamentada los tres elementos: Determinación de la demanda real. Participación en el mercado y Proyecciones.	No determinó la demanda real, tampoco la participación en el mercado y proyecciones.				12
	¿Quiénes es la competencia y cuáles son sus características?	Identifica y describe completamente las características de la competencia directa e indirecta. Determina precio promedio por producto y presentación. Realiza las proyecciones de precios empleando fuentes de información confiables.	No mostró correcta y fundamentada uno de los elementos: Análisis de competencia directa e indirecta, determinación de precio promedio y proyecciones	No mostró correcta y fundamentada dos de los elementos: Análisis de competencia directa e indirecta, determinación de precio promedio y proyecciones	No mostró correcta y fundamentadamente los tres elementos: Análisis de competencia directa e indirecta, determinación de precio promedio y proyecciones	No describió los elementos: Análisis de competencia directa e indirecta, determinación de precio promedio y proyecciones				13
	¿Qué estrategias de comercialización propone (canales, publicidad y promoción)?	El canal de distribución, transporte y tipo de publicidad a emplear, que definen es eficiente, en los puntos estratégicos adecuados.	No mostró correcta y fundamentada uno de los elementos: canal de distribución, transporte y tipo de publicidad.	No mostró correcta y fundamentada dos de los elementos: canal de distribución, transporte y tipo de publicidad.	No mostró correcta y fundamentada los tres elementos: canal de distribución, transporte y tipo de publicidad.	No describió el canal de distribución, transporte y tipo de publicidad a emplear.				14

	¿El proyecto es viable?, ¿Porqué?	Justificaron correctamente el éxito del proyecto, convenciendo a los asistentes su viabilidad.	Justificaron el éxito del proyecto, pero quedaron algunas dudas sobre su viabilidad.	Justificaron de manera ambigua la viabilidad del proyecto y quedaron muchas dudas.	La justificación de la viabilidad fue incongruente con los resultados mostrados durante la exposición.	No presentaron.				15
Saber	Sesión de preguntas y respuestas	Participan todos los integrantes del equipo y responden con fundamento a todas las preguntas planteadas (excepto los ponentes).	Participan solo algunos de los integrantes del equipo, responden a todas las preguntas planteadas (excepto ponentes).	Participan dos integrantes del equipo y responden a casi todas las preguntas planteadas (excepto ponentes).	Participa solo un integrante del equipo. O participa alguno de los ponentes.	Las respuestas no son congruentes ni convincentes y/o responden los ponentes.				16
<b>Suma de puntos</b>										
<b>Promedio Exposición (Suma de puntos / 64)</b>										
<b>Calificación Trabajo Impreso</b>							<b>Entrega Extemporánea (Menos DOS PUNTOS)</b>			