

Mayo - Agosto 2013

Profesor: _____

Firma: _____

Fecha: _____

Aspecto que evalúa	Asignatura	Variables a evaluar	PONDERACIÓN					EQUIPO				No.			
			Excelente 4	Bueno 3	Regular 2	Malo 1	Nulo 0	1	2	3	4				
Ser	Todos	Puntualidad y Administración del tiempo	Los estudiantes iniciaron puntuales y terminaron su presentación en el tiempo establecido.	Los estudiantes iniciaron puntuales pero no terminaron a tiempo su presentación (excedieron el establecido).	Los estudiantes iniciaron puntuales pero no terminaron a tiempo su presentación (emplearon menos del 75 por ciento del tiempo asignado).	Los estudiantes no iniciaron puntuales y tampoco terminaron en el tiempo establecido.	Los estudiantes no se presentaron.						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	
		Desenvolvimiento	Tienen buena postura, se ven seguros de sí mismos, establecen contacto visual con todos en el salón durante la presentación. Generan un fuerte interés y entusiasmo sobre el tema. El volumen de voz es óptimo para ser escuchado por todos los miembros de la audiencia.	Tienen buena postura y establecen contacto visual con todos en el salón durante la presentación. Algunas veces generan un fuerte interés y entusiasmo sobre el tema. El volumen es suficiente para ser escuchado por todos los miembros de la audiencia.	Algunas veces tienen buena postura y establecen contacto visual. Expresiones faciales y lenguaje corporal parecen ser fingidos. El volumen es débil para ser escuchado por todos los miembros de la audiencia.	La mayoría presenta mala postura y/o no miran a las personas durante la presentación. Muy poco uso de expresiones faciales o lenguaje corporal. No generan mucho interés en la forma de presentar el tema. El volumen con frecuencia es muy débil para ser escuchado por la audiencia.	Nulas expresiones faciales o lenguaje corporal que generen interés en la forma de presentar el tema. Durante toda la exposición el volumen es muy débil para ser escuchado por la audiencia.								3
		Fuentes	Todas las fuentes de información están documentadas y en el formato APA.	Menos del 90 por ciento de las fuentes de información están documentadas en el formato solicitado.	Menos del 75 por ciento de las fuentes de información están documentadas en el formato solicitado.	Menos del 50 por ciento de las fuentes de información están documentadas en el formato solicitado.	Ninguna fuente de información está documentada.								4
Saber Hacer	Mercado y Economía aplicada a los Negocios	Justificación 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.							5	
		¿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.								6
		¿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.								7
		¿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.	Determinó la demanda real y participación en el mercado, pero quedaron algunas dudas sobre su obtención.	Determinó la demanda real y participación en el mercado, pero quedaron muchas dudas sobre su obtención.	Mostró solo la determinación de la demanda real o la participación en el mercado y existieron muchas dudas sobre su obtención.	No determinó la demanda real, tampoco la participación en el mercado.								8

S	Estudio de M	¿Quién 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 fundamentadamente uno de los elementos solicitados.	No mostró correcta y fundamentadamente dos de los elementos solicitados.	No mostró correcta y fundamentadamente tres de los elementos solicitados.	No describió ningún elemento o la redacción fue totalmente incongruente.						9	
		Plan de mercadotecnia	Describe con claridad y precisión de manera cualitativa y cuantitativa las estrategias en cada una de las p's de la mercadotecnia	Describe de manera cualitativa y cuantitativa las estrategias en cada una de las p's de la mercadotecnia, pero existen algunas oportunidades de mejora.	Describe de manera cualitativa y cuantitativa las estrategias en cada una de las p's de la mercadotecnia, pero existen muchas oportunidades de mejora.	Describe de manera cualitativa o cuantitativa las estrategias en cada una de las p's de la mercadotecnia	No describe las estrategias de la mercadotecnia							10
	Teoría y Desarrollo Organizacional	Estructura organizacional	La estructura organizacional que presenta (organigrama) es adecuada a las necesidades y tamaño de la empresa en cuestión.	La estructura organizacional que presenta, es adecuada al tamaño pero no a las necesidades de la empresa en cuestión.	La estructura organizacional que presenta no es la más adecuada por el tamaño de la empresa, sin embargo, responde a las necesidades de la empresa en cuestión.	La estructura organizacional que presenta no considera el tamaño de la empresa, ni responde a las necesidades de la empresa en cuestión.	No presenta estructura organizacional. (Organigrama)							11
		Filosofía organizacional	Plantean de manera lógica y coherente los cuatro elementos de la filosofía organizacional (Misión, Visión, Valores y Políticas)	La filosofía organizacional comprende solo tres de los cuatro elementos planteados, todos de manera lógica y coherente.	Aunque se incluyen los cuatro elementos solicitados, existen fallas en el planteamiento de ellos.	La filosofía organizacional comprende solo dos o menos de los cuatro elementos (Misión, Visión, Valores y Políticas) y/o existen errores en el planteamiento de ellos.	No se expone la filosofía organizacional.							12
	Saber	Todos	Creatividad	Su propuesta de negocio, la forma de exponerlo y la totalidad de su trabajo demuestra creatividad e innovación.	La propuesta de negocio y su trabajo en sí demuestra creatividad e innovación pero la forma de exponerlo no.	La propuesta de negocio es creativa pero ni la exposición ni su trabajo demuestran serlo.	La propuesta de negocio es poco creativa, aunado a la nula creatividad en la exposición y trabajo.	En ningún momento demuestran creatividad.						13
			¿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.						14
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.							15
Suma de puntos														
Calificación exposición														
NO respetaron el orden de sorteo para exposición (menos UN punto)														
Más de 10 fallas ortográficas (menos DOS puntos)														
Calificación final exposición														
Calificación Trabajo Impreso														
Entrega Extemporánea (Menos DOS PUNTOS)														
Calificación final trabajo impreso														
Promedio general (Impreso 50 por ciento - Exposición 30 por ciento)														