

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) | | | | | | | | | | | | | | |