

## Universidad Tecnológica del Valle del Mezquital

## Administración y Evaluación de Proyectos

## Rúbrica de Exposición Final Estudio de Mercado. Tercer Cuatrimestre

Mayo - Agosto 2014

Profesor:	Firma:	Fecha:	

Aspecto			PONDERACION					EQU	IPO						
que evalúa	Asignatura	Asignatura	Asignatura	Asignatura	Variables a evaluar	Excelente 4	Bueno 3	Regular 2	Malo 1	Nulo 0	1	2	3	4	No.
		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			
Ser		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			
	Todos	Desenvolvimiento	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 éntimo para ser escrubado por sobre el tema el volumen es suficiente para ser escrubado por sobre el tema. El volumen es suficiente para ser escrubado por ser escrubado	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			
	Desarrollo Local y Regional I	Análisis del sector	Describieron, analizaron y compararon correctamente los indicadores del sector y rama a nivel internacional, nacional, estatal y local; incluyeron información de tipo cuanti y cualitativo, proveniente de fuentes confiables.	La descripción, análisis y comparación de los indicadores del sector y rama a nivel internacional, nacional, estatal y local se proporcionó en menos del 80 por ciento de lo solicitado.	La descripción, análisis y comparación de los indicadores del sector y rama a nivel internacional, nacional, estatal y local se proporcionó en menos del 60 por ciento de lo solicitado. Quedando algunas dudas de la veracidad de la información.	La descripción, análisis y comparación de los indicadores del sector y rama a nivel internacional, nacional, estatal y local se proporcionó en menos del 40 por ciento de lo solicitado. Quedando muchas dudas de la veracidad de la información.	La descripción, análisis y comparación de los indicadores del sector y rama a nivel internacional, nacional, estatal y local no se proporcionó o se expuso menos del 20 por ciento, quedando además, muchas dudas de la veracidad de la información.					5			
		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 ni los objetivos. 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.					6			
er Hacer	Mercado	¿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.		Solo se mencionó la existencia de los clientes pero no se aclaró ni describió en forma entendible.					7			
	Estudio de Mercado	¿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.					8			

			T	T	T				1	1	1	
Sab		¿Dónde y cómo van a comercializar?	Describe y fundamenta con precisión el canal de distribución del producto, así como las estrategias de publicidad y promoción.	Describe de manera general el canal de distribución del producto, así como las estrategias de publicidad y promoción.	Describe y fundamenta el canal de distribución del producto, así como las estrategias de publicidad y promoción, sin embargo quedan muchas dudas en la propuesta.	La descripción del canal de distribución del producto, así como las estrategias de publicidad y promoción son incoherentes a las características del producto.	No describe las estrategias de distribución.					9
	Economía aplicada a locios	¿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.					10
	Estudio de Mercado y Econc los negocios	¿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.					11
	Teoria 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)					12
		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.					13
	Todos	Creatividad	La forma de exponer y la totalidad del trabajo demuestran creatividad e innovación.	El trabajo demuestra creatividad e innovación pero la forma de exponerlo presenta algunas oportunidades de mejora.	El trabajo expuesto presenta creatividad pero la forma de exponer presenta muchas oportunidades de mejora.	El trabajo expuesto y la exposición del mismo presentan grandes oportunidades de creatividad.	En ningún momento demuestran creatividad.					14
Saber		¿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
		Sesión de preguntas y respuestas	Participan todos los integrantes del equipo (no ponentes) y responden con fundamento a todas las preguntas planteadas.	Participan solo algunos de los integrantes del equipo (excepto ponentes), responden a todas las preguntas planteadas	Participan solo algunos integrantes del equipo (excepto ponentes) y responden a casi todas las preguntas planteadas.	Participa una mínima parte de los integrantes del equipo (excepto ponentes), y responde la mínima parte de las preguntas o con poco fundamento.	No se responde a las preguntas planteadas o las respuestas son totalmente incongruentes o no convincentes.					16
					Suma de puntos							
						Cali	ficación exposición (/64)x 10					ĺ
					NO manufacture of surface de surface community ( )							4

Suma de puntos		
Calificación exposición (/64)x 10		
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)		