

Administración y Evaluación de Proyectos
Rúbricas de exposición final. Tercer Cuatrimestre
Cuatrimestre Mayo – Agosto 2011

PROFESOR: _____

FIRMA: _____

FECHA: _____

Aspecto que evalúa	No.	Variables a evaluar	PONDERACIÓN					EQUIPO		
			4	3	2	1	0			
SER	1	Puntualidad y Administración del tiempo	Los estudiantes llegaron a tiempo al auditorio, comenzaron a tiempo su presentación y terminaron en el tiempo establecido.	Los estudiantes llegaron a tiempo al auditorio pero no comenzaron a tiempo su presentación, terminaron en el tiempo establecido.	Los estudiantes llegaron a tiempo al auditorio, no comenzaron a tiempo su presentación y no terminaron en el tiempo establecido.	Los estudiantes no llegaron a tiempo al auditorio, no comenzaron a tiempo su presentación y no terminaron en el tiempo establecido.	NA			
	2	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			
	3	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% del tiempo.	El volumen es lo suficientemente alto para ser escuchado por todos los miembros de la audiencia al menos el 80% 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 todos los miembros de la audiencia.			
	4	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			
	5	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 entusiasmo, 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.			
	6	Uso de Hechos/Estadísticas	Cada punto principal estuvo completamente apoyado con varios hechos relevantes, estadísticas y/o ejemplos.	Cada punto principal estuvo adecuadamente 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.			
	7	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% de las fuentes de información y gráficas están documentadas y no están en el formato deseado.	Menos del 50% de las fuentes de información y gráficas están documentadas y no están en el formato deseado.	Ninguna fuente de información y gráfica está documentada.			
	8	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.			

Saber hacer	9	Panorama del proyecto	Define exactamente qué es lo que se desea resolver, solucionar e innovar. Los objetivos son claros y precisos.	Define qué es lo que se desea resolver, qué se desea solucionar y en qué se desea innovar. Se definen los objetivos, permiten saber hacia dónde van.	Describe vagamente la importancia y actualidad que tiene 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.			
	10	¿Quiénes son mis clientes?	Definió en forma cualitativa y cuantitativa el mercado geográfico, demográfico, psicográfico y por comportamiento. Preciso los tipos de clientes.	Definió el mercado geográfico, demográfico, psicográfico y por comportamiento. Pero no precisó cualitativa y cuantitativamente los tipos de clientes.	Definió el mercado con menos de cuatro variables de segmentación. La descripción cualitativa y cuantitativa fue escasa.	Definió el mercado con menos de tres variables de segmentación. La descripción cualitativa y cuantitativa fue muy débil.	Solo se mencionó la existencia de los clientes pero no se aclaró ni describió en forma entendible.			
	11	Producto	La descripción del producto fue dada a conocer de manera detallada y precisa, sin dejar alguna duda sobre su uso y beneficios. 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 y beneficios. Se mostró y describió físicamente.	La descripción del producto fue dada a conocer de forma imprecisa, quedando muchas dudas sobre su uso y beneficios. Se mostró y describió físicamente, mostrando áreas de oportunidad.	La descripción del producto fue dada a conocer de manera poco fundamentada, quedando muchas dudas sobre su uso y beneficios. No se mostró y describió físicamente.	No describió ni mostro el producto.			
	12	Demanda	Determinó la demanda real, empleando las unidades cuantificables adecuadas (Ton., Lt., pza....). 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.			
	13	Competencia y precio	Identifica y describe completamente las características de la competencia directa e indirecta. Determina precio promedio por producto y presentación. Realiza las proyecciones 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			
	14	Estrategias de comercialización	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.			
	15	Viabilidad del Proyecto	Justificaron correctamente el éxito del proyecto, convenciendo a los asistentes su viabilidad.	Justificaron el éxito del proyecto, pero quedaron algunas dudas sobre su viabilidad.	Justificación de manera ambigua la viabilidad del proyecto y quedaron muchas.	La justificación de la viabilidad fue incongruente con los resultados mostrados durante la exposición.	No presentaron.			
SUMA DE PUNTOS										
PROMEDIO EXPOSICIÓN (SUMA DE PUNTOS / 60) X 10										
TRABAJO IMPRESO								ENTREGA EXTEMPORÁNEA (MENOS DOS PUNTOS)		

Valor de las ponderaciones

4 Excelente

3 Bueno

2 Regular

1 Malo

0