

Cuatrimestre Mayo - Agosto 2010  
Rúbricas de exposición final. Tercer Cuatrimestre  
Administración y Evaluación de Proyectos

Profesor \_\_\_\_\_

Firma \_\_\_\_\_

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

Equipo: \_\_\_\_\_

Grupo: \_\_\_\_\_

Concepto/ Puntuación		4	3	2	1	
Presentación	Ser	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.
		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 no esta descubierta su cara.
		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.
		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.
		Entusiasmo	Expresiones fáciles 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.
	Saber	Uso de Hechos/Estadísticas	Cada punto principal estuvo bien 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 adecuadamente apoyado con hechos, estadísticas y/o ejemplos, pero la relevancia de algunos fue dudosa.	Ningún punto principal fue apoyado.
		Fuentes	Todas las fuentes de información y las gráficas están documentadas y en el formato deseado.	Todas las fuentes de información y las gráficas están documentadas, pero unas pocas no están en el formato deseado.	Todas las fuentes de información y gráficas están documentadas, pero muchas no están en el formato deseado.	Algunas fuentes de información y gráficas no están documentadas.
		Ortografía y redacción	No hay faltas de ortografía ni errores gramaticales.	Tres ó menos faltas de ortografía y/o errores de puntuación.	Cuatro errores de ortografía y/o errores gramaticales.	Más de cuatro errores de ortografía y de gramática.
		Panorama del proyecto	Define exactamente qué es lo que se desea resolver, solucionar e innovar. Los objetivos son claros y precisos.	Se 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.

Estudio de Mercado	Saber Hacer	¿Quiénes son mis clientes?	Definió en forma cualitativa y cuantitativa el mercado geográfico, demográfico, psicográfico y por comportamiento. Preciso los tipos de clientes que maneja y su relación.	Realizó una descripción parcial cualitativa y cuantitativa de sus clientes.	Definió muy escuetamente el tipo de clientes que la empresa mantiene.	Solo se mencionó la existencia de los clientes pero no se aclaró ni describió en forma entendible.
		Producto	Fue notoria la descripción que se realizó acerca del producto puesto que fue detallada en cada una de las presentaciones o líneas, entendible e interesante para el público.	Se describió el producto de manera clara, así como sus presentaciones o líneas.	Solamente se describió el producto que el proyecto estudia.	Fue mencionado el producto, no descrito ni explicado.
		Demanda	Determinó la demanda real, fundamenta la participación en el mercado, presentan la demanda por producto y características (unidades cuantificables (Ton., Lt., pzas...), descripción cualitativa (tipo de envase, tamaños, sabores, texturas...).	Parcialmente determinó la demanda real de forma cualitativa y cuantitativa, fundamenta superficialmente la participación en el mercado, presentan la demanda de forma global.	No determina la real, no fundamenta la participación en el mercado, presentan la demanda de forma cualitativa, sin especificar unidades cuantificables.	No determina la demanda real y la participación en el mercado.
		Competencia y precio	Identifica y describe completamente las características de la competencia directa e indirecta. Determina precio promedio por producto y presentación.	Identifica y describe superficialmente las características de la competencia directa e indirecta. No determina precio promedio por producto y presentación.	Identifica y describe con el mínimo de características, la competencia directa. Determina precio de forma global.	No identifica y describe las características de la competencia directa. No determina precio promedio.
		Estrategias de comercialización	El canal de distribución, transporte y tipo de publicidad a emplear, que definen los alumnos es eficiente, en los puntos estratégicos adecuados.	Los opción que proponen los estudiantes es buena en términos generales y los puntos estratégicos son básicos.	Definen sin fundamento canal de distribución, tipo de transporte y publicidad sugerida.	Es incorrecto su canal de distribución, tipo de transporte y publicidad sugerida.
Cierre	Saber	Viabilidad del Proyecto	Justificaron correctamente el éxito del proyecto, convenciendo a los asistentes su viabilidad.	Demostraron en forma clara que el proyecto es bueno.	Faltaron elementos para justificar el éxito del proyecto.	No tienen funtamentos creibles que convenzan del éxito del proyecto.

<b>Totales</b>				
----------------	--	--	--	--

Calificación final de exposición = (x/60)	
Calificación final trabajo impreso	
Calificación final	

Elaborado por: Comité EBC de AyEP 3ro. Ctm

Fecha de elaboración: julio 2010

Ing. Esther Botho Clemente

Mtra. Martha Becerril Montufar

Lic. María Esmeralda Morales Montiel

Mtra. Gricelda Espinoza González

Rúbricas de exposición final. Tercer Cuatrimestre