

## CATMAN 1.0

### Rúbrica de evaluación para evidencia

Criterios de evaluación	Nivel de desempeño			%
	Altamente competente 100% - 86%	Competente 85% - 70%	Aún sin desarrollar la competencia 69% - 0%	
<b>1. Reporte y análisis de investigación primaria</b>	25 - 23 puntos	22 - 20 puntos	19 - 0 puntos	<b>25</b>
	Identifica cuatro clientes importantes de la empresa, describiendo la información solicitada:  - Perfil del cliente. - Proceso que realiza un cliente para comprar (criterios de compra). - Detalles de compra. - Evaluación del servicio y producto. - Impacto de las estrategias de mercadotecnia.	Selecciona menos de cuatro clientes importantes de la empresa y describe tres puntos de los cinco solicitados:  - Perfil del cliente. - Proceso que realiza un cliente para comprar (criterios de compra). - Detalles de compra. - Evaluación del servicio y producto. - Impacto de las estrategias de mercadotecnia.	No identifica a los cuatro clientes, ni describe la información solicitada.	
<b>2. Reporte y análisis de investigación secundaria</b>	25 - 23 puntos	22 - 20 puntos	19 - 0 puntos	<b>25</b>
	Identifica las fuerzas, debilidades, oportunidades y amenazas de la empresa elaborando un análisis FODA, contemplando los factores: económicos, socioculturales, políticos-legales, tecnológicos y la competencia.	Ubica las fuerzas, debilidades, oportunidades y amenazas de la empresa y elabora un análisis FODA.	No identifica las fuerzas, debilidades, oportunidades y amenazas, ni realiza el análisis contemplando los cinco factores.	
	15 - 13 puntos	12 - 10 puntos	9 - 0 puntos	

<b>3. Calendario y cronograma</b>	Diseña un calendario y un cronograma para incorporar nuevos productos y servicios a través de una campaña, para incrementar las ventas y la promoción de nuevos productos y servicios.	Elabora un calendario o un cronograma para incorporar los nuevos productos y servicios por medio de una campaña.	No diseña el calendario ni el cronograma para incorporar los nuevos productos y servicios e incrementar las ventas.	<b>15</b>
<b>4. Acciones y cambios</b>	25 - 23 puntos	22 - 20 puntos	19 - 0 puntos	<b>25</b>
	Plantea acciones claras y definidas, para la demanda de los clientes más importantes, describiendo la forma de llevarlo a cabo.	Presenta acciones parciales, para la demanda de los clientes más importantes.	No presenta las acciones ante la demanda de los clientes ni los describe.	
<b>5. Conclusiones</b>	10 - 9 puntos	8 - 7 puntos	6 - 0 puntos	<b>10</b>
	Redacta una correcta conclusión y reflexión, sobre la importancia de la publicidad y mercadotecnia, para el aumento de las ventas y captación de nuevos clientes.	Escribe una conclusión parcial sobre la importancia de la publicidad y mercadotecnia para el aumento de las ventas y captación de nuevos clientes.	No redacta la conclusión ni reflexión sobre la importancia de la publicidad y mercadotecnia.	
<b>TOTAL</b>				<b>100%</b>