

MicroCourse
Rúbrica de evidencia final

Objetivo: Generar una propuesta de segmentación y estrategia de mercadotecnia para la expansión de un negocio a un nuevo mercado, partiendo de su analítica de datos e información del consumidor resultante de una investigación de mercados.

Criterios de evaluación	Nivel de desempeño			%
	Altamente competente 100%-86%	Competente 85%-70%	Aún sin desarrollar la competencia 69%-0%	
1.Contexto del negocio	10-9	8-7	6-0	10
	Su explicación del contexto permite entender de forma clara y concisa qué hace el negocio seleccionado y cuáles son sus fortalezas y sus retos actuales. La extensión de su contexto abarca media cuartilla	Su explicación del contexto permite entender, aunque con poca claridad o bien de forma superficial qué hace el negocio seleccionado y cuáles son sus fortalezas y sus retos actuales. La extensión de su contexto abarca media cuartilla	Su explicación del contexto no permite entender claramente qué hace el negocio seleccionado y/o cuáles son sus fortalezas y sus retos actuales. La extensión de su contexto dista mucho de media cuartilla	
2. Analítica de datos	15-13	12-10	9-0	15
	Analiza sus datos internos, y los datos del entorno de forma correcta y presenta los resultados de manera congruente usando gráficos adecuados para visualizar fácilmente sus resultados.	Analiza sus datos internos, y los datos del entorno de forma parcial y presenta los resultados de manera congruente usando gráficos que pudieran no ser los adecuados para visualizar fácilmente sus resultados.	Analiza sus datos internos, y los datos del entorno de forma incorrecta o parcial. No presenta los resultados de manera congruente usando gráficos adecuados.	

3. Storytelling de los datos	10-9	8-7	6-0	10
	Redacta usando herramientas de storytelling las conclusiones de los datos. La historia es congruente con los resultados de su presentación e incluye la mayoría de los datos. La extensión es de una cuartilla.	Redacta usando herramientas de storytelling las conclusiones de los datos. La historia es poco congruente con los resultados de su presentación o bien no incluye muchos de los datos. La extensión es de una cuartilla.	Concluye sobre los datos, pero no lo hace usando storytelling. La historia es poco congruente con los resultados de su presentación o bien no incluye muchos de los datos. La extensión difiere de ser una cuartilla.	
4. Oportunidades de mejora	10-9	8-7	6-0	10
	Identifica 3 oportunidades de crecimiento para el negocio congruentes con la información de su reporte previo.	Identifica menos de 3 oportunidades de crecimiento para el negocio poco congruentes con la información de su reporte previo.	Identifica menos de 3 oportunidades de crecimiento para el negocio y/o éstas no son congruentes con la información de su reporte previo.	
5. Segmento de mercado meta	10-9	8-7	6-0	10
	Elige un segmento de mercado, diferente al que atiende el negocio actualmente y lo describe usando varios criterios de segmentación.	Elige un segmento de mercado, diferente al que atiende el negocio actualmente y lo describe usando menos de 3 criterios de segmentación.	Elige un segmento de mercado, pero lo describe vagamente.	
6. Encuesta de investigación de mercados	10-9	8-7	6-0	10
	Anexa una encuesta con al menos 10 preguntas que permiten entender al segmento de consumidor seleccionado en	Anexa una encuesta con menos de 10 preguntas y estas permiten poco entendimiento de la forma en que el	Anexa una encuesta con menos de 10 preguntas y estas no permiten el entendimiento de	

	función de su toma de decisiones respecto a la categoría de productos en la que participa la empresa.	segmento toma decisiones respecto a la categoría de productos en la que participa la empresa.	la forma en que el segmento toma decisiones respecto a la categoría de productos en la que participa la empresa.	
7. Reporte de resultados de investigación de mercados	15-13	12-10	9-0	15
	Evidencia de muestra mínima de 25 personas que contestaron la encuesta. Presenta resultados con gráficos adecuados.	Evidencia de muestra de menos de 25 personas que contestaron la encuesta. Presenta resultados con gráficos, pero éstos no son adecuados o bien están incompletos.	Evidencia de muestra de menos de 25 personas que contestaron la encuesta. Presenta resultados incompletos o sin usar gráficos.	
8. Estrategia de mercadotecnia	20-17	16-14	13-0	20
	Describe la estrategia de mercadotecnia para el lanzamiento del producto y su propuesta es completamente congruente con los hallazgos del contexto y de la investigación de mercados.	Describe la estrategia de mercadotecnia para el lanzamiento del producto de forma parcialmente congruente con los hallazgos del contexto y de la investigación de mercados.	Describe la estrategia de mercadotecnia para el lanzamiento del producto con poca o nula congruencia con los hallazgos del contexto y de la investigación de mercados.	
TOTAL				100%