

MicroCourse Comercio electrónico
Rúbrica de evidencia final

Objetivo: Analizar una plataforma de comercio electrónico que se encuentre vigente en internet con la finalidad de tener un acercamiento con el fenómeno del comercio online.

Criterios de evaluación	Nivel de desempeño			%
	Altamente competente 100%-86%	Competente 85%-70%	Aún sin desarrollar la competencia 69%-0%	
1. Perfil de tienda online escogida para realizar la evidencia.	20-17	16-14	13-0	20
	<p>Elige un comercio electrónico que, independientemente de los productos o servicios que vende, tiene actividad online en curso.</p> <p>Describe la tienda online seleccionada, mencionando:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los productos que ofrece. • Si tiene alcance nacional o internacional. • Si vende sus productos en algún marketplace y cómo le ayuda o perjudica expandir sus fuentes de venta. • El sector de usuarios a los que está dirigida. • Con qué políticas de envío y 	<p>Elige un comercio electrónico que, independientemente de los productos o servicios que vende, tiene actividad online en curso.</p> <p>Describe la tienda online seleccionada, mencionando:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los productos que ofrece, así como el sector de usuarios a los que está dirigida. • Menciona si tiene alcance nacional o internacional. • Menciona si vende sus productos en algún marketplace y cómo le ayuda o perjudica expandir sus fuentes de venta. 	<p>Elige un comercio electrónico que, independientemente de los productos o servicios que vende, tiene actividad online en curso.</p> <p>Describe el sitio web de la tienda online seleccionada, mencionando los productos que ofrece.</p>	

	devoluciones cuenta y determina si son las idóneas para la empresa y el cliente.			
2. Modelo de negocio.	30-26 Crea un modelo de negocio que incluye: <ul style="list-style-type: none"> • Segmentos del mercado. • Canales de comunicación. • Relaciones con clientes. • Propuesta de valor. • Fuentes de ingresos. • Recursos. • Actividades clave. • Socios. • Estructura de costos. 	25-22 Crea un modelo de negocio que incluye la propuesta de valor y por lo menos cinco de los siguientes aspectos: <ul style="list-style-type: none"> • Segmentos del mercado. • Canales de comunicación. • Relaciones con clientes. • Fuentes de ingresos. • Recursos. • Actividades clave. • Socios. • Estructura de costos. 	21-0 Crea un modelo de negocio que incluye la propuesta de valor y por lo menos tres de los siguientes aspectos: <ul style="list-style-type: none"> • Segmentos del mercado. • Canales de comunicación. • Relaciones con clientes. • Fuentes de ingresos. • Recursos. • Actividades clave. • Socios. • Estructura de costos. 	30
3. Estrategia del comercio electrónico.	25-22 Especifica los detalles estratégicos que identifica en el sitio web del comercio electrónico: <ul style="list-style-type: none"> • Optimización con SEO, agregando cinco ejemplos con capturas de pantalla y explicación. 	21-18 Especifica los detalles estratégicos que identifica en el sitio web del comercio electrónico: <ul style="list-style-type: none"> • Optimización con SEO, agregando cinco ejemplos con capturas de pantalla y explicación. 	18-0 Especifica los detalles estratégicos que identifica en el sitio web del comercio electrónico: <ul style="list-style-type: none"> • Optimización con SEO, agregando cinco ejemplos con 	25

	<ul style="list-style-type: none"> • Canales de tráfico que se pueden utilizar para captar más visitas. • Estructura del dominio conforme a las buenas prácticas de creación de dominios. • Modalidades de pago y tres ventajas y desventajas (en caso de aplicar). 	<ul style="list-style-type: none"> • Canales de tráfico que se pueden utilizar para captar más visitas. • Estructura del dominio conforme a las buenas prácticas de creación de dominios. 	<p>capturas de pantalla y explicación.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Canales de tráfico que se pueden utilizar para captar más visitas. 	
4. Conclusión y propuesta de mejoras con elementos visuales.	<p>25 - 22</p> <p>Concluye el análisis del comercio electrónico considerando la totalidad de datos que obtuvo, mencionando su situación actual y propone tres aspectos a mejorar relacionados con su funcionalidad, visualización o usabilidad.</p> <p>Agrega entre siete y diez capturas de pantalla del comercio electrónico para ejemplificar la información recabada.</p>	<p>21-18</p> <p>Concluye el análisis del comercio electrónico considerando la totalidad de datos que obtuvo, mencionando su situación actual y propone tres aspectos a mejorar relacionados con su funcionalidad, visualización o usabilidad.</p> <p>Agrega entre tres y cinco capturas de pantalla del comercio electrónico para ejemplificar la información recabada.</p>	<p>18-0</p> <p>Concluye el análisis del comercio electrónico considerando la totalidad de datos que obtuvo, mencionando su situación actual y propone dos aspectos a mejorar relacionados con su funcionalidad, visualización o usabilidad.</p> <p>Agrega una captura de pantalla del comercio electrónico para ejemplificar la información recabada.</p>	<p>25</p>
TOTAL				100%