

MicroCourse
Rúbrica de evidencia final

Objetivo: Diseñar, aplicar, analizar y concluir sobre los resultados de una investigación de mercados descriptiva para generar información que permita la toma de decisiones sobre un problema relacionado con la estrategia de mercadotecnia de una empresa.

Criterios de evaluación	Nivel de desempeño			%
	Altamente competente 100%-86%	Competente 85%-70%	Aún sin desarrollar la competencia 69%-0%	
1. Problema gerencial	10-9	9-7	7-0	10
	Describe a la empresa, el contexto de la problemática. La información es clara e incluye nombre, giro, marcas, productos o servicios que maneja, mercado meta al que va dirigida su oferta. Define claramente problema gerencial desde la perspectiva del tomador de decisiones. El problema se relaciona con una estrategia de mercadotecnia.	Describe a la empresa, el contexto de la problemática. La información es clara e incluye nombre, giro, marcas, productos o servicios que maneja, mercado meta al que va dirigida su oferta. Define claramente pero no desde la perspectiva del tomador de decisiones. El problema no necesariamente se relaciona con una estrategia de mercadotecnia.	Describe a la empresa, el contexto de la problemática. La información está incompleta no incluye todo lo solicitado: nombre, giro, marcas, productos o servicios que maneja, mercado meta al que va dirigida su oferta. Define el problema gerencial con poca claridad y/o no desde la perspectiva del tomador de decisiones. El problema no necesariamente se relaciona con una estrategia de mercadotecnia.	
	10-9	9-7	7-0	10

2. Problema de investigación	Transforma el problema gerencial en un problema de investigación de mercados congruente. El enunciado del problema de investigación está planteado en función de la información que se debe recabar.	Transforma el problema gerencial en un problema de investigación de mercados congruente. El enunciado del problema de investigación no está planteado en función de la información que se debe recabar.	No logra transformar el problema gerencial en un problema de investigación de mercados congruente. El enunciado del problema de investigación no está planteado en función de la información que se debe recabar.	
3. Objetivos de investigación	10-9 Genera al menos 2 objetivos de investigación congruentes con el problema de investigación.	9-7 Genera al menos 2 objetivos de investigación, pero no son del todo congruentes con el problema de investigación.	7-0 Genera menos de 2 objetivos de investigación y éstos no son del todo congruentes con el problema de investigación.	10
4. Encuesta	20-17 Diseña encuesta de al menos 15 preguntas Usa correctamente al menos 3 tipos de escalas de medición distintas para las preguntas.	17-14 Diseña encuesta de al menos 15 preguntas Usa correctamente menos de 3 tipos de escalas de medición distintas para las preguntas.	14-0 Diseña encuesta de menos de 15 preguntas Usa menos de 3 tipos de escalas de medición distintas para las preguntas o bien, las usa incorrectamente.	20
5. Trabajo de campo	20-17 Muestra evidencia de haber cumplido con al menos 30 encuestas completadas. Usa una plataforma tecnológica de investigación de	17-14 Muestra evidencia de haber cumplido con al menos 25 encuestas completadas. Usa una plataforma tecnológica de investigación de	14-0 Muestra evidencia de haber cumplido con menos de 25 encuestas completadas. Usa una plataforma tecnológica de investigación de	20

	mercados para el levantamiento de información.	mercados para el levantamiento de información.	mercados para el levantamiento de información.	
6. Conclusiones de la información	15-13	13-11	11-0	15
	Anexa los resultados generados por la herramienta tecnológica de levantamiento de información. Concluye sobre los hallazgos y su conclusión es congruente con los resultados de dicha herramienta y con los objetivos de la investigación planteados al inicio.	Anexa los resultados generados por la herramienta tecnológica de levantamiento de información. Concluye sobre los hallazgos, pero su conclusión no demuestra explícitamente la congruencia con los resultados de dicha herramienta y/o con los objetivos de la investigación planteados al inicio.	Anexa los resultados generados por la herramienta tecnológica de levantamiento de información. Pero la conclusión de sus hallazgos no se relaciona con los resultados generados por la herramienta y/o con los objetivos de la investigación planteados al inicio.	
7. Recomendaciones	15-13	13-11	11-0	15
	Genera al menos 5 recomendaciones al tomador de decisiones basadas en la información encontrada en la investigación y con los objetivos planteados al inicio.	Genera al menos 5 recomendaciones al tomador de decisiones basadas en la información encontrada en la investigación, pero no lo relaciona con los objetivos.	Genera menos de 5 recomendaciones al tomador de decisiones y éstas no están basadas en la información encontrada en la investigación o en los objetivos.	
TOTAL				100%