

Rúbrica

A continuación se muestran las rúbricas que te servirán como base para la realización de tu primer avance, segundo avance y tu evidencia final. No olvides revisarlas y cumplir con los criterios solicitados para obtener la máxima puntuación:

Rúbrica Avance 1

Criterios	Descriptor						Puntos totales 100
	Excelente 100	Sobresaliente 90	Aceptable 80	Suficiente 70	Insuficiente 60	50 o menos	
1. Análisis de la situación de la organización (avance 1), documento entregable con establecimiento de situación actual.	Equivalencia: 30 puntos	Equivalencia: 27 puntos	Equivalencia: 24 puntos	Equivalencia: 21 puntos	Equivalencia: 18 puntos	Equivalencia: 0 puntos	100
	1. Entrega análisis completo. 2. Selecciona una organización con buenas fuentes de información y todos los elementos de las instrucciones. 3. Realiza la ficha técnica completa de la organización	1. Entrega análisis casi completo. 2. La organización seleccionada cuenta con misión visión y objetivos e información de clientes y financiera.	1. Falta información o el diseño de presentación de información no es entendible	1. La ficha técnica contiene la información básica de la empresa. Es suficiente para realizar el análisis FODA	1. La ficha técnica y el análisis de la información son incompletos y no son suficientes para realizar el análisis FODA del segundo avance.	1. No cumple con el criterio.	

Rúbrica Avance 2

Criterios	Descriptor						Puntos totales 100
	Excelente 100	Sobresaliente 90	Aceptable 80	Suficiente 70	Insuficiente 60	50 o menos	
2. Análisis de imagen y reputación de la organización (avance 2).	Equivalencia: 30 puntos	Equivalencia: 27 puntos	Equivalencia: 24 puntos	Equivalencia: 21 puntos	Equivalencia: 18 puntos	Equivalencia: 0 puntos	100
	1. Entrega análisis de la imagen y reputación completo. 2. Analiza por lo menos 3 herramientas de comunicación de la organización y 4 medios externos (los más importantes). 3. Entrega el análisis FODA completo.	1. Entrega análisis de la imagen y reputación completo. 2. Analiza por lo menos 3 herramientas de comunicación de la organización y 3 medios externos (los más importantes). 3. Entrega el análisis FODA completo.	1. Entrega análisis de la información y reputación completo. 2. Le faltan algunos medios importantes, pero en general tiene buen material para realizar el FODA y el avance 3.	1. La información es apenas suficiente para entregar un avance decente. 2. Faltan medios importantes y el FODA carece de elementos básicos de la organización.	1. Las fuentes de análisis no son confiables o completas. 2. El FODA omite características elementales de la organización.	1. No cumple con el criterio.	

Rúbrica Evidencia Final

Criterios	Descriptorios						Puntos totales
	Excelente 100	Sobresaliente 90	Aceptable 80	Suficiente 70	Insuficiente 60	50 o menos	
1. Análisis de la situación de la organización (avance 1), documento entregable con establecimiento de situación actual.	Equivalencia: 30 puntos	Equivalencia: 27 puntos	Equivalencia: 24 puntos	Equivalencia: 21 puntos	Equivalencia: 18 puntos	Equivalencia: 0 puntos	30
	1. Entrega análisis completo. 2. Selecciona una organización con buenas fuentes de información y todos los elementos de las instrucciones. 3. Realiza la ficha técnica completa de la organización	1. Entrega análisis casi completo. 2. La organización seleccionada cuenta con misión visión y objetivos e información de clientes y financiera.	1. Falta información o el diseño de presentación de información no es entendible	1. La ficha técnica contiene la información básica de la empresa. Es suficiente para realizar el análisis FODA	1. La ficha técnica y el análisis de la información son incompletos y no son suficientes para realizar el análisis FODA del segundo avance.	1. No cumple con el criterio.	
2. Análisis de imagen y reputación de la organización (avance 2).	Equivalencia: 30 puntos	Equivalencia: 27 puntos	Equivalencia: 24 puntos	Equivalencia: 21 puntos	Equivalencia: 18 puntos	Equivalencia: 0 puntos	30
	1. Entrega análisis de la imagen y reputación completo. 2. Analiza por lo menos 3 herramientas de comunicación de la organización y 4 medios externos (los más importantes). 3. Entrega el análisis FODA completo.	1. Entrega análisis de la imagen y reputación completo. 2. Analiza por lo menos 3 herramientas de comunicación de la organización y 3 medios externos (los más importantes). 3. Entrega el análisis FODA completo.	1. Entrega análisis de la información y reputación completo. 2. Le faltan algunos medios importantes, pero en general tiene buen material para realizar el FODA y el avance 3.	1. La información es apenas suficiente para entregar un avance decente. 2. Faltan medios importantes y el FODA carece de elementos básicos de la organización.	1. Las fuentes de análisis no son confiables o completas. 2. El FODA omite características elementales de la organización.	1. No cumple con el criterio.	
	Equivalencia:	Equivalencia:	Equivalencia:	Equivalencia:	Equivalencia:	Equivalencia:	40

3. Desarrollo de estrategia de relaciones públicas y manual de manejo de crisis, entregable con estrategia, manual y video del vocero (avance 3).	40 puntos	36 puntos	32 puntos	28 puntos	24 puntos	0 puntos
	<p>1. Entrega campaña de RP con objetivo, estrategia y tácticas completas.</p> <p>2. La campaña se relaciona con la situación actual de la organización (debidamente analizada).</p> <p>3. En el video se aprecian los mensajes clave con claridad y el vocero está bien entrenado.</p>	<p>1. La campaña de RP se relaciona con la situación actual de la empresa.</p> <p>2. La información disponible es relevante y adecuada.</p> <p>3. El video muestra un vocero bien entrenado. Las estrategias son claras y las tácticas son coherentes y muestran una logística bien hecha.</p>	<p>1. La campaña le falta explicar estrategia o tácticas, o maneras de llegar al objetivo.</p> <p>2. En general se entiende el objetivo y la manera de llegar a él pero hay huecos en la lógica.</p> <p>3. El video no muestra mensajes claros o los muestra incompletos.</p>	<p>1. La campaña muestra deficiencias en establecer el objetivo, la estrategia o las tácticas.</p> <p>2. El video muestra a un vocero no muy preparado, pero los mensajes se alcanzan a entender.</p>	<p>1. La campaña no se relaciona con el objetivo de la organización o no tiene relevancia con la situación actual de la misma.</p> <p>2. No presentó videos o no se aprecian los mensajes clave.</p>	<p>1. No cumple con el criterio.</p>