

Curso: Gestión del mercado culinario
 Certificado de Administración de Negocios Culinarios

Rúbrica	Descriptores						Puntos totales 100
	Excelente 100	Sobresaliente 90	Aceptable 80	Suficiente 70	Insuficiente 60	No cumple	
1. Estudio de mercado.	Equivalencia: 30 puntos	Equivalencia: 20 puntos	Equivalencia: 15 puntos	Equivalencia: 10 puntos	Equivalencia: 5 puntos	Equivalencia: 0 puntos	30
	1. Incluye respuesta a los objetivos generales del estudio de mercado. 2. Incluye evidencia de la aplicación del método de investigación primario a 5 clientes del negocio y de la competencia. 3. Se incluye la descripción del tipo de investigación aplicado. 4. Incluye análisis de los resultados y determina fortalezas y áreas de oportunidad. 5. Incluye una conclusión de lo que se realizó.	1. Incluye respuesta a los objetivos generales del estudio de mercado. 2. Incluye evidencia de la aplicación del método de investigación primario a 4 clientes del negocio y de la competencia. 3. Se incluye la descripción del tipo de investigación aplicado. 4. Incluye análisis de los resultados y determina fortalezas y áreas de oportunidad. 5. No incluye conclusión.	1. Incluye respuesta a solamente 2 partes del diagrama de los objetivos del estudio de mercado. 2. Incluye evidencia de la aplicación del método de investigación primario a 4 clientes del negocio y de la competencia. 3. No se incluye la descripción del tipo de investigación aplicado. 4. Incluye análisis de los resultados y determina fortalezas y áreas de oportunidad. 5. No incluye conclusión.	1. Incluye respuesta a solamente 2 partes del diagrama de los objetivos del estudio de mercado. 2. Incluye evidencia de la aplicación del método de investigación primario a 4 clientes del negocio. 3. No se incluye la descripción del tipo de investigación aplicado. 4. Incluye breve descripción de los resultados y determina fortalezas y áreas de oportunidad. 5. No incluye conclusión.	1. Incluye respuesta a solamente 1 parte del diagrama de los objetivos del estudio de mercado. 2. Incluye evidencia de la aplicación del método de investigación primario a 3 clientes del negocio. 3. No se incluye la descripción del tipo de investigación aplicado. 4. Incluye breve descripción de los resultados y determina fortalezas y áreas de oportunidad. 5. No incluye conclusión.	1. El documento no cumple con lo establecido.	
2. Innovación y solución	Equivalencia: 30 puntos	Equivalencia: 20 puntos	Equivalencia: 15 puntos	Equivalencia: 10 puntos	Equivalencia: 0 puntos		30

<ol style="list-style-type: none"> 1. Realiza una lluvia de ideas. 2. Incluye el diseño de un producto o proceso innovador que dé respuesta a la necesidad del negocio. 2. Incluye una descripción de cómo se podría realizar el producto o proceso. 3. Incluye video o la liga del video de 3 minutos donde describe el proceso que se ha seguido. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realiza una lluvia de ideas. 2. Incluye el diseño de un producto o proceso innovador que dé respuesta a la necesidad del negocio. 3. No incluye la descripción de cómo se podría realizar el producto o proceso. 4. Incluye video o la liga del video de 3 minutos donde describe el proceso que se ha seguido. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. No incluye una lluvia de ideas. 2. Incluye el diseño de un producto o proceso innovador que dé respuesta a la necesidad del negocio. 3. No incluye la descripción de cómo se podría realizar el producto o proceso. 4. Incluye video o la liga del video de 3 minutos donde describe el proceso que se ha seguido. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. No incluye una lluvia de ideas. 2. Incluye el diseño de un producto o proceso innovador que no da respuesta a la necesidad del negocio. 3. No incluye la descripción de cómo se podría realizar el producto o proceso. 4. Incluye video o la liga del video de 2 minutos donde describe el proceso que se ha seguido. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. No incluye una lluvia de ideas. 2. No Incluye el diseño de un producto o proceso innovador que no da respuesta a la necesidad del negocio. 3. No incluye la descripción de cómo se podría realizar el producto o proceso. 4. Incluye video o la liga del video de 2 minutos donde describe el proceso que se ha seguido. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. El documento no cumple con lo establecido. 	
Equivalencia: 40 puntos	Equivalencia: 30 puntos	Equivalencia: 20 puntos	Equivalencia: 10 puntos	Equivalencia: 0 puntos		40

<p>3. Campaña de marketing</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Genera una campaña de marketing que incluya: 2. Determina los objetivos de la campaña. 3. Incluye el presupuesto y el cronograma de trabajo. 4. Determina cuál es el medio publicitario adecuado acorde a los objetivos y justifica la respuesta. 5. Incluye 5 acciones que el negocio deberá hacer en un futuro para conservar clientes. 6. Realiza una conclusión del trabajo e incluye que es lo que se espera de la campaña de marketing. 7. Entrega un documento completo compuesto por las etapas anteriores. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Genera una campaña de marketing que incluya: 2. Determina los objetivos de la campaña. 3. Incluye el presupuesto del negocio. 4. Determina cuál es el medio publicitario adecuado acorde a los objetivos y justifica la respuesta. 5. Incluye 5 acciones que el negocio deberá hacer en un futuro para conservar clientes. 6. Realiza una conclusión del trabajo e incluye que es lo que se espera de la campaña de marketing. 7. Entrega un documento completo compuesto por las etapas anteriores. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Genera una campaña de marketing que incluya: 2. Determina los objetivos de la campaña. 3. Incluye el presupuesto del negocio. 4. Determina cuál es el medio publicitario adecuado sin justificar la respuesta. 5. Incluye 5 acciones que el negocio deberá hacer en un futuro para conservar clientes. 6. Realiza una conclusión del trabajo e incluye que es lo que se espera de la campaña de marketing. 7. Entrega un documento completo compuesto por las etapas anteriores. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Genera una campaña de marketing que incluya: 2. Determina los objetivos de la campaña. 3. No incluye el presupuesto del negocio. 4. El medio publicitario elegido no tiene relación con los objetivos. 5. Incluye 4 acciones que el negocio deberá hacer en un futuro para conservar clientes. 6. Realiza una conclusión general del trabajo. 7. Entrega un documento incompleto, compuesto por solamente 1 o dos etapas. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Genera una campaña de marketing que incluya: 2. Determina los objetivos de la campaña. 3. No incluye el presupuesto del negocio. 4. El medio publicitario elegido no tiene relación con los objetivos. 5. Incluye 2 acciones que el negocio deberá hacer en un futuro para conservar clientes. 6. Realiza una conclusión incompleta del trabajo. 7. Entrega un documento incompleto, compuesto por solamente 1 o dos etapas. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. El documento no cumple con lo establecido.
---------------------------------------	--	---	---	--	---	---