

Rúbrica de evaluación: Evidencia 1

Criterios de evaluación	Descriptor						
	Excelente 100	Sobresaliente 90	Aceptable 80	Suficiente 70	Insuficiente 60	No evaluable Menos de 50	Puntos totales 100 (Suma de criterios de evaluación)
1. Generación de información sobre el consumidor meta	Equivalencia: 40 puntos 1. Muestra evidencia de que hizo una investigación exploratoria para responder a las preguntas propuestas. 2. Responde de manera profunda y con información relevante a	Equivalencia: 36 puntos 1. Muestra evidencia de que hizo una investigación exploratoria para responder a las preguntas propuestas. 2. Responde de manera profunda y con información relevante a	Equivalencia: 32 puntos 1. Muestra evidencia de que hizo una investigación exploratoria para responder a las preguntas propuestas. 2. Responde a todas las preguntas propuestas en las	Equivalencia: 28 puntos 1. Muestra evidencia de que hizo una investigación exploratoria para responder a las preguntas propuestas. 2. Responde al menos a 3 preguntas propuestas en la actividad con buena	Equivalencia: 24 puntos 1. Muestra evidencia de que hizo una investigación exploratoria para responder a las preguntas propuestas. 2. Responde al menos a 3 de las preguntas propuestas en	Equivalencia: 0 puntos 1. No muestra evidencia de que hizo una investigación exploratoria para responder a las preguntas propuestas. 2. Responde a menos de 3 de las preguntas propuestas en la actividad	40

Dirección de Innovación, Tecmilenio Online

	todas las preguntas propuestas en las instrucciones de la actividad. 3. Presenta puntos de vista diferentes en las personas entrevistadas.	todas las preguntas propuestas en las instrucciones de la actividad. 3. No identifica diferentes puntos de vista entre los entrevistados.	instrucciones de la actividad pero con poca profundidad 3. Presenta puntos de vista diferentes en las personas entrevistadas.	profundidad 3. No identifica diferentes puntos de vista entre los entrevistados.	la actividad con poca profundidad 3. No identifica diferentes puntos de vista entre los entrevistados.	con muy poca profundidad 3. No identifica diferentes puntos de vista entre los entrevistados.	
2. Identificación de aspectos relevantes para la toma de decisiones sobre un restaurante a partir de la información obtenida.	Equivalencia: 28 puntos	Equivalencia: 25 puntos	Equivalencia: 22 puntos	Equivalencia: 19 puntos	Equivalencia: 16 puntos	Equivalencia: 0 puntos	28
	1. Realiza una tabla donde identifica al menos 3 coincidencias y 3 discrepancias sobre la información obtenida de forma relevante y congruente con la información presentada en el punto	1. Realiza una tabla donde identifica al menos 2 coincidencias y 2 discrepancias sobre la información obtenida de forma relevante y congruente con la información presentada en el punto	1. Realiza una tabla donde identifica al menos 1 coincidencia y 1 discrepancia sobre la información obtenida de forma relevante y congruente con la información presentada en el punto anterior.	1. Realiza una tabla donde identifica al menos 1 coincidencia y 1 discrepancia pero no parten de la información propuesta en el punto anterior. 2. Identifica elementos para la toma de decisiones de asistir a un restaurante pero	1. Realiza una tabla donde identifica al menos 1 coincidencia y 1 discrepancia pero no parten de la información propuesta en el punto anterior. 2.No Identifica elementos para la toma de decisiones de asistir a un	1. No identifica claramente coincidencias y discrepancias a partir de la información del punto anterior 2. No Identifica elementos importantes para la toma de decisiones de asistir a un restaurante	

Dirección de Innovación, Tecmilenio Online

	anterior. 2. Identifica correctamente los elementos importantes para la toma de decisiones de asistir a un restaurante	anterior. 2. Identifica correctamente los elementos importantes para la toma de decisiones de asistir a un restaurante	2. Identifica correctamente los elementos importantes para la toma de decisiones de asistir a un restaurante	no son los más relevantes de acuerdo al punto anterior	restaurante		
3. Definición del posicionamiento deseado del consumidor meta en congruencia con los hallazgos de información relevante.	Equivalencia: 32 puntos	Equivalencia: 29 puntos	Equivalencia: 26 puntos	Equivalencia: 23 puntos	Equivalencia: 20 puntos	Equivalencia: 0 puntos	32
	1. Define un posicionamiento o para el restaurante iniciando con algunas de las oraciones propuestas o una equivalente. 2. El posicionamiento o es claramente relevante y diferenciado en función de la información que presentó en los puntos	1. Define un posicionamiento o para el restaurante iniciando con algunas de las oraciones propuestas o una equivalente. 2. El posicionamiento o demuestra congruencia con la información previamente presentada, es relevante pero es poco	1-Define un posicionamiento o para el restaurante iniciando con algunas de las oraciones propuestas o una equivalente. 2. El posicionamiento o demuestra congruencia con la información previamente presentada pero es poco relevante y	1. Define un posicionamiento para el restaurante iniciando con algunas de las oraciones propuestas o una equivalente. 2. El posicionamiento no demuestra congruencia con la información previamente presentada	1. Define un posicionamiento o para el restaurante pero no lo redacta en un formato similar al propuesto 2. El posicionamiento o no demuestra congruencia con la información previamente presentada	1. No define un posicionamiento o para al restaurante a partir del a información previamente definida.	

Dirección de Innovación, Tecmilenio Online

	anteriores.	diferenciado	poco diferenciado.				
--	-------------	--------------	--------------------	--	--	--	--