**Rúbrica de evaluación: Evidencia 2**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Criterios de evaluación | Descriptores | | | | | | | |
|  | **Excelente**  **100** | **Sobresaliente**  **90** | **Aceptable**  **80** | **Suficiente**  **70** | **Insuficiente**  **60** | | **No evaluable**  **Menos de 50** | **Puntos totales**  **100**  **(Suma de criterios de evaluación)** |
| 1.Definición de objetivos de mercadotecnia | **Equivalencia: 40 puntos** | **Equivalencia: 36 puntos** | **Equivalencia: 32 puntos** | **Equivalencia: 28 puntos** | **Equivalencia: 24 puntos** | **Equivalencia: 0 puntos** | | **40** |
| 1. Redacta al menos 3 objetivos.  2. Los objetivos son claramente de mercadotecnia y no financieros  3. Los objetivos aplican al primer año de operación de un restaurante. | 1. Redacta al menos 2 objetivos.  2. Los objetivos son claramente de mercadotecnia y no financieros  3. Los objetivos aplican al primer año de operación de un restaurante. | 1. Redacta al menos 2 objetivos.  2. Al menos uno de los objetivos es de mercadotecnia no de financiero  3. Los objetivos aplican al primer año de operación de un restaurante. | 1. Redacta al menos 3 objetivos.  2. Los objetivos son financieros en lugar de mercadotecnia  3. Los objetivos aplican al primer año de operación de un restaurante. | 1. Redacta al menos 3 objetivos.  2. Los objetivos son financieros en lugar de mercadotecnia  3. Los objetivos no aplican al primer año de operaciones del restaurante | 1. No define objetivos de mercadotecnia para el restaurante. | |
| 2. Definición de las 4 P´s de la mezcla de mercadotecnia | **Equivalencia: 28 puntos** | **Equivalencia: 25 puntos** | **Equivalencia: 22 puntos** | **Equivalencia: 19 puntos** | **Equivalencia: 16 puntos** | **Equivalencia: 0 puntos** | | **28** |
| 1. Cumple con todos los puntos solicitados a profundidad.  2. Hay una relación directa de la propuesta con el posicionamiento establecido.  3. Justifica todas sus decisiones correctamente | 1. Cumple con todos los puntos solicitados a profundidad.  2. Hay una relación directa de la propuesta con el posicionamiento establecido.  3. No justifica todas sus decisiones correctamente | 1. Cumple con al menos el 80% de los puntos solicitados.  2. Hay una relación directa de la propuesta con el posicionamiento establecido.  3. Justifica todas sus decisiones correctamente | 1. Cumple con al menos el 50% de los puntos solicitados.  2. Hay una relación directa de la propuesta con el posicionamiento establecido.  3. No justifica sus decisiones correctamente | 1. Cumple con al menos el 50% de los puntos solicitados.  2. No hay una relación directa de la propuesta con el posicionamiento establecido en sus propuestas.  3. No justifica sus decisiones correctamente | 1. Cumple con menos del 50% de los puntos solicitados.  2. Su propuesta no está relacionada con el posicionamiento del proyecto anterior.  3. No justifica sus decisiones. | |
| 3. Creatividad y congruencia con el posicionamiento previamente establecido. | **Equivalencia: 32 puntos** | **Equivalencia: 29 puntos** | **Equivalencia: 26 puntos** | **Equivalencia: 23 puntos** | **Equivalencia: 20 puntos** | **Equivalencia: 0 puntos** | | **32** |
| 1. Sus propuestas son creativas y completamente diferenciadas.  2. Sus propuestas llevan a cumplir el posicionamiento del restaurante propuesto. | 1. Sus propuestas presentan algo de diferenciación respecto a los restaurantes que ya existen.  2. Sus propuestas llevan a cumplir el posicionamiento del restaurante propuesto. | 1. Sus propuestas presentan poca diferenciación respecto a los restaurantes que ya existen.  2. Sus propuestas llevan a cumplir el posicionamiento del restaurante propuesto. | 1. Sus propuestas son muy similares a los restaurantes que ya existen.  2. Sus propuestas llevan a cumplir el posicionamiento del restaurante propuesto. | 1. Sus propuestas son muy similares a los restaurantes que ya existen.  2. Sus propuestas están poco relacionadas con el posicionamiento del restaurante propuesto | 1. Sus propuestas son muy similares a los restaurantes que ya existen.  2. Sus propuestas no están relacionadas con el posicionamiento del restaurante propuesto | |