



EXCELENTE, SIN ERRORES	MUY BUENO, POSEE OBSERVACIONES	CUMPLE, EXPONE DE MANERA ESCUETA Y SIN PROFUNDIR O EXPLICAR	CUMPLE, EXPONE DE MANERA ESCUETA SIN PROFUNDIR Y CON ERRORES	NO CUMPLE
------------------------	--------------------------------	---	--	-----------

		CARRERA - MARKETING Y PUBLICIDAD					
		4	3	2	1	0	
		TOTAL ACUERDO	ACUERDO	IMPARCIAL	DESACUERDO	TOTAL DESACUERDO	
PROBLEMÁTICA	PROBLEMÁTICA	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	Establece el problema completo, citando fuentes de información pertinentes	Establece el problema correctamente definiendo datos pertinentes pero que no tienen referencias	Establece el problema de forma confusa a pesar de presentar datos pertinentes	Establece el problema de una forma confusa y sin datos	No define el problema
		JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	Define justificación con relevancia profesional y académica del proyecto	Define justificación con relevancia profesional o académica, pero no ambas	La justificación no considera una relevancia profesional o académica	La justificación no considera relevancia de ningún índole y se confunde con el problema u objetivos del trabajo	No justifica el proyecto
		OBJETIVOS DEL PROYECTO	Define los objetivos del proyecto, con verbo en infinitivo y planteando los puntos que se desarrollan en el mismo	Define objetivos de forma correcta pero de forma incompleta	Define objetivos que se confunden con acciones	Define objetivos incompletos y que se confunden con acciones	No define objetivos del proyecto
LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN INICIAL SOBRE CONTENIDO INFORMACIÓN RELEVANTE DE EMPRESA Y SU ENTORNO	ANÁLISIS DIAGNÓSTICO E INVESTIGACIÓN	INFORMACIÓN Y ANÁLISIS DE LA EMPRESA	Define antecedentes de la empresa en estudio, su filosofía empresarial, su organigrama estructural (básico), su cartera de productos y el correcto análisis de cadena de valor	Define antecedentes de la empresa en estudio, su filosofía empresarial, su organigrama estructural (básico), su cartera de productos y análisis de cadena de valor con observaciones	La información es básica y contempla el análisis de cadena de valor de forma incompleta o con observaciones	La información es básica e incompleta y no contempla el análisis de datos recopilados	No contiene información y análisis de la empresa
		INFORMACIÓN DEL ENTORNO MACRO	Elabora el análisis PEST(A) indicando por lo menos los factores Políticos-legales, económicos y socioculturales que estén relacionados con el proyecto, brindando valoración cualitativa o cuantitativa a cada factor analizado	Elabora el análisis PEST(A) indicando por lo menos los factores Políticos-legales, económicos y socioculturales que estén relacionados con el proyecto brindando valoración cualitativa o cuantitativa con observaciones	Elabora el análisis PEST(A) indicando por lo menos los factores Políticos-legales, económicos y socioculturales que estén relacionados con el proyecto sin brindar valoración y análisis de datos recopilados	La información es básica e incompleta y no contempla el análisis de datos recopilados	No contiene información del entorno macro
		INFORMACIÓN Y ANÁLISIS DEL ENTORNO MICRO	Elabora el análisis de 5 Fuerzas de Porter indicando los participantes que estén relacionados con el proyecto y dando una valoración cualitativa o cuantitativa a cada uno de ellos	Elabora el análisis de las 5 Fuerzas de Porter indicando los participantes que estén relacionados con el proyecto brindando valoración cualitativa o cuantitativa con observaciones	Elabora el análisis de las 5 Fuerzas de Porter indicando los participantes relacionados al proyecto sin brindar valoración y análisis de datos recopilados	La información es básica e incompleta y no contempla el análisis de datos recopilados	No contiene información del entorno micro
		ANÁLISIS DIAGNÓSTICO CON HERRAMIENTAS ADECUADAS	Elabora un correcto y adecuado análisis FODA, FOFA-DODA o EFE-EI basado en la información de la empresa y su entorno	Elabora el análisis FODA, FOFA-DODA o EFE-EI basado en la información de la empresa y su entorno, con observaciones.	Elabora el análisis FODA, FOFA-DODA o EFE-EI sin basarse en la cadena de valor, 5 Fuerzas de Porter y/o PEST(A)	Elabora el análisis FODA, FOFA-DODA o EFE-EI sin basarse en la cadena de valor, 5 Fuerzas de Porter y/o PEST(A) y con poco detalle de cada rubro definido	No establece un análisis diagnóstico concluyendo con un resultado claro de la empresa y su entorno
		OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN DE CAMPO (IDM)	Establece los objetivos de la IDM de forma ordenada, clara y concisa	Define objetivos de forma ordenada, pero tiene observaciones en planteamiento o redacción	Define objetivos de forma desordenada y con observaciones en planteamiento o redacción	Define objetivos desordenados, incompletos y que se confunden con acciones u objetivos del plan de marketing	No define los objetivos de la investigación de mercado
		MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	Detalla la forma de investigación definiendo el tipo de investigación, las fuentes de información e instrumentos investigativos, y estos se ajustan al proyecto en análisis	Detalla el método de investigación con fuentes de información e instrumentos investigativos pero con observaciones	Plantea la investigación de forma muy superficial sin profundizar sus explicaciones	Plantea erróneamente el método investigativo confundiendo los elementos propios de la misma u omitiéndolos.	No define el método (o diseño) investigativo
		CRITERIOS DE MUESTREO ESTADÍSTICO Y/O ELECCIÓN DE ELEMENTOS MUESTRALES	Define claramente los criterios de muestreo estadístico o de selección de la muestra y los mismos se ajustan a la investigación	Define los criterios de muestreo estadístico o de selección de muestra pero no justifica los mismos o contienen observaciones	Define criterios de muestreo estadístico o de selección de muestra, sin profundizar en los mismos	Los criterios de muestreo estadístico o de selección de muestra son erróneos y no se profundiza en la explicación de los mismos.	No define los criterios de muestreo o elección de elementos muestrales
		RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LOS MISMOS	Los resultados son analizados y explicados con criterio y profundidad. Usa cuadros estadísticos para datos cuantitativos y cuadros comparativos o analíticos para datos cualitativos	Los resultados son analizados y explicados con criterio y profundidad. Usa cuadros estadísticos para datos cuantitativos y cuadros comparativos o analíticos para datos cualitativos, pero tiene observaciones	Presenta cuadros estadísticos sin explicación. Los resultados cualitativos son redactados sin análisis	Presenta cuadros estadísticos sin títulos o mal elaborados. Los resultados cualitativos son redactados de forma escueta y sin análisis	No presenta análisis de los resultados
		CONCLUSIONES INVESTIGATIVAS	Expone conclusiones de la investigación de mercados, que se enlazan con los objetivos del plan de marketing y la propuesta	Expone conclusiones de la investigación de mercados, que se enlazan con los objetivos del plan de marketing y la propuesta con observaciones	Expone conclusiones sin profundizar en ellas.	Presenta conclusiones irrelevantes y que no se conectan con la propuesta del plan	No presenta conclusiones de la investigación de campo
		PROPUESTA. DEBE CONTENER OBJETIVOS MEDIBLES, ACCIONES Y RESULTADOS CON UN PRESUPUESTO DE GASTOS Y RELACIÓN COSTO-BENEFICIO	PLAN DE MARKETING: FASE ESTRATÉGICA	OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING	Los objetivos están bien redactados, no incluyen acciones, son medibles y cuantificables con un plazo determinado de ejecución	Los objetivos están bien redactados, no incluyen acciones, son medibles y cuantificables con un plazo determinado de ejecución con observaciones	Los objetivos no incluyen acciones. No definen medición y cuantificación o plazos de ejecución
ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR/CLIENTE Y SEGMENTACIÓN	Incluye un correcto análisis del consumidor/cliente y plantea estrategias de segmentación			Incluye un correcto análisis del consumidor/cliente y plantea estrategias de segmentación con observaciones	Plantea segmentación sin hacer análisis de consumidor/cliente.	No plantea análisis de consumidor/cliente y la segmentación contiene observaciones.	No define la segmentación del plan
ESTRATEGIA COMPETITIVA	Establece adecuadamente estrategias básicas para competir y rol competitivo mediante el análisis de competencia			Establece adecuadamente estrategias básicas para competir y rol competitivo mediante el análisis de competencia con observaciones	Establece las estrategias básicas de forma escueta, sin explicaciones y sin análisis de competencia	Establece de forma errada las estrategias competitivas y sin análisis de competencia	No plantea estrategias competitivas basadas en el análisis de los rivales
ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO	Establece correctamente estrategia de posicionamiento con la ventaja competitiva y el mensaje que debe transmitir el producto o marca en estudio			Establece correctamente la estrategia de posicionamiento con la ventaja competitiva y el mensaje que debe transmitir el producto o marca en estudio con observaciones	Establece la estrategia de posicionamiento sin explicaciones ni argumentos	Establece la estrategia de posicionamiento sin explicaciones y de forma errónea	No define estrategias de posicionamiento basadas en propuesta de valor
PLAN DE ACCIÓN - 4P'S	Define acciones de producto, precio, plaza o promoción que van acorde a la estrategia, objetivos, segmentación y posicionamiento planteados y se ajustan a la IDM realizada			Define acciones de producto, precio, plaza o promoción que van acorde a la estrategia, objetivos, segmentación y posicionamiento planteados y se ajustan a la IDM realizada con observaciones	Define acciones de producto, precio, plaza o promoción de forma incompleta y muy escuetas	Define acciones de producto, precio, plaza o promoción de forma incompleta, muy escuetas y sin bases ajustadas a la IDM realizada	No define acciones detalladas para el plan de marketing
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	Incluye correctamente un cronograma de actividades explicando plazos de ejecución para cada acción			Incluye correctamente un cronograma de actividades explicando plazos de ejecución para cada acción, con observaciones	Incluye un cronograma de trabajo sin explicaciones	Incluye un cronograma de trabajo sin explicaciones y que no concuerda con las acciones planteadas	No plantea un cronograma de acciones
MEDICIÓN DE RESULTADOS	Define KPIs alineados a los objetivos del plan de marketing y explica los motivos de uso de los mismos.			Define KPIs alineados a los objetivos del plan de marketing con observaciones	Define KPIs sin brindar explicaciones de los mismos.	Define KPIs que no van alineados a los objetivos del plan	No plantea formas de medición de resultados del plan propuesto
PRESUPUESTO DE GASTOS	Elabora un correcto detalle de gastos de marketing y/o presupuesto del plan presentado			Elabora un correcto detalle de gastos de marketing y/o presupuesto del plan presentado pero con observaciones	Elabora un detalle de presupuesto sin explicaciones	Elabora un presupuesto de gastos sin brindar detalle y explicaciones de los mismos	No define presupuesto de gastos del plan de marketing
RELACIÓN COSTO-BENEFICIO DEL PLAN	Demuestra adecuadamente cuál es la relación costo-beneficio de su plan			Demuestra adecuadamente cuál es la relación costo-beneficio de su plan con observaciones	Elabora la relación costo-beneficio sin brindar explicaciones	Elabora la relación costo-beneficio	No muestra la relación costo-beneficio del plan propuesto
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	CONCLUSIONES RECOMENDACIONES			CONCLUSIONES	Todas las conclusiones se ajustan a los objetivos del proyecto presentado, respondiendo a ellos de forma puntual y correcta	Todas las conclusiones se ajustan a los objetivos del proyecto presentado, respondiendo a ellos de forma puntual y correcta, con algunas observaciones de fondo o forma	Presenta conclusiones sin profundizar en cada una de ellas
		RECOMENDACIONES	El planteamiento de recomendaciones invita a desarrollar más ideas asociadas al plan propuesto	El planteamiento de recomendaciones invita a desarrollar más ideas asociadas al plan propuesto, con algunas observaciones de fondo o forma	Presenta recomendaciones sin profundizar en cada una de ellas.	Presenta recomendaciones que no se alinean a la propuesta del proyecto	No presenta recomendaciones
FORMATO, APA Y BIBLIOGRAFÍA	FORMATO, APA, BIBLIOGRAFÍA	REDACCIÓN Y ORTOGRAFÍA	El trabajo presenta una redacción clara, concisa y de fácil lectura al igual que la ortografía	El trabajo presenta una redacción clara, concisa y de fácil lectura con breves observaciones en ortografía	El trabajo presenta una redacción clara, concisa y de fácil lectura con muchas faltas ortográficas	El trabajo no es de fácil lectura y posee faltas ortográficas	No presenta una redacción clara, ni ortografía
		BIBLIOGRAFÍA	El trabajo presenta bibliografía que soporta el plan de marketing (mínimo 10)	El trabajo presenta bibliografía que soporta el plan de marketing (mínimo 8)	El trabajo presenta bibliografía que soporta el plan de marketing (mínimo 6)	El trabajo presenta bibliografía que soporta el plan de marketing (mínimo 5)	No presenta bibliografía
		ORDEN Y ESTRUCTURA DEL PLAN DE MARKETING	El plan de marketing posee el orden correcto: diagnóstico inicial, investigación de mercado, objetivo, estrategias, acciones y análisis financiera	El plan de marketing posee el orden adecuado presentando breves observaciones en la estructura interna de un capítulo	El plan de marketing posee el orden adecuado presentando observaciones en la estructura interna de dos capítulos	El plan de marketing posee el orden adecuado presentando observaciones en la estructura interna de tres capítulos	No existe orden en todo el documento



EXCELENTE, SIN ERRORES	MUY BUENO, POSEE OBSERVACIONES	CUMPLE, EXPONE DE MANERA ESCUETA Y SIN PROFUNDIZAR O EXPLICAR	CUMPLE, EXPONE DE MANERA ESCUETA SIN PROFUNDIZAR Y CON ERRORES	NO CUMPLE
------------------------	--------------------------------	---	--	-----------

	CARRERA - DISEÑO	4	3	2	1	0			
							TOTAL ACUERDO	ACUERDO	IMPARCIAL
PROBLEMÁTICA	PROBLEMÁTICA	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	Establece el problema completo, citando fuentes de información pertinentes	Establece el problema correctamente definiendo datos pertinentes pero que no tienen referencias	Establece el problema de forma confusa a pesar de presentar datos pertinentes	Establece el problema de una forma confusa y sin datos	No define el problema		
		JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	Define justificación con relevancia profesional y académica del proyecto	Define justificación con relevancia profesional o académica, pero no ambas	La justificación no considera un relevancia profesional o académica	La justificación no considera relevancia de ningún índole y se confunde con el problema u objetivos del trabajo	No justifica el proyecto		
		OBJETIVOS DEL PROYECTO	Define los objetivos del proyecto, con verbo en infinitivo y planteando los puntos que se desarrollan en el mismo	Define objetivos de forma correcta pero de forma incompleta	Define objetivos que se confunden con acciones	Define objetivos incompletos y que se confunden con acciones	No define objetivos del proyecto		
LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN INICIAL DEBE CONTENER INFORMACIÓN RELEVANTE DE EMPRESA Y SU ENTORNO, DE PRODUCTO Y SUS NECESIDADES O PRODUCCIÓN DE PROTOTIPOS	ANÁLISIS DIAGNÓSTICO E INVESTIGACIÓN	INFORMACIÓN Y ANÁLISIS DE LA EMPRESA, PRODUCTO O PROTOTIPO	Define antecedentes, filosofía, descripción de producto o problemática.	Define antecedentes, filosofía, descripción de producto o problemática con observaciones.	La información es básica, la descripción y problemática es incompleta o con observaciones.	La información es básica e incompleta.	No contiene información, descripción ni problemática		
		INFORMACIÓN DEL ENTORNO MACRO	Elabora la propuesta de valor (diferenciación e innovación), mercados objetivos y potenciales que estén relacionados con el proyecto.	Elabora la propuesta de valor (diferenciación e innovación), mercados objetivos y potenciales que estén relacionados con el proyecto con observaciones.	Elabora la propuesta de valor (diferenciación e innovación), mercados objetivos y potenciales sin estar relacionados con el proyecto.	La información es básica e incompleta y no contempla el análisis de datos recopilados	No contiene información del entorno macro		
		ANÁLISIS DIAGNÓSTICO CON HERRAMIENTAS ADECUADAS	Elabora un correcto y adecuado análisis FODA, basado en la información de la empresa y su entorno, producto y sus necesidades o producción de prototipos.	Elabora un correcto y adecuado análisis FODA, basado en la información de la empresa y su entorno, producto y sus necesidades o producción de prototipo con observaciones.	Elabora el análisis FODA sin basarse en las 5 Fuerzas de Porter.	Elabora el análisis FODA sin basarse en las 5 Fuerzas de Porter y con poco detalle de cada rubro definido.	No establece un análisis diagnóstico concluyendo con un resultado claro de la empresa y su entorno, producto y sus necesidades o producción de prototipo.		
		OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN DE CAMPO	Establece los objetivos de la investigación de forma ordenada, clara y concisa	Define objetivos de forma ordenada, pero tiene observaciones en planteamiento o redacción	Define objetivos de forma desordenada y con observaciones en planteamiento o redacción	Define objetivos desordenados, incompletos y que se confunden con acciones u objetivos del plan de marketing	No define los objetivos de la investigación de mercado		
		MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	Detalla la forma de investigación definiendo el tipo de investigación, las fuentes de información e instrumentos investigativos, y estos se ajustan al proyecto en análisis	Detalla el método de investigación con fuentes de información e instrumentos investigativos pero con observaciones	Plantea la investigación de forma muy superficial sin profundizar sus explicaciones	Plantea erróneamente el método investigativo confundiendo los elementos propios de la misma u omitiéndolos.	No define el método (o diseño) investigativo		
		CRITERIOS DE MUESTREO ESTADÍSTICO Y/O ELECCIÓN DE ELEMENTOS MUESTRALES	Define claramente los criterios de muestreo estadístico o de selección de la muestra y los mismos se ajustan a la investigación	Define los criterios de muestreo estadístico o de selección de muestra pero no justifica los mismos o contienen observaciones	Define criterios de muestreo estadístico o de selección de muestra, sin profundizar en los mismos	Los criterios de muestreo estadístico o de selección de muestra son erróneos y no se profundiza en la explicación de los mismos.	No define los criterios de muestreo o elección de elementos muestrales		
		RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LOS MISMOS	Los resultados son analizados y explicados con criterio y profundidad. Usa cuadros estadísticos para datos cuantitativa y cuadros comparativos o analíticos para datos cualitativa	Los resultados son analizados y explicados con criterio y profundidad. Usa cuadros estadísticos para datos cuantitativos y cuadros comparativos o analíticos para datos cualitativa, pero tiene observaciones	Presenta cuadros estadísticos sin explicación. Los resultados cualitativos son redactados sin análisis	Presenta cuadros estadísticos sin títulos o mal elaborados. Los resultados cualitativos son redactados de forma escueta y sin análisis	No presenta análisis de los resultados		
		CONCLUSIONES INVESTIGATIVAS	Expone conclusiones de la investigación de mercados, que se enlazan con los objetivos del plan de marketing y la propuesta	Expone conclusiones de la investigación de mercados, que se enlazan con los objetivos del plan de marketing y la propuesta con observaciones	Expone conclusiones sin profundizar en ellas.	Presenta conclusiones irrelevantes y que no se conectan con la propuesta del plan	No presenta conclusiones de la investigación de campo		
		PROYECTA EL DISEÑO EN UN PROCESO DE RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS	DESARROLLO DE PRODUCTO, PROTOTIPO O MODELO	OBJETIVOS DEL PROYECTO	Los objetivos están bien redactados, no incluyen acciones, son medibles y cuantificables con un plazo determinado de ejecución	Los objetivos están bien redactados, no incluyen acciones, son medibles y cuantificables con un plazo determinado de ejecución con observaciones	Los objetivos no incluyen acciones. No definen medición y cuantificación o plazos de ejecución	Objetivos incluyen acciones y no definen plazo de ejecución o cuantificación	No establece los objetivos del plan de forma medible y con tiempos de ejecución
				ORGANIZACIÓN DEL PROYECTO	Incluye una correcta elaboración de los requisitos del proyecto (briefing) metodologías de trabajo y rendimiento, recursos, actividades y cronogramas.	Incluye una correcta elaboración de los requisitos del proyecto (briefing) metodologías de trabajo y rendimiento, recursos, actividades y cronogramas con observaciones.	Plantea una elaboración de los requisitos del proyecto (briefing) sin metodologías de trabajo, rendimiento, recursos, actividades o cronogramas.	No plantea elaboración de los requisitos del proyecto (briefing) y la metodologías de trabajo, rendimiento, recursos, actividades o cronogramas contiene observaciones.	No define ningún tipo de organización del proyecto.
ESTRUCTURA DESGLOSADA DEL PROYECTO	Establece adecuadamente un calendario detallado (secuencia y plazos exactos de las actividades) obtención de recursos e identificación de procedimientos.			Establece adecuadamente un calendario detallado (secuencia y plazos exactos de las actividades) obtención de recursos e identificación de procedimientos con observaciones.	Establece un calendario de forma escueta, sin plazos exactos de actividades, obtención de recursos o identificación de procedimientos.	Establece de forma errada un calendario sin plazos exactos de actividades, obtención de recursos o identificación de procedimientos.	No plantea planes un calendario con plazos exactos de actividades		
HERRAMIENTAS DE GESTIÓN DEL PROYECTO	Establece correctamente los tres factores que más influyen sobre el desarrollo del proyecto: el tiempo, el coste y la calidad.			Establece correctamente los tres factores que más influyen sobre el desarrollo del proyecto: el tiempo, el coste y la calidad con observaciones.	Establece los tres factores sobre el desarrollo del proyecto: el tiempo, el coste y la calidad sin explicaciones ni argumentos	Establece los tres factores sobre el desarrollo del proyecto: el tiempo, el coste y la calidad sin explicaciones y con forma errónea	No establece los tres factores sobre el desarrollo del proyecto: el tiempo, el coste y la calidad.		
ELEMENTOS DE DISEÑO: MÉTODOS, HERRAMIENTAS Y PROCESOS	FORMATO		Define forma y tamaño del producto final, debe tomar en cuenta target, tipo de información y presupuesto con observaciones.	Define forma y tamaño del producto final, debe tomar en cuenta target, tipo de información y presupuesto con observaciones.	Define forma y tamaño inadecuado para el producto final tomando en cuenta sólo el target y no el tipo de información y presupuesto.	Define forma y tamaño inadecuado para el producto final tomando en cuenta el target, tipo de información y presupuesto de maneras muy escueta.	Define forma y tamaño erróneo para el producto final y no toma en cuenta el target, tipo de información y presupuesto.		
	RETELICULA DE CONSTRUCCIÓN / LAYOUT		Incluye retículas que aportan orden y estructura a los diseños y permite organizar de modo efectivo los elementos dentro de un espacio.	Incluye retículas que aportan orden y estructura a los diseños y permite organizar de modo efectivo los elementos dentro de un espacio con observaciones	Incluye retículas que aportan parcialmente al orden y estructura de los diseños y no organiza de modo efectivo los elementos dentro de un espacio.	Incluye pocas retículas que aportan parcialmente al orden y estructura de los diseños y no organiza de modo efectivo los elementos dentro de un espacio	No incluye retículas que aportan al orden y estructura de los diseños y permite organizar de modo efectivo los elementos dentro de un espacio.		
	TIPOGRAFÍA		Define la elección y el uso de tipos de letras diseñadas para lograr la mejor comunicación de una idea escrita aportando legibilidad, estilo y creatividad.	Define la elección y el uso de tipos de letras diseñadas para lograr comunicación de una idea escrita aportando legibilidad, estilo y creatividad con observaciones.	Define la elección y el uso de tipos de letras diseñadas sin lograr comunicación de una idea escrita aportando legibilidad, estilo y creatividad con observaciones.	Define la mala elección y el uso de tipos de letras diseñadas para lograr comunicación de una idea escrita sin aportar legibilidad, estilo y creatividad.	No define elección de familias tipográficas.		
	SISTEMA DE COLORES		Demuestra la elección de combinación de gama de colores, tonos y contrastes que aporten a la comunicación efectiva del mensaje	Demuestra la elección de combinación de gama de colores, tonos y contrastes que aporten a la comunicación efectiva del mensaje con observaciones.	Elección de combinación de gama de colores, tonos y contrastes que no aporten a la comunicación efectiva del mensaje.	Elección errada de combinación de gama de colores, tonos y contrastes que aportan parcialmente a la comunicación del mensaje.	No justifica la combinación de gama de colores, tonos y contrastes.		
	ESTILO Y ESTÉTICA		Define el equilibrio formal entre todos los elementos que constituyen las composiciones, a fin de hallar un adecuado sentido gráfico del diseño y de propiciar una comunicación eficaz.	Define el equilibrio formal entre todos los elementos que constituyen las composiciones, a fin de hallar un adecuado sentido gráfico del diseño y de propiciar una comunicación eficaz con observaciones.	Define el equilibrio formal entre todos los elementos que constituyen las composiciones sin hallar un adecuado sentido gráfico del diseño y de propiciar una comunicación eficaz.	Elabora composiciones sin equilibrio formal entre todos los elementos.	No muestra la relación del equilibrio formal de todos los elementos para lograr una comunicación eficaz.		
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		CONCLUSIONES	Todas las conclusiones se ajustan a los objetivos del proyecto presentado, respondiendo a ellos de forma puntual y correcta	Todas las conclusiones se ajustan a los objetivos del proyecto presentado, respondiendo a ellos de forma puntual y correcta, con algunas observaciones de fondo o forma	Presenta conclusiones sin profundizar en cada una de ellas	Presenta conclusiones que no se alinean a los objetivos del proyecto	No presenta conclusiones	
RECOMENDACIONES		El planteamiento de recomendaciones invita a desarrollar más ideas asociadas al plan propuesto	El planteamiento de recomendaciones invita a desarrollar más ideas asociadas al plan propuesto, con algunas observaciones de fondo o forma	Presenta recomendaciones sin profundizar en cada una de ellas	Presenta recomendaciones que no se alinean a la propuesta del proyecto	No presenta recomendaciones			
FORMATO, APA, BIBLIOGRAFÍA	FORMATO, APA, BIBLIOGRAFÍA	REDACCIÓN Y ORTOGRAFÍA	El trabajo presenta una redacción clara, concisa y de fácil lectura al igual que la ortografía	El trabajo presenta una redacción clara, concisa y de fácil lectura con breves observaciones en ortografía	El trabajo presenta una redacción clara, concisa y de fácil lectura con muchas faltas ortográficas	El trabajo no es de fácil lectura y posee faltas ortográficas	No presenta una redacción clara, ni ortografía		
		BIBLIOGRAFÍA	El trabajo presenta bibliografía que soporta la propuesta (mínimo 10)	El trabajo presenta bibliografía que soporta la propuesta (mínimo 8)	El trabajo presenta bibliografía que soporta la propuesta (mínimo 5)	El trabajo presenta bibliografía que soporta la propuesta (mínimo 5)	No presenta bibliografía		
		ORDEN Y ESTRUCTURA DE LA PROPIUESTA	La propuesta posee el orden correcto: diagnóstico inicial, investigación de mercado, objetivo, estrategias, acciones y análisis financiera	La propuesta posee el orden adecuado presentando breves observaciones en la estructura interna de un capítulo	La propuesta posee el orden adecuado presentando observaciones en la estructura interna de dos capítulos	La propuesta posee el orden adecuado presentando observaciones en la estructura interna de tres capítulos	No existe orden en todo el documento		

EXCELENTE, SIN ERRORES	MUY BUENO. POSEE OBSERVACIONES	CUMPLE. EXPONE DE MANERA ESCUETA Y SIN PROFUNDIZAR O EXPLICAR	CUMPLE. EXPONE DE MANERA ESCUETA SIN PROFUNDIZAR Y CON ERRORES	NO CUMPLE
------------------------	--------------------------------	---	--	-----------

		CARRERA - MARKETING Y PUBLICIDAD					
		4	3	2	1	0	
		TOTAL ACUERDO	ACUERDO	IMPARCIAL	DESACUERDO	TOTAL DESACUERDO	
PROBLEMÁTICA	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA (CLARIDAD Y SIGNIFICANCIA)	LA FORMULACIÓN ES PRECISA E INCLUYE PROPOSICIONES FORMALES Y ESPECIFICACIONES PARA CONTRASTARLAS. EXISTE UNA ALINEACIÓN CLARA CON LOS OBJETIVOS. SU SOLUCIÓN INTERESARÍA A LA MAYOR PARTE DE LOS PÚBLICOS CLAVES.	LA FORMULACIÓN NO ES AMBIGUA, PERO LOS OBJETIVOS SE CONFUNDEN CON ACTIVIDADES. SU SOLUCIÓN SERÍA DE INTERÉS A ALGUNOS PÚBLICOS CLAVE.	EL PROBLEMA DEBE SER INFERIDO DE UNA FORMULACIÓN INCOMPLETA. SU SOLUCIÓN INTERESARÍA A UNOS POCOS PÚBLICOS CLAVES.	FORMULACIÓN AMBIGUA, INCONSISTENTE O IRRELEVANTE PARA LA INVESTIGACIÓN. SIN FORMULACIÓN O PROBLEMA NO SIGNIFICATIVO, INSOLUBLE O TRIVIAL.	No define el problema
ANÁLISIS SITUACIONAL E INVESTIGACIÓN	ANÁLISIS DIAGNÓSTICO E INVESTIGACIÓN	INVESTIGACIÓN CALIDAD DE INFORMACIÓN / EVIDENCIA	EL TRABAJO ES EXCEPCIONALMENTE INVESTIGADO, MUY DETALLADO CON PRUEBAS FUNDAMENTALES A PARTIR DE UNA AMPLIA VARIEDAD DE FUENTES QUE ESTÁN TODO DEBIDAMENTE CITADOS.	TRABAJO SE HA INVESTIGADO EN DETALLE CON EVIDENCIA PRECISA Y CRÍTICA CON UNA VARIEDAD DE FUENTES QUE ESTÁN DEBIDAMENTE CITADAS.	ALGUNOS ASPECTOS DEL TRABAJO QUE SE INVESTIGA CON ALGUNA EVIDENCIA PRECISA DE FUENTES LIMITADAS CON ALGUNAS CITAS.	LIMITADA INFORMACIÓN SOBRE EL TEMA CON LA FALTA DE INVESTIGACIÓN, LOS DETALLES O EVIDENCIAS HISTÓRICAMENTE EXACTAS.	No contiene investigación de respaldo
PLAN DE COMUNICACIÓN	PROPUESTA (PLAN)	OBJETIVOS	LOS OBJETIVOS TIENEN TOTAL RELACIÓN CON EL TEMA SE ESTABLECEN Y DISTINGUEN CLARAMENTE DA CUENTA DE QUÉ ES LO QUE SE QUIERE LOGRAR, DE MODO CLARO Y SINTÉTICO. LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS RESPECTO DEL GENERAL SE RELACIONAN ENTRE ELLOS SON REALIZABLES, EVALUABLES Y NO SE CONFUNDEN CON ACTIVIDADES.	LOS OBJETIVOS TIENEN RELACIÓN CON EL TEMA SE ESTABLECEN Y DISTINGUEN CLARAMENTE PRESENTAN DUDAS RESPECTO DE SU LOGRO, PERO NO SE CONFUNDEN CON ACTIVIDADES. LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS RESPECTO DEL GENERAL SE RELACIONAN PARCIALMENTE ENTRE ELLOS	LOS OBJETIVOS TIENEN PARCIAL RELACIÓN CON EL TEMA SE ESTABLECEN, PERO NO DISTINGUEN CLARAMENTE LOS OBJETIVOS PRESENTAN DUDAS RESPECTO DE SU LOGRO. SE MEZCLAN OBJETIVOS CON ACTIVIDADES. LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS RESPECTO DEL GENERAL NO PRESENTAN CLARA RELACIÓN	LOS OBJETIVOS NO TIENEN RELACIÓN CON EL TEMA. NO SE RELACIONAN ENTRE ELLOS SE CONFUNDEN CON ACTIVIDADES.	No incluye objetivos
		RESULTADOS ESPERADOS	HAN SIDO ANALIZADOS DE UNA FORMA MINUCIOSA Y MUY RIGUROSA. HA REALIZADO UNA PRESENTACIÓN DE LOS MISMOS DE UN MODO DETALLADO, CLARO Y EXTENSO. SE RELACIONAN ESTRECHAMENTE A LOS OBJETIVOS SON CONSECUENTES A LAS EXPECTATIVAS DEL TEMA	HAN SIDO ANALIZADOS DE UNA FORMA CORRECTA. LA RELACIÓN CON LOS OBJETIVOS SON CONSECUENTES A EN GRAN MEDIDA A LAS EXPECTATIVAS DEL TEMA DAN CUENTA DE UN APOORTE A LA SOLUCIÓN DE UN PROBLEMA	PRESENTA RESULTADOS SIN EXPLICACIÓN. SE RELACIONAN PARCIALMENTE CON LOS OBJETIVOS. TIENEN POCAS RELACIONES CON LAS EXPECTATIVAS DEL TEMA. NO SE DISTINGUE CLARAMENTE CUÁL ES EL APOORTE	NO PRESENTA CLARIDAD EN LOS RESULTADOS ALCANZADOS. SILOS RESULTADOS NO TIENEN RELACIÓN CON LAS EXPECTATIVAS DEL TEMA.	No existe análisis de los resultados
		SOPORTE DE IDEAS / ANÁLISIS	IDENTIFICA EL PROBLEMA A SOLUCIONAR. Y SE CENTRA EN EL ENTIENDE LA REALIDAD DE SU CLIENTE Y LOS REQUERIMIENTOS ESPECÍFICOS DE LA MARCA, ADÉMÁS DE SUS LIMITACIONES. PROPONE SOLUCIONES ACERTADAS, IDEALES PARA SUPLIR LAS NECESIDADES DE SUS CLIENTES.	ENTIENDE LA REALIDAD DE SU CLIENTE Y LOS REQUERIMIENTOS ESPECÍFICOS DE LA MARCA, ADÉMÁS DE SUS LIMITACIONES. PROPONE SOLUCIONES ACERTADAS, QUE SUPLLEN LAS NECESIDADES DE SUS CLIENTES.	ENTIENDE LA REALIDAD DE SU CLIENTE Y LOS REQUERIMIENTOS ESPECÍFICOS DE LA MARCA, PERO IDENTIFICA PARCIALMENTE SUS LIMITACIONES.	CREA SOLUCIONES CREATIVAS PERO QUE NO VAN DE LA MANO CON LA CONSIGNA O LAS LIMITACIONES DE SU CLIENTE.	No hay contenido creativo para la necesidad del cliente
		DISEÑO Y CONCEPTO DE PIEZAS PUBLICITARIAS	LAS PIEZAS PUBLICITARIAS EN DIFERENTES MEDIOS VAN DE ACUERDO CON LA ESTRATEGIA DE CAMPAÑA. SON SUMAMENTE CREATIVAS Y EFECTIVAS PARA TRANSMITIR LA GRAN IDEA DE LA ESTRATEGIA. SON ESTÉTICAMENTE PERFECTAS Y ELEVAN LA IMAGEN DE MARCA AL IGUAL QUE VENDEN EL PRODUCTO/IDEA/SERVICIO.	LAS PIEZAS PUBLICITARIAS EN DIFERENTES MEDIOS VAN ALGO DE ACUERDO CON LA ESTRATEGIA DE CAMPAÑA. SON ALGO CREATIVAS Y EFECTIVAS PARA TRANSMITIR LA GRAN IDEA DE LA ESTRATEGIA. SON ESTÉTICAMENTE AGRADABLES Y ELEVAN LA IMAGEN DE MARCA AL IGUAL QUE VENDEN EL PRODUCTO/IDEA/SERVICIO.	LAS PIEZAS PUBLICITARIAS EN DIFERENTES MEDIOS VAN POCO DE ACUERDO CON LA ESTRATEGIA DE CAMPAÑA. SON POCO CREATIVAS Y EFECTIVAS PARA TRANSMITIR LA GRAN IDEA DE LA ESTRATEGIA. SON POCO AGRADABLES A LA VISTA Y TIENEN PROBLEMAS AL ELEVAR LA IMAGEN DE MARCA Y EL PRODUCTO/IDEA/SERVICIO	LAS PIEZAS PUBLICITARIAS EN DIFERENTES MEDIOS NO VAN DE ACUERDO CON LA ESTRATEGIA DE CAMPAÑA. NO SON NADA CREATIVAS Y EFECTIVAS PARA TRANSMITIR LA GRAN IDEA DE LA ESTRATEGIA. SON DESAGRADABLES AGRADABLES A LA VISTA Y NO ELEVAN LA IMAGEN DE MARCA Y EL PRODUCTO/IDEA/SERVICIO	No presenta diseños y conceptos de piezas publicitarias
		DESARROLLO DE LA PROPUESTA	EL PROYECTO CUMPLE CON LA ELABORACIÓN DE UN PLAN COHERENTE TOMANDO EN CUENTA ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS PARA ALCANZAR LOS OBJETIVOS PLANTEADOS	EL PROYECTO CUMPLE CON LA ELABORACIÓN DE UN PLAN Y ALCANZA MEDIANAMENTE LOS OBJETIVOS PLANTEADOS. POSEE TÁCTICAS Y ESTRATEGIAS.	EL PROYECTO CUMPLE CON LA ELABORACIÓN DE UN PLAN QUE NO VAN ALINEADOS A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS. NO MUESTRA TÁCTICAS NI ESTRATEGIAS.	EL PROYECTO MUESTRA IDEAS ESCUETAS Y NO PROFUNDEZA EN UN PLAN TÁCTICO O DE ACCIÓN	El proyecto no muestra el desarrollo de un plan y/o propuesta táctica
FORMA	REDACCIÓN Y BIBLIOGRAFÍA	REDACCIÓN	EL TRABAJO ES MUY CONCISO, CLARO, COHERENTE CON LA GRAMÁTICA CORRECTA, ORTOGRAFÍA Y PÁRRAFO	EL TRABAJO ES CLARO, SOBRE TODO CON LA GRAMÁTICA CORRECTA, ORTOGRAFÍA Y PÁRRAFOS	EL TRABAJO TIENE ALGUNOS ERRORES DE GRAMÁTICA, ORTOGRAFÍA Y PÁRRAFOS	CONSISTENCIA GRAMATICAL PERO CON ERRORES ORTOGRAFICOS	INCONSISTENTE GRAMÁTICA, ORTOGRAFÍA Y PÁRRAFOS.
		BIBLIOGRAFÍA (MÍNIMO 5 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS)	ADECUADO Y DETALLADO EN FORMATO APA, SE UTILIZA SIEMPRE EN ORDEN ALFABÉTICO, CON TODAS LAS FUENTES QUE APARECEN Y UNA AMPLIA VARIEDAD DE FUENTES (5 +)	ADECUADO FORMATO APA SE UTILIZA EN ORDEN ALFABÉTICO, CON TODAS LAS FUENTES QUE APARECEN Y UNA VARIEDAD DE FUENTES (5 +)	ALGUNOS ERRORES EN EL FORMATO APA CON LA MAYORÍA DE LAS FUENTES QUE APARECEN Y UNA VARIEDAD DE 5 FUENTES	FALTA DE UN FORMATO APROPIADO Y LOS DETALLES LIMITADOS. CUMPLE CON LAS FUENTES	FALTA DE UN FORMATO APROPIADO Y LOS DETALLES LIMITADOS CON MUCHAS FUENTES FALTANTES O INCOMPLETAS.

EXCELENTE, SIN ERRORES	MUY BUENO, POSEE OBSERVACIONES	CUMPLE. EXPONE DE MANERA ESCUETA Y SIN PROFUNDIZAR O EXPLICAR	CUMPLE. EXPONE DE MANERA ESCUETA SIN PROFUNDIZAR Y CON ERRORES	NO CUMPLE
------------------------	--------------------------------	---	--	-----------

		CARRERA - COMUNICACIÓN CORPORATIVA					
		4	3	2	1	0	
		TOTAL ACUERDO	ACUERDO	IMPARCIAL	DESACUERDO	TOTAL DESACUERDO	
PROBLEMÁTICA	PROBLEMÁTICA	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	Establece el problema completo, citando fuentes de información pertinentes	Establece el problema correctamente definiendo datos pertinentes pero que no tienen referencias	Establece el problema de forma confusa a pesar de presentar datos pertinentes	Establece el problema de una forma confusa y sin datos	No define el problema
		JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	Define justificación con relevancia profesional y académica del proyecto	Define justificación con relevancia profesional o académica, pero no ambas	La justificación no considera una relevancia profesional o académica	La justificación no considera relevancia de ningún índole y se confunde con el problema u objetivos del trabajo	No justifica el proyecto
		OBJETIVOS DEL PROYECTO	Define los objetivos del proyecto, con verbo en infinitivo y planteando los puntos que se desarrollan en el mismo	Define objetivos de forma correcta pero de forma incompleta	Define objetivos que se confunden con acciones	Define objetivos incompletos y que se confunden con acciones	No define objetivos del proyecto
LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN INICIAL. DEBE CONTENER INFORMACIÓN RELEVANTE DE EMPRESA Y SU ENTORNO	ANÁLISIS DIAGNÓSTICO E INVESTIGACIÓN	INFORMACIÓN Y ANÁLISIS DE LA EMPRESA	Define antecedentes de la empresa en estudio, su filosofía empresarial, su organigrama estructural (básico), sus stakeholders.	Define antecedentes de la empresa en estudio, su filosofía empresarial, su organigrama estructural (básico), sus stakeholders	La información es básica y contempla el análisis de cadena de valor de forma incompleta o con observaciones	La información es básica e incompleta y no contempla el análisis de datos recopilados	No contiene información y análisis de la empresa
		INFORMACIÓN DEL ENTORNO EXTERNO E INTERNO DE LA EMPRESA	Elabora el análisis PECO indicando por lo menos los factores Sociales, culturales, motivacionales, económicos que estén relacionados con el proyecto, brindando valoración cualitativa o cuantitativa a cada factor analizado	Elabora el análisis PECO indicando por lo menos los factores Sociales, culturales, económicos y socioculturales que estén relacionados con el proyecto brindando valoración cualitativa o cuantitativa con observaciones.	Elabora el análisis PECO indicando por lo menos los factores Políticos-legales, económicos y socioculturales que estén relacionados con el proyecto sin brindar valoración y análisis de datos recopilados	La información es básica e incompleta y no contempla el análisis de datos recopilados	No contiene información del entorno
		INFORMACIÓN DE HERRAMIENTAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN UTILIZADOS	Elabora el análisis de todas las herramientas y medios de comunicación que utilizan y que están relacionados con el proyecto, dando una valoración cualitativa o cuantitativa a cada uno de ellos	Elabora el análisis de todas las herramientas y medios de comunicación que utilizan y que están relacionados con el proyecto, pero con observaciones en la valoración.	Elabora el análisis de todas las herramientas y medios de comunicación que utilizan y que están relacionados con el proyecto sin brindar una valoración muy escueta y sin fundamento	La información es básica e incompleta y no contempla el análisis de datos recopilados	No contiene análisis de las herramientas
		ANÁLISIS DIAGNÓSTICO CON HERRAMIENTAS ADECUADAS	Elabora un correcto y adecuado análisis FODA, FODA-DOA o EFE-EFI basado en la información de la empresa y su entorno	Elabora el análisis FODA, FODA-DOA o EFE-EFI basado en la información de la empresa y su entorno, con observaciones.	Elabora el análisis FODA, FODA-DOA o EFE-EFI sin basarse en información y herramientas previas	Elabora el análisis FODA, FODA-DOA o EFE-EFI sin basarse en información y herramientas previas	No establece un análisis diagnóstico concluyendo con un resultado claro de la empresa y su entorno
		OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN DE CAMPO (IDM)	Establece los objetivos de la IDM de forma ordenada, clara y concisa	Define objetivos de forma ordenada, pero tiene observaciones en el planteamiento o redacción	Define objetivos de forma desordenada y con observaciones en planteamiento o redacción	Define objetivos desordenados, incompletos y que se confunden con acciones u objetivos del plan de marketing	No define los objetivos de la investigación de mercado
		MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	Detalla la forma de investigación definiendo el tipo de investigación, las fuentes de información e instrumentos investigativos, y estos se ajustan al proyecto en análisis	Detalla el método de investigación con fuentes de información e instrumentos investigativos pero con observaciones	Plantea la investigación de forma muy superficial sin profundizar sus explicaciones	Plantea erróneamente el método investigativo confundiendo los elementos propios de la misma u omitiéndolos.	No define el método (o diseño) investigativo
		CRITERIOS DE MUESTREO ESTADÍSTICO Y/O ELECCIÓN DE ELEMENTOS MUESTRALES	Define claramente los criterios de muestreo estadístico o de selección de la muestra y los mismos se ajustan a la investigación	Define los criterios de muestreo estadístico o de selección de muestra pero no justifica los mismos o contienen observaciones	Define criterios de muestreo estadístico o de selección de muestra, sin profundizar en los mismos	Los criterios de muestreo estadístico o de selección de muestra son erróneos y no se profundiza en la explicación de los mismos.	No define los criterios de muestreo o elección de elementos muestrales
		RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LOS MISMOS	Los resultados son analizados y explicados con criterio y profundidad. Usa cuadros estadísticos para datos cuantitativa y cuadros comparativos o analíticos para datos cualitativa	Los resultados son analizados y explicados con criterio y profundidad. Usa cuadros estadísticos para datos cuantitativa y cuadros comparativos o analíticos para datos cualitativa, pero tiene observaciones	Presenta cuadros estadísticos sin análisis	Presenta cuadros estadísticos sin títulos o mal elaborados. Los resultados cualitativos son redactados de forma escueta y sin análisis	No presenta análisis de los resultados
		CONCLUSIONES INVESTIGATIVAS	Expone conclusiones de la investigación de comunicación, que se relacionan con los objetivos del plan de comunicación (interna y externa) y la propuesta	Expone conclusiones de la investigación de mercados, que se relacionan con los objetivos del plan de marketing y la propuesta con observaciones	Expone conclusiones sin profundizar en ellas.	Presenta conclusiones irrelevantes y que no se conectan con la propuesta del plan	No presenta conclusiones de la investigación de campo
		PROPUESTA. DEBE CONTENER OBJETIVOS MEDIBLES, ACCIONES Y RESULTADOS CON UN PRESUPUESTO DE GASTOS Y RELACIÓN COSTO-BENEFICIO	PLAN DE COMUNICACIÓN. FASE ESTRATÉGICA	OBJETIVOS DEL PLAN DE COMUNICACIÓN	Los objetivos están bien redactados, no incluyen acciones, son medibles y cuantificables con un plazo determinado de ejecución	Los objetivos están bien redactados, no incluyen acciones, son medibles y cuantificables con un plazo determinado de ejecución con observaciones	Los objetivos no incluyen acciones. No definen medición y cuantificación o plazos de ejecución
ANÁLISIS DEL STAKEHOLDERS	Incluye un correcto análisis de los stakeholders y plantea estrategias de segmentación			Incluye un correcto análisis de los stakeholders y plantea estrategias de segmentación con observaciones	Plantea segmentación sin hacer análisis de stakeholders	No plantea análisis de stakeholders y la segmentación contiene observaciones.	no define la segmentación del plan ni análisis de stakeholders
ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN	Establece correctamente estrategias de comunicación para el mejoramiento de la situación actual.			Establece correctamente estrategias de comunicación para el mejoramiento de la situación actual pero con observaciones	Establece las estrategias de comunicación de forma escueta, sin explicaciones y sin análisis de situación actual	Establece de forma errada las estrategias de comunicación y sin análisis de situación actual	No plantea estrategias de comunicación basadas en el análisis de la situación actual
ESTRATEGIAS DE RELACIONES PÚBLICAS	Establece correctamente estrategias de RRPP para transmitir mensajes adecuados a los diferentes públicos involucrados			Establece correctamente estrategias de RRPP para transmitir mensajes adecuados a los diferentes públicos involucrados, pero con observaciones	Establece estrategias de RRPP sin explicaciones ni argumentos	Establece estrategias de RRPP sin explicaciones y de forma errónea	No define estrategias de RRPP
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	Incluye correctamente un cronograma de actividades explicando plazos de ejecución para cada acción			Incluye correctamente un cronograma de actividades explicando plazos de ejecución para cada acción, con observaciones	Incluye un cronograma de trabajo sin explicaciones	Incluye un cronograma de trabajo sin explicaciones y que no concuerda con las acciones planteadas	No plantea un cronograma de acciones
MEDICIÓN DE RESULTADOS	Define KPIs alineados a los objetivos del plan y explica los motivos de uso de los mismos.			Define KPIs alineados a los objetivos del plan, pero con observaciones	Define KPIs sin brindar explicaciones de los mismos.	Define KPIs que no van alineados a los objetivos del plan	No plantea formas de medición de resultados del plan propuesto
PRESUPUESTO DE GASTOS	Elabora un correcto detalle de gastos y/o presupuesto del plan presentado			Elabora un correcto detalle de gastos y/o presupuesto del plan presentado pero con observaciones	Elabora un detalle de presupuesto sin explicaciones	Elabora un presupuesto de gastos sin brindar detalle y explicaciones de los mismos	No define presupuesto de gastos del plan de comunicación
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	Todas las conclusiones se ajustan a los objetivos del proyecto presentado, respondiendo a ellos de forma puntual y correcta			Todas las conclusiones se ajustan a los objetivos del proyecto presentado, respondiendo a ellos de forma puntual y correcta, con algunas observaciones de fondo o forma	Presenta conclusiones sin profundizar en cada una de ellas	Presenta conclusiones que no se alinean a los objetivos del proyecto	No presenta conclusiones
FORMATO, APA Y BIBLIOGRAFÍA	FORMATO, APA, BIBLIOGRAFÍA	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	El planteamiento de recomendaciones invita a desarrollar más ideas asociadas al plan propuesto	El planteamiento de recomendaciones invita a desarrollar más ideas asociadas al plan propuesto, con algunas observaciones de fondo o forma	Presenta recomendaciones sin profundizar en cada una de ellas	Presenta recomendaciones que no se alinean a la propuesta del proyecto	No presenta recomendaciones
		REDACCIÓN, ORTOGRAFÍA Y PUNTUACIÓN	El trabajo presenta una redacción clara, concisa y de fácil lectura. No existen errores de ortografía y puntuación	El trabajo presenta una redacción clara, concisa y de fácil lectura con breves observaciones en ortografía	El trabajo presenta una redacción clara, concisa y de fácil lectura con muchas faltas ortográficas	El trabajo no es de fácil lectura y posee faltas ortográficas	No presenta una redacción clara, ni ortografía
		BIBLIOGRAFÍA	El trabajo presenta bibliografía que soporta el plan de comunicación (mínimo 10 citas)	El trabajo presenta bibliografía que soporta el plan de marketing (mínimo 8)	El trabajo presenta bibliografía que soporta el plan de marketing (mínimo 6)	El trabajo presenta bibliografía que soporta el plan de marketing (mínimo 5)	No presenta bibliografía
	ORDEN Y ESTRUCTURA DEL PLAN DE COMUNICACIÓN	El plan de comunicación posee el orden correcto: diagnóstico inicial, investigación desahogada actual, objetivo, estrategias, acciones y análisis financiera	El plan de marketing posee el orden adecuado presentando breves observaciones en la estructura interna de un capítulo	El plan de marketing posee el orden adecuado presentando observaciones en la estructura interna de dos capítulos	El plan de marketing posee el orden adecuado presentando observaciones en la estructura interna de tres capítulos	No existe orden en todo el documento	

EXLENTE, SIN ERRORES	MUY BUENO. POSEE OBSERVACIONES	CUMPLE. EXPONE DE MANERA ESCUETA Y SIN PROFUNDIZAR O EXPLICAR	CUMPLE. EXPONE DE MANERA ESCUETA SIN PROFUNDIZAR Y CON ERRORES	NO CUMPLE
----------------------	--------------------------------	---	--	-----------

		CARRERA - PERIODISMO					
		4	3	2	1	0	
		TOTAL ACUERDO	ACUERDO	IMPARCIAL	DESACUERDO	TOTAL DESACUERDO	
PROBLEMATICA	PROBLEMATICA	FORMULACION DEL PROBLEMA	Establece el problema completo, citando fuentes de informacion pertinentes	Establece el problema correctamente definiendo datos pertinentes pero que no tienen referencias	Establece el problema de forma confusa a pesar de presentar datos pertinentes	Establece el problema de una forma confusa y sin datos	No define el problema
		JUSTIFICACION DEL PROYECTO	Define justificacion con relevancia profesional y academica del proyecto	Define justificacion con relevancia profesional o academica, pero no ambas	La justificacion no considera un a relevancia profesional o academica	La justificacion no considera relevancia de ningun indole y se confunde con el problema u objetivos del trabajo	No justifica el proyecto
		OBJETIVOS DEL PROYECTO	Define los objetivos del proyecto, con verbo en infinitivo y planteando los puntos que se desarrollan en el mismo	Define objetivos de forma correcta pero de forma incompleta	Define objetivos que se confunden con acciones	Define objetivos incompletos y que se confunden con acciones	No define objetivos del proyecto
LEVANTAMIENTO DE INFORMACION INICIAL DEBE CONTENER INFORMACION RELEVANTE DEL TEMA Y SU ENTORNO	ANALISIS DIAGNOSTICO E INVESTIGACION	INFORMACION Y ANALISIS DEL TEMA	Define la idea mostrando un esquema inicial, bajo un analisis y estructuracion que brinde las posibilidades de convertirse en un buen relato cinematografico de interes local y/o universal.	Define la idea mostrando un esquema inicial, bajo un analisis y estructuracion que brinde las posibilidades de convertirse en un buen relato cinematografico, de interes local y/o universal, con observaciones	Define la idea mostrando un esquema inicial incompleto; sin embargo considera el analisis y estructuracion	Define la idea mostrando un esquema inicial incompleto y sin analisis y estructuracion	No presenta el esquema inicial de trabajo
		LEVANTAMIENTO DE INFORMACION INICIAL	Recopila la documentacion, conocida como materia prima necesaria para dar significado a las pistas iniciales que aportaran a la narrativa audiovisual del documental.	Recopila la documentacion, conocida como materia prima necesaria para dar significado a las pistas iniciales que aportaran a la narrativa audiovisual del documental, con observaciones.	Recopila la documentacion conocida como materia prima de forma incompleta	Recopila la documentacion como materia prima incompleta y/o que no aporta a la narrativa audiovisual del documental	No presenta informacion para la documentacion (materia prima)
		OBJETIVOS DE INVESTIGACION	Establece los objetivos de forma ordenada, clara y concisa.	Define objetivos de forma ordenada, pero tiene observaciones en planteamiento o redaccion.	Define objetivos de forma desordenada y con observaciones en planteamiento o redaccion.	Define objetivos desordenados, incompletos y que se confunden con acciones u objetivos generales.	No define los objetivos de la investigacion.
		METODO DE INVESTIGACION	Detalla la forma de investigacion definiendo el tipo de investigacion, las fuentes de informacion e instrumentos investigativos, y estos se ajustan al proyecto en analisis.	Detalla el metodo de investigacion con fuentes de informacion e instrumentos investigativos pero con observaciones.	Plantea la investigacion de forma muy superficial sin profundizar sus explicaciones.	Plantea erroneamente el metodo investigativo confundiendo los elementos propios de la misma u omitiendolos.	No define el metodo (o disenio) investigativo.
		RESULTADOS Y ANALISIS DE LOS MISMOS	Los resultados son analizados y explicados con criterio y profundidad. Usa cuadros estadisticos para datos cuantitativa y/o cuadros comparativos o analiticos para datos cualitativa.	Los resultados son analizados y explicados con criterio y profundidad. Usa cuadros estadisticos para datos cuantitativa y/o cuadros comparativos o analiticos para datos cualitativa, pero tiene observaciones.	Presenta cuadros estadisticos sin explicacion. Los resultados cualitativos son redactados sin analisis.	Presenta cuadros estadisticos sin analisis. Los resultados cualitativos son redactados de forma escueta y sin analisis.	No presenta analisis de los resultados.
		CONCLUSIONES INVESTIGATIVAS	Expone conclusiones de la investigacion, que se enlazan con los objetivos generales y la propuesta.	Expone conclusiones de la investigacion, que se enlazan con los objetivos generales y la propuesta con observaciones.	Expone conclusiones sin profundizar en ellas.	Presenta conclusiones irrelevantes y que no se conectan con la propuesta.	No presenta conclusiones de la investigacion.
PROPUESTA, DEBE CONTENER OBJETIVOS MEDIBLES, ACCIONES Y RESULTADOS CON UN PRESUPUESTO DE GASTOS Y RELACION COSTO-BENEFICIO	PROYECTO DOCUMENTAL: FASE DE PRE PRODUCCION	DOCUMENTACION AUDIOVISUAL	Establece correctamente la documentacion necesaria (Cronograma de actividades, Organigrama y funciones, Tratamiento artistico, Guion Literario, Guion Tecnico, Escala, Plan de Rodaje, Presupuesto) para la elaboracion de un producto audiovisual de tipo documental segun la aplicabilidad del caso.	Establece la documentacion necesaria (Cronograma de actividades, Organigrama y funciones, Tratamiento artistico, Guion Literario, Guion Tecnico, Escala, Plan de Rodaje, Presupuesto) para la elaboracion de un producto audiovisual de tipo documental segun la aplicabilidad del caso, con observaciones	Establece de forma incompleta la documentacion necesaria (Cronograma de actividades, Organigrama y funciones, Tratamiento artistico, Guion Literario, Guion Tecnico, Escala, Plan de Rodaje, Presupuesto) para la elaboracion de un producto audiovisual de tipo documental segun la aplicabilidad del caso.	Establece de forma incompleta y con errores la documentacion necesaria (Cronograma de actividades, Organigrama y funciones, Tratamiento artistico, Guion Literario, Guion Tecnico, Escala, Plan de Rodaje, Presupuesto) para la elaboracion de un producto audiovisual de tipo documental segun la aplicabilidad del caso.	No presenta la documentacion necesaria (Cronograma de actividades, Organigrama y funciones, Tratamiento artistico, Guion Literario, Guion Tecnico, Escala, Plan de Rodaje, Presupuesto) para la elaboracion de un producto audiovisual de tipo documental segun la aplicabilidad del caso.
	PROYECTO DOCUMENTAL: FASE DE PRODUCCION	EJECUCION Y RODAJE	Composicion audiovisual alineado con el tratamiento artistico planteado. Entrevistas e iluminacion bajo estandares de calidad tecnica y artistica propuestas en documentacion audiovisual. Grabacion de video en formato de buena calidad con la excepcion del material de archivo.	Composicion audiovisual alineado con el tratamiento artistico planteado. Entrevistas e iluminacion bajo estandares de calidad tecnica y artistica propuestas en documentacion audiovisual. Grabacion de video en formato de buena calidad con la excepcion del material de archivo, con observaciones.	Composicion audiovisual alineado de forma incorrecta con el tratamiento artistico planteado. Entrevistas e iluminacion no satisfacen los estandares de calidad tecnica y artistica propuestas en documentacion audiovisual. Grabacion de video en formato de baja calidad con la excepcion del material de archivo.	Composicion audiovisual alineado con el tratamiento artistico planteado. Entrevistas e iluminacion no satisfacen los estandares de calidad tecnica y artistica propuestas en documentacion audiovisual. Grabacion de video en formato de baja calidad con la excepcion del material de archivo.	No presenta la composicion audiovisual alineado con el tratamiento artistico planteado. Entrevistas e iluminacion bajo estandares de calidad tecnica y artistica propuestas en documentacion audiovisual. Grabacion de video en formato de buena calidad con la excepcion del material de archivo.
	PROYECTO DOCUMENTAL: FASE DE POST PRODUCCION	EDICION AUDIOVISUAL Y EFECTOS	Edicion y sonorizacion coherente con el planteamiento artistico planteado con cierre de conclusiones manejadas artisticamente por el autor.	Edicion y sonorizacion coherente con el planteamiento artistico planteado con cierre de conclusiones manejadas artisticamente por el autor, con observaciones	Edicion y sonorizacion coherente con el planteamiento artistico considerar conclusiones o manejar de forma inconclusa el cierre.	Edicion y sonorizacion no guarda coherencia con el planteamiento artistico planteado con cierre de conclusiones manejadas artisticamente por el autor.	No presenta la edicion y sonorizacion coherente con el planteamiento artistico planteado con cierre de conclusiones manejadas artisticamente por el autor.
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	CONCLUSIONES RECOMENDACIONES	CONCLUSIONES	Todas las conclusiones se ajustan a los objetivos del producto audiovisual presentado, respondiendo a ellos de forma puntual y correcta.	Todas las conclusiones se ajustan a los objetivos del producto audiovisual presentado, respondiendo a ellos de forma puntual y correcta, con algunas observaciones de fondo o forma.	Presenta conclusiones sin profundizar en cada una de ellas.	Presenta conclusiones que no se alinean a los objetivos del producto audiovisual.	No presenta conclusiones.
		RECOMENDACIONES	El planteamiento de recomendaciones invita a desarrollar mas ideas asociadas al producto audiovisual propuesto.	El planteamiento de recomendaciones invita a desarrollar mas ideas asociadas al producto audiovisual propuesto, con algunas observaciones de fondo o forma.	Presenta recomendaciones sin profundizar en cada una de ellas.	Presenta recomendaciones que no se alinean al producto audiovisual propuesto.	No presenta recomendaciones.
FORMATO, APA Y BIBLIOGRAFIA	FORMATO, APA, BIBLIOGRAFIA	REDACCION Y ORTOGRAFIA	El trabajo presenta una redaccion clara, concisa y de facil lectura al igual que la ortografia.	El trabajo presenta una redaccion clara, concisa y de facil lectura con breves observaciones en ortografia.	El trabajo presenta una redaccion clara, concisa y de facil lectura con muchas faltas ortograficas.	El trabajo no es de facil lectura y posee faltas ortograficas.	No presenta una redaccion clara, ni ortografia.
		BIBLIOGRAFIA	El trabajo presenta bibliografia que soporta el producto audiovisual de tipo documental (minimo 10)	El trabajo presenta bibliografia que soporta el producto audiovisual de tipo documental (minimo 8)	El trabajo presenta bibliografia que soporta el producto audiovisual de tipo documental (minimo 6)	El trabajo presenta bibliografia que soporta el producto audiovisual de tipo documental (minimo 5)	No presenta bibliografia.
		ORDEN Y ESTRUCTURA DEL DOCUMENTO	El documento posee el orden correcto: diagnostico inicial, investigacion, objetivo, estrategias, acciones y presupuesto.	El documento posee el orden adecuado presentando breves observaciones en la estructura interna de un capitulo.	El documento posee el orden adecuado presentando observaciones en la estructura interna de dos capitulos.	El documento posee el orden adecuado presentando observaciones en la estructura interna de tres capitulos.	No existe orden en todo el documento.