

RÚBRICA EXAMEN ORAL II PARCIAL

COMPONENTE GRUPAL

Calificación en casa
Calificación durante exposición

Resultado de Aprendizaje del curso	CARAC.	CRITERIOS	NIVEL	Puntos	Grupo
Diseñar productos y modelos de negocio innovadores utilizando marcos de referencia válidos.	PRODUCTO	Excelencia El producto/servicio fue descrito clara y completamente en términos comprensibles para quien no está en el área	8		
		Desarrollado El producto/servicio fue descrito claramente pero no de manera completa	4		
		En Desarrollo Se entiende a medias de lo que se trata el producto/servicio. Hay dudas en como funciona o se usa	2		
		Inicial Muy difícil de comprender de que se trata el producto/servicio o en que ámbito se puede usar	1		
Identificar problemas, necesidades y tendencias del entorno como fuentes de oportunidades de negocio para crear valor a la sociedad.	DIFERENCIACION	Excelencia El producto/servicio tiene un alto grado de diferenciación/originalidad en relación a otras alternativas	8		
		Desarrollado El producto/servicio tiene alguna similitud con otras alternativas, pero tiene elementos diferenciadores	4		
		En Desarrollo El producto/servicio es muy similar a otros existentes pero con diferencias de presentación	2		
		Inicial No hay ninguna diferencia que haga mejor al producto/servicio ofrecido en relación a otros	1		
Diseñar productos y modelos de negocio innovadores utilizando marcos de referencia válidos.	SEGMENTO Y MERCADO POTENCIAL	Excelencia El segmento está claramente definido y bien justificado y se observa un mercado bastante grande y bien estimado	8	NO FUE EXPUESTO	
		Desarrollado El segmento está bien justificado pero su definición es incompleta o el mercado es moderadamente interesante	4		
		En Desarrollo El segmento está bien definido pero no bien justificado o el mercado potencial no ha sido estimado adecuadamente	2		
		Inicial El segmento no está ni bien definido ni bien justificado o no presenta datos claros de mercado potencial	1		
Identificar problemas, necesidades y tendencias del entorno como fuentes de oportunidades de negocio para crear valor a la sociedad.	PROPUESTA VALOR	Excelencia Evidencia claramente que conoce a los clientes/usuarios y justifica muy bien por qué querían la solución	8	Beneficios clasificados apropiadamente (F, Psico, Social)	
		Desarrollado Entiende claramente a los usuarios aunque justifica débilmente el por qué querían la solución propuesta	4		
		En Desarrollo Muestra leve comprensión de los usuarios/clientes y de por qué querían la solución propuesta	2		
		Inicial No hay comprensión de los usuarios/clientes ni de que es lo que necesitan	1		
Diseñar productos y modelos de negocio innovadores utilizando marcos de referencia válidos.	CANALES Y RELACION CON EL CLIENTE	Excelencia Justifica claramente diferentes canales para llegar al cliente y tiene una estrategia definida de como acercarse a su cliente	8	Define cómo será el canal de distribución de los productos (claramente)	
		Desarrollado Define los canales para llegar al cliente aunque con ciertos aspectos faltantes.	4		
		En Desarrollo Faltó definir canales críticos para llegar al cliente. No está claro como se va a ganar a los clientes	2		
		Inicial No define canales o tiene serias confusiones de los canales para llegar al cliente y no define como acercarse a su cliente	1		
Diseñar productos y modelos de negocio innovadores utilizando marcos de referencia válidos.	VIABILIDAD, RECURSOS Y PROCESOS CLAVE	Excelente a Muy Bueno Se presenta evidencia clara de que se pueden lograr los recursos y procesos necesarios para producir/ofrecer el producto en un tiempo y a un costo razonable	8	Diagrama de flujo proc product	
		Buena a Regular Parece que se pueden lograr los recursos y procesos necesarios para producir/ofrecer el producto en un tiempo y a un costo razonable. Pero la evidencia es incompleta	4		
		Deficiente a Pobre Procesos necesarios para producir/ofrecer el producto en un tiempo y a un costo razonable. Sin embargo tampoco se detectan serias amenazas	2		
		Muy pobre El grupo no ha establecido de que se pueden lograr los recursos y procesos y no ha considerado factores que amenazan seriamente la viabilidad del producto/servicio	1		
Diseñar productos y modelos de negocio innovadores utilizando marcos de referencia válidos.	ENTORNO COMPETIDORES ALIADOS	Excelencia Evidencia comprensión del entorno y los aliados y de como aprovechar las fuerzas significativas en esta industria	8	No. Comp directos identificados	
		Desarrollado Evidencia comprensión del entorno y los aliados pero falta más información del poder de cada uno y de como aprovecharlo	4		
		En Desarrollo Algunas nociones de entender las fuerzas significativas de la industria pero no hay claridad en el análisis realizado	2		
		Inicial Poca información útil del entorno y casi ninguna estrategia con aliados y de como aprovechar la situación del entorno	1		

Diseñar productos y modelos de negocio innovadores utilizando marcos de referencia válidos.	COSTOS E INGRESOS	Excelencia Definen claramente un modelo viable de ingresos y consideran la estructura de costos completa del negocio	8	Presup Ing con supuestos de precios y cantidad creíbles
		Desarrollado Definen un modelo viable de ingreso y consideran las mayor parte de la estructura de costos aunque faltan pulir algunas impresiones	4	
		En Desarrollo Da una idea del modelo de ingreso y la estructura de costos pero falta un porcentaje significativo de componentes	2	
		Inicial No presenta un modelo de ingreso o el que presenta no es viable para el negocio. Deja fuera elementos críticos de la estructura de costos	1	
	TIEMPO	Excelencia 100% completa dentro del tiempo. O no sobró más del 10%	8	Presup Inv Inicial. Correcta clasificación, marcas y modelos, formatos adecuados, CT en efectivo incluido
		Desarrollado 80% completa dentro del tiempo. O no sobró más del 20%	4	
		En Desarrollo 60% completa dentro del tiempo. O no sobró más del 40%	2	
		Inicial <60% completa dentro del tiempo. O sobró más del 40%	1	
		SUBT	0	

COMPONENTE INDIVIDUAL

			Integrante	Integrante
CARACTERISTICA	CRITERIOS	NIV	Pt..	Pt.
Ayuda Visual	EXCELENCIA Más del 75% agradable, simple con colores y fonts legibles cómodamente	8		
	DESARROLLADO Entre el 50% y el 75% agradable, simple con colores y fonts legibles cómodamente	4		
	EN DESARROLLO Entre el 25% y el 50% agradable, simple con colores y fonts legibles cómodamente	2		
	INICIAL Menos del 25% agradable, simple con colores y fonts legibles cómodamente	1		
Organización	Discurso con estructura y orden lógico en las ideas. Elabora antecedentes y consecuentes.	8		
	El discurso presenta una estructura clara. Ocasionalmente alguna idea desconectada o discordante	4		
	El discurso tiene algo de estructura pero hay ideas desconectadas o discordantes	2		
	El discurso carece de estructura, las ideas no se relacionan de manera lógica, no se respeta la concordancia.	1		
Léxico, Redacción y Ortografía	Vocabulario adecuado al contexto del receptor y/o resulta culto, claro y ameno.	8		
	Vocabulario bastante adecuado al contexto del receptor y/o muy poca ambigüedad por imprecisiones	4		
	Vocabulario relativamente adecuado al contexto del receptor y/o algo de ambigüedad por imprecisión	2		
	Vocabulario relativamente adecuado al contexto del receptor y/o algo de ambigüedad por imprecisión	1		
Argumentación	Se presentan fuentes confiables, pertinentes y relacionadas con las ideas sustentando el discurso de manera contundente.	8		
	Se presentan fuentes confiables, y en su mayoría pertinentes y relacionadas adecuadamente con las ideas.	4		
	Ocasionalmente se asocian las fuentes con las ideas, o presenta algunas fuentes no confiables y/o pertinentes al tema.	2		
	No presenta fuentes para sustentar sus ideas secundarias o sus argumentos o dichas fuentes no son confiables	1		
Dicción	Pronunciación, volumen y entonación permiten comprensión clara y amena	8		
	Pronunciación y volumen permiten comprender claramente aunque entonación puede ser monótona	4		
	Se comprende parcialmente por la mala pronunciación y/o el bajo volumen y/o la entonación monótona	2		
	No se comprende por la mala pronunciación y/o el bajo volumen y/o la entonación monótona	1		

Contacto visual	Más del 75% del tiempo mira al público a los ojos	8		
	Entre el 50% y el 75% del tiempo mira al público a los ojos	4		
	Entre el 25% y el 50% del tiempo mira al público a los ojos	2		
	Menos del 25% del tiempo mira al público a los ojos	1		
Postura y confianza	Natural, dinámico y apasionado	8		
	Buena postura y algo expresivo pero un poco apático	4		
	Postura aceptable pero sin expresividad o con algo de inseguridad	2		
	Rígido e inexpressivo o inseguro y desmotivado	1		
	SUBT	0		
NOTA FINAL EXAMEN ORAL			0,00	0,00