

Rúbrica de evaluación de un plan de relaciones públicas

| Criterios | 4 | 3 | 2 | 1 |
|--|--|---|---|---|
| 1. El establecimiento de las metas del plan tiene relación con el enunciado de la misión de la empresa. | | | | |
| 2. El estudiante toma en consideración la situación real y actual de la empresa para diseñar los pasos. | | | | |
| 3. El estudiante incluye un plan para determinar las amenazas y oportunidades para el alcance de las metas establecidas. | | | | |
| 4. El trabajo demuestra la investigación y elección óptima y estructurada de las audiencias meta. | | | | |
| 5. El tema del programa o campaña es efectivo y facilita el éxito de la planeación. | | | | |
| 6. La preparación de los objetivos del plan tienen relación con la meta de la organización, orientan hacia la mejora y son claros, específicos, mensurables y alcanzables. | | | | |
| 7. El estudiante demuestra crear estrategias idóneas para el alcance de los objetivos. | | | | |
| 8. La creación de materiales informativos tienen una relación intrínseca con los objetivos y las estrategias. | | | | |
| 9. El plan incluye un proceso de evaluación formativa y sumativa para medir el impacto de la campaña. | | | | |
| 10. El presupuesto propuesto evidencia la proyección de los costos para el tiempo de duración de la campaña. | | | | |
| 11. El calendario de actividades indica el tiempo estimado de duración de cada proceso de forma organizada. | | | | |
| 12. El plan detalla los recursos humanos necesarios para el alcance de los objetivos. | | | | |
| 13. El plan evidencia el uso de la retroalimentación dada por el docente y los compañeros. | | | | |
| 14. El uso de las estructuras gramaticales, puntuación y vocabulario es adecuado y preciso. | | | | |
| 15. El proyecto es presentado de forma nítida, limpia y ordenada. | | | | |
| Total | El puntaje se calcula con base en 60 puntos. Ningún trabajo se aprueba con valoraciones de 1 en ninguno de los aspectos. | | | |