

RÚBRICA DE EVALUACIÓN FINAL PRACTICUM II

Capítulo y subíndice		Rubro	PUNTOS	
			Criterios de evaluación	
CAPÍTULO 1. ANTEPROYECTO	¿Cuál es la situación?, ¿Cuál es el problema?, ¿Cuál es el objeto de estudio?, ¿Cuál es la finalidad la investigación?	1.1. TEMA	1) Delimita el tema del proyecto en máximo tres párrafos. 2) Establece la relación entre la investigación y el proyecto de negocio. 3) Menciona las variables del estudio y la relación entre ellas.	
		1.2. TÍTULO	Redacta el título del proyecto de investigación que sustenta el proyecto con el siguiente formato: "Descripción del proyecto. El caso de: Nombre propio del proyecto".	
		1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1) Describe en al menos una cuartilla el problema del cuál se desprende la pregunta de investigación y/o la idea de negocio. 2) Muestra evidencias, a través de datos objetivos de la industria, la existencia de dicho problema y 3) Concluye en el último párrafo con el enunciado específico del problema de investigación.	
		1.4. JUSTIFICACIÓN	1) Explica por qué es necesario y relevante llevar a cabo la investigación, 2) cuáles son los beneficios que se derivarán de la misma justificándola socialmente, mercadológicamente y/o teóricamente e 3) Integra datos estadísticos (de mercado, económicos, de consumo, etc.) que sustenten la justificación.	
		1.5. OBJETIVOS DE NEGOCIO	1) Plantea objetivos de negocio: originales, viables y medibles. 2) Redacta un objetivo general: Debe contener la meta principal de negocio. 3) Redacta al menos 3 objetivos específicos: Metas secundarias pero relevantes que el negocio cubrirá. Nota: Redactar siempre iniciando con un verbo en infinitivo.	
		1.6. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN	1) Plantea objetivos de investigación: originales, viables y medibles. 2) Redacta un objetivo general: Debe contener la meta principal de la investigación. 3) Redacta al menos 3 objetivos específicos: Metas secundarias pero relevantes para la investigación. Nota: Redactar siempre iniciando con un verbo en infinitivo.	
		1.7. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	1) Menciona, justifica y explica en que consiste el tipo de metodología que utilizarás (cuantitativa, cualitativa o mixta). 2) Menciona y justifica el alcance de tu investigación (exploratorio, descriptivo, correlacional o explicativo) y 3) Menciona y justifica el diseño (experimental: pre, cuasi o experimental puro; diseño no experimental: transversal, longitudinal o ex post facto).	
		1.8. DELIMITACIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO	1) Delimita las zonas geográficas específicas y 2) Las personas con quienes realizará la investigación.	
		1.9. VARIABLES	Menciona y define TODAS las variables implicadas en la investigación.	
		1.10. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	1) Plantea preguntas originales y viables que guíen el proceso de investigación y que estén en correspondencia con los objetivos de investigación. 2) Plantea una pregunta general de investigación y 3) al menos 3 preguntas específicas.	
		1.11. ACCIÓN ESTÁNDAR	Plantea el 100% de las acciones objetivas y estandarizadas para obtener los datos de la investigación.	
		1.12. MÉTODO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	1) Menciona y 2) describe la técnica o técnicas que utilizarás (entrevista, focus group, estudio etnográfico, análisis del discurso, encuesta, etc.). 3) Especifica que técnicas son cuantitativas y cuales son cualitativas.	
		1.13. POBLACIÓN Y MUESTRA	1) Menciona y describe las características generales de la o las poblaciones. 2) Define las unidades de análisis. 3) Menciona y describe las técnicas de muestreo y las muestras del estudio.	
		1.14. TABLA DE TIEMPOS	Elabora el cronograma de la investigación, a través de un diagrama de Gantt, contemplando las actividades y tiempos a realizarlas durante los 3 semestres que durará el Practicum.	
MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL	¿Cuál es la teoría que lo argumenta?, ¿Cómo se relaciona con el proyecto?	2.1. MARCO TEÓRICO	Teorías desarrolladas	Identifica y desarrolla a profundidad (nombre de la teoría, autor(es), área de estudio científico a la que pertenece y postulados) 3 teorías relacionadas con el proyecto.
			Relevancia y pertinencia	Las teorías son relevantes y pertinentes para el proyecto.
			Coherencia narrativa	Las teorías están relacionadas entre sí y están clasificadas de acuerdo con su categoría de análisis.
	¿y/o enfoqueará el objeto	Deberás entregar este apartado con todos los puntos que señalaste	:PTUAL	Conceptos desarrollados
		Relevancia y pertinencia		Las variables y los conceptos relacionados son relevantes y pertinentes al proyecto.

CAPÍTULO 2. 	¿Cuál es la visión, el autor desde donde se interpretó de estudio?	en el primer capítulo sobre los conceptos que soportan tu tema de investigación. Nota: NO OLVIDES debes citar cada párrafo de acuerdo al formato APA.	2.2. MARCO CONCE	Coherencia narrativa	Los conceptos están relacionados entre sí de manera coherente y todos están clasificados de acuerdo a su categoría de análisis.
3. MARCO CONTEXTUAL	¿Cuál es la situación tanto nacional como internacional que rodea al objeto de investigación?	Deberás entregar este apartado con la investigación sobre el contexto nacional e internacional respecto de tu proyecto, es decir, el estado en que se encuentra la industria del entretenimiento y el segmento específico dentro del que se inserta tu idea de negocio. Debes apoyarte de datos estadísticos como los de la Encuesta de hábitos y consumo cultural de	3.1. Análisis del entorno general	Contexto general	Identifica y analiza el entorno (contexto), de los últimos 5 años, de la industria (30% de la extensión del texto) y del sector (70% de la extensión del texto) desarrollando todos los siguientes puntos: A) Estado actual, B) Potencial de crecimiento, C) Factores sociopolíticos y económicos relevantes, D) Tendencias y E) Proyecciones a futuro.
				Mercado meta	Identifica y analiza todos los mercados meta, desarrollando todos los siguientes puntos: A) Perfiles de cliente, B) Hábitos y preferencias (tendencias) de consumo, C) Potencial de crecimiento D) Proyecciones a futuro
			3.2. Análisis de la posición competitiva	Competencia directa e indirecta	Identifica y analiza la competencia directa e indirecta del proyecto.
			3.3. Análisis de la ventaja competitiva	Ventaja competitiva	Identifica y analiza la ventaja competitiva del proyecto.
4. MARCO METODOLÓGICO	¿Cuáles son los objetivos de la investigación? ¿Está alineada con los capítulos anteriores?	Aplicar la investigación de campo	4.1. Objetivos de investigación	1) Establece los objetivos de investigación de acuerdo con la taxonomía de Bloom. 2) Establece la relación entre el planteamiento del problema y la investigación. 3) Menciona la hipótesis y las variables así como la relación entre ambas.	
			4.2. Matriz de congruencia	Resume las etapas del proceso de investigación y establece una secuencia lógica, eliminando vaguedades en la realización del estudio	
			4.3. Metodología de investigación	Describe y argumenta la metodología de la investigación de acuerdo con las preguntas de investigación. Establece el alcance y diseño de investigación de acuerdo con los lineamientos de Sampieri.	
			4.4. Investigación cuantitativa	1) Desarrolla variables, universo, población y muestra de acuerdo con los objetivos de investigación y la hipótesis. 2) Desarrolla los instrumentos correspondientes alineados con los objetivos de la investigación y la hipótesis. 3) Redacta al menos 3 objetivos específicos.	
			4.5. Investigación cualitativa	1) Desarrolla variables, universo, población y muestra de acuerdo con los objetivos de investigación y la hipótesis. 2) Desarrolla los instrumentos correspondientes alineados con los objetivos de la investigación y la hipótesis. 3) Redacta al menos 3 objetivos específicos.	
			4.6. Resultados e interpretación	1) Realiza una interpretación congruente y bien argumentada de cada resultado obtenido. 2) Realiza el cruce de variables. 3) Establece la relevancia de los hallazgos encontrados.	
			4.7. Conclusiones de la investigación.	1) Menciona si su hipótesis de investigación se aceptó o rechazó. 2) Plantea al menos 5 conclusiones relevantes de su investigación. 3) Desarrolla la discusión de cada una de sus 5 conclusiones.	
5. ANÁLISIS MATRICIAL				1) Elabora una tabla de contingencia colocando en las columnas los objetivos de investigación y en los renglones los objetivos de negocio. 2) Menciona como cada objetivo de investigación aporta algo para a cada objetivo de negocio. 3)	
6. ANÁLISIS SITUACIONAL FODA				1) Elabora la matriz situacional FODA de acuerdo a los criterios correspondientes. 2) Desarrolla al menos 5 puntos para cada uno de los 4 componentes (Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas). 3) Plantea al menos 2 estrategias de cada uno de los 4 tipos (Adaptativas, defensivas, ofensiva y de supervivencia).	
7. RECOMENDACIONES PARA LA ACCIÓN				1) Plantea al menos 3 recomendaciones respecto de su ventaja competitiva. 2) Plantea al menos 3 recomendaciones respecto a su producto o servicio. 3) Plantea al menos 3 recomendaciones respecto de su cadena de valor.	