

Rúbrica de evaluación de aprendizajes

Gestión de proyectos en Industrias Creativas · CRAC! comunicación creativa · Modalidad virtual
· 134 horas

1. Cómo se usa esta rúbrica

La evaluación se basa en evidencias de desempeño que cada participante produce sobre su proyecto cultural o creativo propio. Cada módulo y componente tiene una evidencia principal y un instrumento de evaluación: rúbrica analítica o lista de cotejo.

Niveles. Cada criterio se valora en tres niveles: Logrado, En proceso y No logrado.

Criterios clave. Los criterios marcados como "clave" expresan directamente el criterio de desempeño definido en el Perfil de curso de INEFOP. Para aprobar una evidencia, los criterios clave deben estar en Logrado y el resto en Logrado o En proceso.

Aprobación del curso.

- Asistencia mínima del 80% a los encuentros sincrónicos (las inasistencias se compensan según la estrategia de recuperación).
- Todas las evidencias principales aprobadas según la regla anterior.
- Proyecto integrador final del Módulo 5 presentado y aprobado.

Uso con participantes. La rúbrica se comparte desde el inicio de cada módulo. Antes de cada entrega, la persona se autoevalúa con ella; la docente la usa para la devolución escrita, en un plazo de 7 días, con el nivel alcanzado por criterio y sugerencias concretas.

Recuperación. Una evidencia que no alcanza el nivel se puede rehacer una vez, en los 7 días siguientes a la devolución, con tutoría individual por Zoom.

2. Componente específico

Módulo 1 · Desarrollo profesional en industrias creativas (16 hs)

Evidencia: hoja de ruta profesional y perfil con propuesta de valor. **Instrumento:** rúbrica analítica.

Criterio	Logrado	En proceso	No logrado
Planificación estratégica (clave) UD 1.1	Presenta metas profesionales y una hoja de ruta clara, contextualizada en el sector y viable en plazos y recursos.	Presenta metas y acciones, pero generales, poco conectadas con su contexto o sin plazos realistas.	No presenta hoja de ruta o se limita a enunciar deseos.
Perfil profesional (clave) UD 1.2	Construye su perfil y propuesta de valor a partir de fortalezas y oportunidades identificadas en el diagnóstico.	Presenta un perfil, pero la propuesta de valor no se apoya en sus fortalezas o es genérica.	No define perfil ni propuesta de valor.
Presentación profesional	Comunica su perfil de forma clara y breve, adaptada a un interlocutor del sector.	Comunica su perfil con desorden o sin adaptarlo al interlocutor.	No presenta su perfil.

Módulo 2 · Marco legal y fiscal para las industrias creativas (18 hs)

Evidencia: propuesta legal y tributaria para el proyecto propio, con comparación de escenarios.

Instrumento: lista de cotejo. Para aprobar, los ítems clave deben estar cumplidos.

Ítem	Cumple	No cumple
Identifica una forma jurídica adecuada (clave) a su actividad y la fundamenta (UD 2.1).		
Identifica las obligaciones laborales, de seguridad social y contractuales que aplican a su proyecto.		
Compara al menos dos escenarios tributarios (clave) (por ejemplo, monotributo y empresa unipersonal) con sus costos (UD 2.2).		
Identifica beneficios fiscales o regímenes aplicables al sector, si los hay.		
Describe cómo emitirá su facturación y qué herramienta de gestión usará.		

Módulo 3 · Comunicación y promoción cultural (25 hs)

Evidencias: tres entregas. **Instrumento:** rúbrica analítica por entrega, con 10 criterios.

Entrega 1 · Ficha de públicos, identidad y estrategia (UD 3.1)

Criterio	Logrado	En proceso	No logrado
Segmentación (clave)	Define 2 o 3 segmentos concretos, apoyados en la mini investigación.	Define segmentos, pero generales o sin datos.	No distingue públicos.
Identidad (clave)	Propósito, tono y elementos visuales claros y coherentes entre sí.	Están, pero con contradicciones o vacíos.	No define identidad.
Estrategia de difusión (clave)	Cada público tiene un mensaje y un canal adecuados.	Hay canales, pero sin relación clara con públicos o mensajes.	No hay estrategia.

Entrega 2 · Reporte de la acción digital (UD 3.2)

Criterio	Logrado	En proceso	No logrado
Ejecución (clave)	Ejecutó una acción real, con objetivo, indicador e hipótesis definidos antes.	Ejecutó la acción, sin objetivo o indicador previo.	No ejecutó la acción.
Medición (clave)	Presenta datos verificables del indicador elegido.	Presenta datos incompletos o no vinculados al indicador.	No presenta datos.
Análisis	Lee los resultados contra el objetivo y extrae conclusiones para próximas acciones.	Describe resultados con análisis escaso.	No analiza.
Uso de IA	Declara si usó IA, para qué y cómo lo informó a su público.	Menciona el uso sin detallar.	No lo aborda habiendo usado IA.

Entrega 3 · Pieza comunicativa y plan de comunicación integrado (UD 3.3)

Criterio	Logrado	En proceso	No logrado
Relato y lenguaje (clave)	La pieza cuenta una historia con identidad y decisiones conscientes.	La pieza comunica, pero sin relato claro.	La pieza no se relaciona con el proyecto.
Coherencia del plan (clave)	Objetivos, públicos, canales, calendario e indicadores se sostienen entre sí.	Están todos, con algunas inconsistencias.	Faltan componentes.
Criterios de uso de IA	Toma posición sobre qué usar, cómo declararlo y qué no delegar, fundamentada en al menos dos aspectos éticos.	Menciona la IA sin fundamentar.	No aborda el tema.

Módulo 4 · Sostenibilidad económica de proyectos culturales (20 hs)

Evidencia: simulación de solicitud de fondos con presupuesto, y modelo de circulación o monetización de la obra. **Instrumento:** rúbrica analítica.

Criterio	Logrado	En proceso	No logrado
Fuentes de financiamiento UD 4.1	Identifica fuentes públicas y privadas pertinentes a su proyecto (fondos, patrocinio, mecenazgo) y elige una justificando por qué.	Menciona fuentes, pero no evalúa su pertinencia.	No identifica fuentes.
Presupuesto fundamentado (clave) UD 4.1	Presenta un presupuesto completo, con rubros, cantidades y costos justificados y coherentes con las actividades.	El presupuesto tiene rubros incompletos o montos sin justificar.	No presenta presupuesto.
Derechos identificados (clave) UD 4.2	Identifica correctamente los derechos que protegen su producción y propone formas de registro y uso, incluida la licencia elegida.	Identifica derechos con errores o sin proponer registro ni licencia.	No identifica derechos.
Modelo de monetización UD 4.2	Plantea un modelo simple y viable de explotación comercial o circulación de su obra, adecuado a su contexto.	Plantea un modelo poco viable o desconectado de su obra.	No plantea modelo.

Módulo 5 · Organización y gestión de proyectos creativos (25 hs)

Evidencia: proyecto integrador final (hoja de ruta, cronograma, presupuesto e indicadores), en portafolio, y presentación ante el grupo y una persona referente del sector. **Instrumento:** rúbrica analítica del portafolio y de la presentación.

Criterio	Logrado	En proceso	No logrado
Hoja de ruta participativa (clave) UD 5.1	Desarrolla una hoja de ruta con herramientas de organización colaborativa (tablero, cronograma, responsables).	Presenta una hoja de ruta incompleta o sin herramientas de seguimiento.	No presenta hoja de ruta.
Cronograma y presupuesto (clave)	Cronograma y presupuesto realistas, coherentes entre	Presenta ambos, con inconsistencias de plazos o costos.	Falta alguno de los dos.

Criterio	Logrado	En proceso	No logrado
UD 5.2	sí y con los objetivos del proyecto.		
Evaluación de impacto (clave) UD 5.3	Define indicadores pertinentes y un método para medirlos, y analiza resultados o avances.	Define indicadores poco pertinentes o sin método.	No define cómo evaluar.
Integración	El portafolio integra los productos de los módulos 1 a 4 de forma coherente.	Integra algunos productos, sin hilo común.	No integra lo trabajado.
Presentación	Presenta el proyecto de forma clara y fundamentada, y responde preguntas del grupo y de la persona referente.	Presenta con desorden o sin fundamentar decisiones.	No presenta.

3. Componentes complementarios

Temáticas transversales (15 hs)

Evidencia: análisis de una situación del proyecto propio a la luz de cada eje. **Instrumento:** lista de cotejo de participación y reflexión escrita, por jornada.

Ítem	Cumple	No cumple
Participa en la jornada (sincrónica o, si faltó, con la actividad compensatoria).		
Identifica una situación concreta de su proyecto vinculada al eje de la jornada.		
Propone al menos una acción o cambio para su proyecto a partir del eje.		

Ejes: género en el trabajo cultural; diversidad e inclusión; accesibilidad cultural; producción cultural sostenible; salud y seguridad en la producción cultural.

Proyecto ocupacional (15 hs)

Evidencia: plan de acción ocupacional a seis meses. **Instrumento:** lista de cotejo de las actividades de las jornadas 1 a 4 y rúbrica del plan.

Criterio	Logrado	En proceso	No logrado
Objetivos realistas (clave)	Define objetivos ocupacionales concretos y alcanzables en seis meses, vinculados a su trayectoria.	Define objetivos generales o poco realistas.	No define objetivos.
Acciones concretas (clave)	Propone acciones específicas: canales, convocatorias, documentos y contactos.	Propone acciones vagas.	No propone acciones.
Plazos y recursos	Asigna plazos y recursos a cada acción.	Asigna plazos o recursos solo a algunas acciones.	No asigna plazos ni recursos.

Criterio	Logrado	En proceso	No logrado
Documentos profesionales	Presenta CV, portafolio o perfil en línea actualizados para el sector.	Los presenta incompletos.	No los presenta.

4. Competencias transversales (nivel 2)

Las tres competencias clave del Perfil de curso se evalúan dentro de las evidencias de los módulos, con las conductas que el Glosario de competencias transversales de INEFOP describe para el nivel 2. El nivel alcanzado se registra y se comunica en la devolución escrita.

Competencia	Conducta del nivel 2	Dónde se observa	Logrado	En proceso
Pensamiento crítico	Formula hipótesis, elabora un marco de referencia y genera una síntesis de la información, con apertura a opiniones de terceros.	Entregas 2 y 3 del Módulo 3; comparación de escenarios (M2) y fuentes (M4); evaluación de impacto (M5).	Formula hipótesis, las contrasta con datos y fundamenta decisiones incorporando devoluciones.	Describe sin contrastar, o no incorpora otras opiniones.
Creatividad e innovación	Identifica oportunidades de mejora y participa en la concreción de soluciones innovadoras, con uso flexible de herramientas tecnológicas.	Propuesta de valor (M1), pieza comunicativa (M3), modelo de monetización (M4).	Propone soluciones propias y viables para su proyecto, con recursos disponibles.	Reproduce soluciones conocidas sin adaptarlas.
Comunicación	Identifica los aspectos centrales del mensaje sin sacar conjeturas y expresa sus opiniones y sugerencias con respeto.	Presentaciones orales, devoluciones entre pares, reportes y postulaciones.	Comunica con claridad, adapta el mensaje y da devoluciones respetuosas y útiles.	Comunica con desorden o sin adaptar el mensaje.

Detalle de pensamiento crítico (competencia desarrollada en profundidad):

Conducta	Evidencia	Indicador observable
Formula hipótesis	Entrega 2 · reporte de la acción digital	Define antes de la acción qué resultado espera y por qué.
Elabora un marco de referencia	Entrega 1 y actividad de análisis de sesgos	Contrasta lo que supone de su público con datos y fuentes fiables.
Genera una síntesis	Entrega 3 · criterios de uso de IA	Integra al menos dos aspectos éticos en decisiones fundamentadas.
Apertura a opiniones de terceros	Devoluciones entre pares (encuentros 5 y 8) y autoevaluación final	Incorpora observaciones recibidas y explica qué ajustó.