

Comunicació a la Xarxa

Lloc web per a la projecció professional: rúbrica d'avaluació

PONDERACIÓ	0-4	5-7	8-10	NOTA
Eficàcia i completesa de la pàgina inicial (15 %)				
	La pàgina inicial no aporta prou informació, no compleix les seves funcions o ho fa de manera molt deficient.	La pàgina inicial compleix la majoria de funcions que li són pròpies. Descuida aspectes adreçats a identificar i caracteritzar la marca o dificulta la resolució de tasques o consultes.	La pàgina inicial identifica el lloc, estableix la marca, el to i la personalitat del lloc, ajuda a entendre de què tracta el web, ajuda a resoldre tasques i consultes d'immediat, i encamina cada visitant adequadament.	
Adaptació del contingut a l'entorn del web (30%)				
1. Concisió (10%)	No s'hi evidencia un esforç per redactar els continguts amb concisió. La redacció és massa extensa, té frases massa llargues o paràgrafs massa grans. El mateix contingut es podria expressar amb la meitat de paraules. O bé el contingut és tan escàs que omet informació rellevant.	Els continguts estan redactats amb una relativa concisió. S'hi esmenten detalls que no són necessaris per als públics objectius o bé els continguts es podrien condensar en menys paraules sense ometre aspectes essencials.	Els textos són concisos, van al gra i permeten trobar la informació rellevant de seguida.	
2. Objectivitat (10%)	El contingut inclou afirmacions subjectives o exagerades en abundància. El contingut és poc creïble.	Hi ha algunes valoracions subjectives que poden posar en dubte la credibilitat del contingut.	El contingut se centra en dades i fets objectius, i evita les valoracions subjectives.	
3. Explorabilitat (10%)	Els textos manquen d'elements que faciliten l'exploració visual del text. A les seccions més desenvolupades no s'hi aplica l'enfocament de la piràmide invertida. Cal llegir tot el contingut per copsar el sentit del text.	Hi ha elements suficients per facilitar l'exploració del text, tot i que el contingut es podria fer encara més fàcil d'assimilar visualment.	Els continguts es poden explorar fàcilment. S'hi aporten prou elements (negretes, llistes, taules, epígrafs descriptius, variacions tipogràfiques, gràfics, frases destacades, etc.) per agilitar la lectura. És fàcil fer-se una idea aproximada del contingut d'un cop d'ull.	

Comunicació a la Xarxa

Lloc web per a la projecció professional: rúbrica d'avaluació

Adaptació als públics objectius (20 %)				
	La redacció no té en compte les característiques i necessitats dels públic objectius.	S'ha tingut en compte el públic objectiu, tot i que es podria fer un esforç major per afinar-hi l'estructura, el to o el vocabulari dels missatges, o per millorar la connexió amb les necessitats dels usuaris.	La redacció s'adreça correctament als públics objectius, amb una estructura, un to i un vocabulari adequats, i connecta de manera encertada amb les necessitats dels usuaris.	
Presentació atractiva de la marca (15 %)				
	La marca es presenta, en general, de forma poc atractiva. La redacció no és gens persuasiva ni permet copsar les bondats de la marca.	La marca es presenta de forma correcta, tot i que s'hi troba a faltar un esforç addicional per caracteritzar-la i destacar-ne les virtuts.	La presentació és visualment atractiva i llegible. Els missatges són clars, curts i directes, i destaquen amb encert les virtuts de la marca.	
Diferenciació de l'oferta (20%)				
	Els continguts no evidencien cap factor diferencial o destaquen trets que no diferencien pas l'oferta. No s'hi ofereix res que es pugui considerar únic.	S'ha fet un esforç per definir una proposta de valor, però és poc diferenciada i no en garanteix un bon posicionament.	S'hi presenta una proposta de valor que configura una oferta adequada i diferenciada, ofereix un producte/servei amb un tret funcional, de servei o de procés únic, amb un clar potencial posicionador.	