

Criterios	No entregado (0)	Insuficiente (1-3)	Bueno (4-6)	Muy bueno (7-8)	Excelente (9-10)
Diseño y originalidad	No realizado	El anuncio es básico en elementos y poco novedoso.	El anuncio muestra cierta riqueza creativa y dedicación en su diseño.	El anuncio es creativo, original, vistoso y cuidado en su diseño.	El anuncio es un ejemplo de creatividad, resulta persuasivo y de calidad.
Calidad del eslogan	No realizado	El eslogan no cumple con las características de brevedad e impacto.	El eslogan es correcto, breve y está bien construido.	El eslogan es directo e inequívoco y sintetiza el mensaje del anuncio.	El eslogan es creativo, impactante, directo, persuasivo y con riqueza estilística.
Recursos comunicativos	No realizado	El producto entregado es pobre en recursos y tiene escasez en elementos comunicativos.	El producto aprovecha satisfactoriamente las opciones comunicativas que ofrece el formato.	El producto muestra riqueza comunicativa propiciada por la variedad de los recursos utilizados.	El producto utiliza numerosos recursos comunicativos de manera creativa, artística y eficaz.
Unidad del producto	No realizado	El anuncio es inconexo y no presenta unidad en sus elementos.	El anuncio es coherente de manera global y sus partes forman parte de un discurso común.	El anuncio forja un mensaje claro e inequívoco a partir de todos sus elementos comunicativos.	El anuncio está perfectamente cohesionado y todos sus elementos conforman un mensaje unitario, coherente y persuasivo.
Verosimilitud	No realizado	El anuncio es inadecuado y pobre.	El anuncio es adecuado y resulta verosímil.	El anuncio muestra adecuación y calidad en su creación e interpretación.	El anuncio muestra eficacia comunicativa, adecuación y verosimilitud debido al cuidado y exigencia en su creación e interpretación.
Corrección	No realizado	El anuncio muestra fallos de ortografía, errores gramaticales o de redacción.	El anuncio no muestra errores ortográficos ni lingüísticos.	El anuncio muestra rigor ortográfico, corrección lingüística y cuidada redacción.	El anuncio además de un riguroso cuidado ortográfico muestra ingenio y riqueza lingüística.
Necesidad del objetivo	No realizado	El propósito es manido y muestra falta de análisis en las necesidades de igualdad del centro.	El objetivo del anuncio apunta a una carencia en igualdad de nuestro entorno.	El propósito del anuncio cumple con alguna de las necesidades en materia de igualdad del centro.	El objetivo es necesario, urgente, llama a la acción y consigue sensibilizar en términos de igualdad.

