# CASO PRÁCTICO 1

**LENGUAJES DE MARCAS CARACTERÍSTICAS Y ÁMBITOS**

## Contexto

Pasta con salsa de tomate

Descripción generada automáticamente

Eres candidato a un puesto de trabajo como desarrollador de páginas web en una pequeña empresa de nueva creación, y ante la falta de información que todavía manejan están interesados en conocer los distintos lenguajes de marcas que existen en el mercado.

De igual modo necesitan saber qué características son más destacables en cada uno de ellos, así como lo ámbitos en los que se recomiendan los distintos tipos de lenguaje de marcas.

## Cuestiones a resolver

Deberás realizar un resumen de los distintos tipos de lenguajes de marcas que existen con sus características y ventajas, así como los ámbitos de aplicación.

## Recursos

Se deberá consultar el contenido de la unidad, internet, libros, revistas y utilizar medios informáticos para la presentación del caso práctico (Word, Power-Point…)

## Objetivos

Identificar y clasificar los lenguajes de marcas relacionados con la Web y sus diferentes versiones.

Destacar las diferentes características de los lenguajes de marcas, especificando sus ámbitos de aplicación.

## Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

Reconoce las características de lenguajes de marcas analizando e interpretando fragmentos de código.

* Se han identificado las características generales de los lenguajes de marcas.
* Se han reconocido las ventajas que proporcionan en el tratamiento de la información.
* Se han clasificado los lenguajes de marcas e identificado los más relevantes.
* Se han diferenciado sus ámbitos de aplicación.
* Se han reconocido la necesidad y los ámbitos específicos de aplicación de un lenguaje de marcas de propósito general.
* Se han analizado las características propias de diferentes lenguajes de marcas.

# RUBRICA

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| CRITERIOS | Excelente | Notable | Satisfactorio | Insuficiente |
| Identificación de los lenguajes de marcas  30% | Presenta una identificación y descripción detallada de los lenguajes de marcas existentes y sus diferentes versiones. Aplica conocimientos teóricos de modo excelente. | Identifica y describe los lenguajes de marcas existentes y sus diferentes versiones. Aplica conocimientos teóricos de manera adecuada. | Identifica los lenguajes de marcas pero la descripción y diferenciación entre ellos es vaga o insuficiente. La aplicación de conocimientos teóricos es limitada. | No identifica correctamente los lenguajes de marcas o hace descripciones equivocadas. No aplica conocimientos teóricos de forma adecuada. |
|  | 3.0 puntos | 2.25 puntos | 1.5 punto | 0 puntos |
| Características y ámbitos de aplicación de los lenguajes de marcas  30% | Destaca las características de los lenguajes de marcas de manera detallada y precisa. Identifica de forma correcta los ámbitos de aplicación para cada uno de los lenguajes de marcas. | Destaca las características de los lenguajes de marcas, aunque sin profundizar demasiado. Identifica los ámbitos de aplicación de forma adecuada pero sin detalle. | Menciona algunas características de los lenguajes de marcas, pero contiene errores o imprecisiones. La identificación de los ámbitos de aplicación es inadecuada o incompleta. | No destaca las características de los lenguajes de marcas de forma correcta. No identifica los ámbitos de aplicación de forma adecuada. |
|  | 3.0 puntos | 2.25 puntos | 1.5 punto | 0 puntos |
| Tratamiento de la información y ventajas de usar lenguajes de marcas  20% | Demuestra una comprensión profunda del tratamiento de la información y las ventajas de utilizar los lenguajes de marcas. Desarrolla el contenido con un excelente nivel de análisis. | Demuestra una adecuada comprensión del tratamiento de la información y las ventajas de utilizar lenguajes de marcas. Desarrolla el contenido con un nivel de análisis adecuado. | Muestra una comprensión básica del tratamiento de la información y las ventajas de utilizar lenguajes de marcas. El análisis es superficial o contiene imprecisiones. | No muestra una comprensión adecuada del tratamiento de la información y las ventajas de utilizar lenguajes de marcas. Falta de análisis o contenido incorrecto. |
|  | 2.0 puntos | 1.5 puntos | 1.0 punto | 0 puntos |
| Presentación, redacción y ortografía  10% | Presenta un discurso ordenado y comprensible, profundizando en todos los conceptos. Además, no se aprecian errores de gramática, ortografía o puntuación. | Presenta un discurso ordenado y comprensible, pero aparecen algunos errores de gramática, ortografía o puntuación. | Presenta un discurso comprensible, aunque algo desordenado y sin profundizar en conceptos e ideas y/o se observan varios errores ortográficos, de gramática o de puntuación. | Presenta un discurso desordenado que dificulta la comprensión de los conceptos e ideas que se exponen y/o aparecen numerosos errores gramaticales, de ortografía o puntuación. |
|  | 1 punto | 0.75 puntos | 0.5 puntos | 0 puntos |
| Uso de recursos adicionales y creatividad  10% | Responde con gran originalidad, expresando ideas creativas e ingeniosas. Utiliza numerosas fuentes de información relevantes, fiables y actualizadas. Aporta imágenes, gráficos y recursos que clarifican la respuesta. | Muestra cierta originalidad en su respuesta. Utiliza diversas fuentes de información, aunque no todas son relevantes. Aporta alguna imagen, gráfico o recurso adicional. | Utiliza alguna fuente de información. Hace uso de cita de ideas de autores, pero no se aportan ideas y puntos de vista originales propios. | No hace uso de fuentes fiables ni añade recursos o se utilizan ideas de otros autores sin citar. |
|  | 1 punto | 0.75 puntos | 0.5 puntos | 0 puntos |