



Guía Docente

Workshop Locución para Video Marketing

Datos del Workshop	TIPO	ECTS	SEMESTRE	PRESENCIAL	IDIOMA	CURSO
	OP	2	Consultar programación	100%	Catalán / Castellano	2024-25

Los *workshops* son actividades formativas que el estudiante puede escoger entre una amplia oferta presentada por la Escuela cada curso académico. Su metodología es eminentemente **práctica** y se organizan en **grupos reducidos**.

Esta guía docente es susceptible de ser modificada por causa de fuerza mayor o sobrevenida.

Descriptor

En la actualidad, el video marketing se ha convertido en una herramienta esencial para promocionar productos, servicios y marcas en internet. Para que un video tenga éxito en este ámbito, es fundamental que no solo tenga una buena calidad de imagen, sino también de sonido. En este *workshop* aprenderás las técnicas y habilidades necesarias para mejorar tu locución en los videos de marketing, desde la importancia de la entonación y la dicción hasta la utilización adecuada de la voz y los silencios. También cómo adaptar tu voz al estilo y tono de cada video.

Contenido

Tema 1: Técnicas de locución para video marketing.
En esta sección, se enseñarán técnicas de locución específicas para video marketing, incluyendo la importancia de la entonación, ritmo y tono de voz en la comunicación de mensajes efectivos. Se pueden mostrar ejemplos de diferentes tipos de videos de marketing y cómo utilizar la locución para reforzar su mensaje.

Tema 2: Adaptación de la locución al producto o servicio.
En esta sección, se enseñará cómo adaptar la locución al producto o servicio que se quiere promocionar. Se trabaja en el lenguaje utilizado en el guion y cómo ajustar la entonación y el tono de voz para adaptar a las características del producto o servicio.

Recursos Adicionales

Surface u ordenador portátil en el que el/la estudiante deberá instalar Adobe Audition.

EVALUACIÓN

- La evaluación es el proceso mediante el cual se calibra el resultado del aprendizaje del/de la estudiante.
- La puntuación mínima para superar cualquier *workshop* es un 5,00. Solamente los *workshops* superados son susceptibles de reconocimiento.
- Cualquier tipo de trabajo alternativo no tendrá efecto sobre la evaluación.

Para el adecuado desarrollo de la evaluación, **el/la estudiante**

SE COMPROMETE:

- **A la lectura, comprensión y estudio de la totalidad del material facilitado.**
- **A la autoría de sus trabajos y ejercicios.**



Se aplicarán programas de prevención de plagio. La detección de esta infracción en un 20% o más del material comportará una calificación final de **cero** y puede dar paso a actuaciones disciplinarias por parte de la Escuela.

- **A la corrección ortográfica, sintáctica y léxica del material presentado.** Estos elementos forman parte intrínseca de la evaluación.
- **A elaborar los contenidos de acuerdo con los criterios establecidos por el centro y/o el profesorado para cada uno de los elementos de evaluación.**
- **A realizar toda entrega dentro del plazo establecido y exclusivamente a través de Moodle.**
- **A comunicarse con el/la docente exclusivamente:**
 - **Vía Moodle.**
 - **Personalmente en el aula.**

EVALUACIÓN CONTINUADA

Considerando la naturaleza eminentemente práctica y el aprendizaje gradual propio de las actividades realizadas en los *Workshops*, **no** se contemplan **ni la modalidad de evaluación única ni tampoco la reevaluación.**

ELEMENTOS DE EVALUACIÓN	DESCRIPCIÓN	VALOR PONDERADO
Clases magistrales (obligatorias)	Asistencia con participación pertinente y significativa como mínimo en el 80% de las sesiones. Para la calificación final, se realizará la media ponderada de los otros dos elementos EXCLUSIVAMENTE si se cumple este requisito.	Apto/ No apto
Actividad formativa individual (obligatoria)	Creación de un Mini-Infomercial: el/la estudiante deberá crear y presentar un mini-infomercial de 2 a 5 minutos para un producto o servicio, aplicando técnicas de locución y marketing aprendidas en clase. Se realizará en formato de <i>voiceover</i> o presentando y leyendo en un <i>teleprompter</i> . Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	70%
Actividad formativa colaborativa de un máximo de 5 estudiantes. (obligatoria)	Simulación de Campañas Multicanal en Redes Sociales. Cada equipo creará y entregará una campaña de <i>videomarketing</i> que incluya locuciones adaptadas para diferentes plataformas de redes sociales: Instagram, Facebook, TikTok y YouTube. Es fundamental adaptar el tono y estilo de la locución para que se ajuste a las características y audiencia específica de cada plataforma. Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	30%

Bibliografía

Stockman Steve, 2018, Cómo hacer vídeos que valgan la pena, (Anaya Multimedia).



ESCOLA SUPERIOR DE
RELACIONS PÚBLIQUES

centre
adscriu



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

Klaric Jürgen, 2014, Vende a la mente no a la gente, (división Editorial).

Chun Tao Cheng Stephen, 1993, El tao de la voz, la vía de la expresión verbal. (Gaia).

Mc Callion Michael, 1998, El libro de la voz (Urano).