



## Guía Docente

**Workshop** Locución para Video Marketing

Datos del Workshop	TIPO	ECTS	SEMESTRE	PRESENCIAL	IDIOMA	CURSO
	OP	2	Consultar programación	100%	Catalán / Castellano	2025-26

Los *workshops* son actividades formativas que el/la 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.

<b>Descriptor</b>	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 <i>workshop</i> 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.
<b>Contenido</b>	<p>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.</p> <p>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.</p>
<b>Recursos Adicionales</b>	Surface u ordenador portátil en el que el/la estudiante deberá instalar Adobe Audition.
<b>Sistema de Evaluación</b>	<p style="text-align: center;"><b>EVALUACIÓN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La evaluación es el proceso mediante el cual se calibra el resultado del aprendizaje del/de la estudiante.</li> <li>• La puntuación mínima para superar cualquier <i>workshop</i> es un 5,00. Solamente los <i>workshops</i> superados son susceptibles de reconocimiento.</li> <li>• Cualquier tipo de trabajo alternativo no tendrá efecto sobre la evaluación.</li> </ul> <p>Para el adecuado desarrollo de la evaluación, <b>el/la estudiante</b></p> <p style="text-align: center;"><b>SE COMPROMETE:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>A la lectura, comprensión y estudio de la totalidad del material facilitado.</b></li> <li>• <b>A la autoría de sus trabajos y ejercicios.</b></li> </ul>



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.

El/la docente tiene potestad para requerir al alumnado la defensa oral de cualquier elemento de evaluación para superarlo (por ejemplo, en caso de sospecha de uso indebido de la IA).

- **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 <b>mínimo</b> en el 80% de las sesiones. Las faltas de asistencia no son susceptibles de ser justificadas. 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	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 <b>máximo de 5</b> estudiantes.	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: <i>Instagram</i> , <i>Facebook</i> , <i>TikTok</i> y <i>YouTube</i> . 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%



ESCOLA SUPERIOR DE  
RELACIONS PÚBLIQUES

centre  
adscriu



UNIVERSITAT DE  
BARCELONA

## Bibliografia

Chun Tao Cheng Stephen, 1993, El tao de la voz, la vía de la expresión verbal. ( Gaia ).  
Klaric Jürgen, 2014, Vende a la mente no a la gente, ( división Editorial ).  
Mc Callion Michael, 1998, El libro de la voz ( Urano ).  
Stockman Steve, 2018, Cómo hacer vídeos que valgan la pena, ( Anaya Multimedia ).