



## Guía Docente

**Workshop** Locución para Video Marketing

Datos del Workshop	TIPO	ECTS	SEMESTRE	PRESENCIAL	IDIOMA	CURSO
	OP	2	Consultar programación	100%	Catalán / Castellano	2026-27

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.

**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

**Sistema de 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.*

*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)	Es condición imprescindible para el correcto desarrollo de la actividad la asistencia a la <b>totalidad</b> de las sesiones y realizar aportaciones pertinentes y significativas.  En caso de incumplimiento, solo se contemplará la <b>excepcionalidad</b> de la norma para ausencias inferiores al 20% de las sesiones programadas.  Las faltas de asistencia no son susceptibles de ser justificadas.	Apto/ No apto*  * <i>No apto</i> implica la calificación 0,00 para este <i>workshop</i> .
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 máximo de 5 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	30%



		características y audiencia específica de cada plataforma. Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	
<b>Bibliografía</b>	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 ).		