

Creando Impacto: Proyecto de Video Publicitario en Inglés para Examen Oral

Ciencias de la Educación | Licenciatura en lenguas extranjeras | Aprendizaje Basado en Proyectos

Descripción

Este plan de clase está diseñado para estudiantes universitarios de la Licenciatura en Lenguas Extranjeras, enfocado en la producción de un video publicitario en inglés como examen oral. A través de una metodología activa basada en proyectos, los estudiantes aplicarán una teoría aprendida previamente para crear un producto audiovisual que requiere el uso de técnicas como color, música, narración efectiva, voz en off y variedad de planos. Este proyecto conecta el aprendizaje teórico con habilidades prácticas relevantes para el mundo profesional, fomentando la creatividad, el trabajo colaborativo y la competencia comunicativa en inglés. Al finalizar, los estudiantes no solo dominarán aspectos técnicos del video y la publicidad, sino que también mejorarán su fluidez oral y capacidad de persuasión, habilidades esenciales para su desarrollo académico y laboral en un contexto globalizado.

Objetivos de Aprendizaje

- Diseñar y planificar un video publicitario en inglés incorporando una teoría aprendida previamente.
- Crear un video de propaganda que incluya técnicas audiovisuales como uso de color, música, narración y voz en off.
- Aplicar variedad de planos en la grabación para enriquecer la calidad visual del video.
- Participar activamente en la producción del video, asegurando que al menos todos los integrantes del grupo aparezcan en pantalla.
- Evaluar y mejorar la producción audiovisual a través de la retroalimentación grupal y docente.

Recursos Necesarios

- Dispositivos móviles o cámaras para grabar video (mínimo 1 por grupo).
- Computadoras con software básico de edición de video (por ejemplo, iMovie, Windows Movie Maker, o aplicaciones móviles gratuitas).
- Acceso a internet para búsqueda de música libre de derechos y recursos visuales.
- Guías impresas o digitales de teorías publicitarias vistas en clase.
- Micrófonos o auriculares con micrófono para grabar voz en off (opcional).
- Proyector y equipo de sonido para presentaciones.
- Hojas y bolígrafos para planificación y guionización.

Requisitos Previos

- Conocimiento básico de teorías publicitarias previamente estudiadas en el curso.
- Habilidades básicas de comunicación oral en inglés.
- Experiencia previa en trabajo colaborativo en proyectos académicos.
- Familiaridad básica con el manejo de dispositivos digitales y programas de edición audiovisual simples.

Actividades

Fase de Inicio

Tiempo estimado:

10 minutos

Propósito de la sesión:

Docente: Explica que el objetivo de la sesión es crear un video publicitario en inglés como examen oral que refleje el aprendizaje de teorías publicitarias y habilidades audiovisuales para comunicar un mensaje persuasivo.

Estudiantes: Escuchan y reconocen la importancia de la actividad para su desarrollo profesional y académico.

Activación de conocimientos previos:

- **Docente:** Presenta un breve caso real de un anuncio publicitario exitoso, preguntando: "¿Qué teoría publicitaria creen que se aplicó en este anuncio? ¿Qué técnicas audiovisuales notan?"
- **Estudiantes:** Responden en inglés, discutiendo en parejas por 3 minutos y luego comparten ideas en plenaria.

Motivación y enganche:

Docente: Muestra un clip corto (30 segundos) de un video viral actual que utiliza técnicas visuales y sonoras impactantes, planteando el reto: "Ustedes crearán un video así, pero aplicando una teoría que hemos estudiado y usando técnicas audiovisuales que capten la atención del público."

Contextualización:

Docente: Relaciona el proyecto con posibles situaciones laborales donde la capacidad de crear y presentar mensajes publicitarios en inglés es clave, como en empresas multinacionales o agencias de publicidad.

Estudiantes: Reflexionan sobre la importancia de estas habilidades para su futuro profesional.

Fase de Desarrollo

Tiempo estimado:

40 minutos

Presentación del contenido:

Docente: Divide a la clase en grupos de 3-4 estudiantes y les entrega la guía con teorías publicitarias y técnicas audiovisuales básicas. Explica que cada grupo debe elegir una teoría para aplicarla en su video.

Actividad 1: Planificación del video

- **Objetivo:** Diseñar el concepto, guion y storyboard del video incorporando una teoría publicitaria.
- **Instrucciones:**
 - El grupo elige una teoría publicitaria.
 - Discuten y escriben un guion breve para un video mínimo de 1 minuto que transmita un mensaje publicitario en inglés.
 - Diseñan un storyboard sencillo indicando al menos 3 tipos de planos a utilizar.
 - Deciden roles para la grabación y narración.
- **Organización:** Grupos de 3-4 estudiantes.
- **Producto:** Guion y storyboard entregados al docente.
- **Tiempo:** 15 minutos.
- **Rol del docente:** Circula entre grupos, formula preguntas guía como "¿Cómo refleja su guion la teoría elegida?" o "¿Por qué eligieron estos planos?".

Actividad 2: Grabación del video

- **Objetivo:** Aplicar técnicas audiovisuales y habilidades orales en inglés para producir el video.
- **Instrucciones:**
 - Utilizan dispositivos para grabar las escenas según su storyboard.
 - Graban voz en off y narración clara en inglés.
 - Incorporan color, música y variedad de planos (mínimo 3) en la grabación.
 - Aseguran que todos los integrantes aparezcan al menos una vez en el video.
- **Organización:** Grupos de 3-4 estudiantes.
- **Producto:** Video grabado (sin editar aún).
- **Tiempo:** 15 minutos.
- **Rol del docente:** Apoya técnicamente, supervisa que se usen las técnicas indicadas, fomenta la comunicación en inglés durante la grabación.

Actividad 3: Edición rápida y preparación para presentación

- **Objetivo:** Editar el video para integrar música, voz en off y asegurar coherencia audiovisual.
- **Instrucciones:**
 - Usan software o aplicaciones para editar el video, añadiendo música libre de derechos y ajustando la narración.
 - Revisan que el video dure al menos 1 minuto y cumpla con los 5 puntos establecidos en el objetivo.

- Preparan una breve presentación oral para explicar la teoría aplicada y las decisiones audiovisuales.
- **Organización:** Grupos de 3-4 estudiantes.
- **Producto:** Video finalizado y presentación lista.
- **Tiempo:** 10 minutos.
- **Rol del docente:** Brinda apoyo técnico, hace preguntas para profundizar la reflexión, verifica cumplimiento de objetivos.

Diferenciación:

- **Para estudiantes que terminan antes:** Se les invita a crear subtítulos en inglés para su video o a preparar preguntas para la retroalimentación de otros grupos.
- **Para estudiantes que necesitan más apoyo:** El docente asigna un asistente o materiales adicionales para simplificar el guion o técnicas, y ofrece ejemplos visuales concretos.

Transición:

Docente: Anuncia la presentación de los videos y explica la importancia de la retroalimentación para mejorar su producto y habilidades orales.

Fase de Cierre

Tiempo estimado:

10 minutos

Síntesis:

- **Actividad:** Cada grupo presenta su video y explica brevemente en inglés la teoría aplicada y las técnicas audiovisuales utilizadas.
- **Producto:** Video mostrado y explicación oral en clase.

Reflexión metacognitiva:

- ¿Cómo aplicaron la teoría publicitaria para hacer su mensaje más persuasivo?
- ¿Qué técnicas audiovisuales ayudaron más a comunicar su mensaje y por qué?
- ¿Qué aprendieron sobre el trabajo en equipo y la comunicación oral en inglés durante este proyecto?

Retroalimentación:

Docente: Proporciona comentarios inmediatos destacando fortalezas y áreas de mejora en aspectos orales, técnicos y creativos. Invita a los estudiantes a autoevaluarse y a evaluar a sus compañeros.

Transferencia:

Docente: Relaciona la experiencia con futuras presentaciones profesionales y proyectos académicos, alentando a usar estas habilidades en contextos reales.

Tarea o reto:

Los estudiantes deben compartir su video en un foro digital del curso y escribir un breve comentario en inglés sobre cómo podrían mejorar su próxima producción audiovisual.

Evaluación

Tipo de evaluación: Formativa durante la fase de Desarrollo y sumativa en la fase de Cierre, con retroalimentación inmediata y autoevaluación.

Criterios de evaluación:

- Aplicación correcta de una teoría publicitaria en el contenido del video (Objetivo 1).
- Uso efectivo de técnicas audiovisuales: color, música, narración y voz en off (Objetivo 2).
- Incorporación de al menos tres planos diferentes que mejoren la calidad visual (Objetivo 3).
- Participación activa y presencia de todos los integrantes en el video (Objetivo 4).
- Capacidad para presentar y explicar el proyecto oralmente en inglés con claridad y coherencia (Objetivo 5).

Instrumentos sugeridos: Rúbrica de evaluación detallada para video y presentación oral, lista de cotejo para cumplimiento de elementos técnicos, observación directa durante la grabación, autoevaluación y coevaluación entre pares.

Evidencias de aprendizaje: Video publicitario terminado, guion y storyboard entregados, presentación oral grupal, y participación activa en todas las fases del proyecto.