

Rúbrica Analítica para Evaluación de Video Publicitario en Inglés

Rúbrica Analítica | Ciencias de la Educación | Licenciatura en lenguas extranjeras | 3 niveles

Descripción

Esta rúbrica evalúa la creación de un video publicitario en inglés, basado en una teoría de comunicación vista en clase, utilizando técnicas audiovisuales como voz en off, música y narración adecuada, con un mínimo de tres planos y duración no menor a un minuto. Se valoran aspectos técnicos, creativos y comunicativos para estudiantes de Licenciatura en Lenguas Extranjeras.

Rúbrica

Rúbrica Analítica para Evaluación de Video Publicitario en Inglés

Esta rúbrica evalúa la creación de un video publicitario en inglés, basado en una teoría de comunicación vista en clase, utilizando técnicas audiovisuales como voz en off, música y narración adecuada, con un mínimo de tres planos y duración no menor a un minuto. Se valoran aspectos técnicos, creativos y comunicativos para estudiantes de Licenciatura en Lenguas Extranjeras.

Criterios de Evaluación	Excelente (5 puntos)	Bueno (3-4 puntos)	Bajo (1-2 puntos)
Aplicación de la teoría de comunicación	Integra de forma clara y precisa una teoría de comunicación vista en clase, demostrando comprensión profunda y aplicándola en el mensaje del video.	Aplica una teoría de comunicación con cierta claridad, pero la relación con el contenido del video es parcial o poco precisa.	No se evidencia aplicación clara de la teoría de comunicación o la relación con el video es confusa o inexistente.
Uso de técnicas audiovisuales (voz en off, música, narración)	Utiliza voz en off, música y narración de manera efectiva y equilibrada, mejorando significativamente la comprensión y el impacto del mensaje.	Emplea algunas técnicas audiovisuales correctamente, aunque con limitaciones en la calidad o integración entre ellas.	No utiliza o usa inadecuadamente las técnicas audiovisuales, afectando negativamente la claridad o el interés del video.

Criterios de Evaluación	Excelente (5 puntos)	Bueno (3-4 puntos)	Bajo (1-2 puntos)
Variedad y uso de planos	Incluye al menos tres planos diferentes con transición fluida, aportando dinamismo y profundidad visual al video.	Utiliza tres planos aunque con transiciones poco fluidas o con menor variedad visual.	Utiliza menos de tres planos o los planos están mal seleccionados, afectando la calidad visual del video.
Calidad y fluidez de la narración en inglés	Narración clara, fluida y con pronunciación adecuada que facilita la comprensión total del mensaje.	Narración comprensible con algunos errores de pronunciación o fluidez que no impiden entender el mensaje.	Narración poco clara, con problemas graves de pronunciación o fluidez que dificultan la comprensión.
Duración del video	El video tiene una duración igual o superior a un minuto, manteniendo el interés durante todo el tiempo.	El video se acerca a un minuto (mínimo 50 segundos) pero pierde interés en algunas partes.	El video dura menos de 50 segundos o excede el tiempo sin justificación, afectando la calidad.
Creatividad y originalidad	Presenta ideas originales y creativas que captan la atención y diferencian el video de otros trabajos.	Contiene elementos creativos pero en general sigue un esquema común o poco innovador.	Falta de creatividad, ideas muy básicas o copia evidente de otros trabajos.
Coherencia y cohesión del contenido	El contenido es coherente y está bien organizado, facilitando la comprensión lógica del mensaje publicitario.	El contenido es generalmente coherente pero tiene pequeños lapsos de desorganización o confusión.	El contenido carece de coherencia, con ideas desordenadas que dificultan entender el mensaje.
Calidad técnica (imagen y sonido)	Calidad de imagen y sonido clara y profesional, sin ruidos o interferencias, que facilita la experiencia del espectador.	Calidad aceptable con algunas imperfecciones menores que no afectan significativamente la comprensión.	Calidad deficiente de imagen o sonido que dificulta la visualización o comprensión del video.