

RÚBRICA DE EVALUACIÓN DEL SPOT

	Criterios	Excelente (4)	Bueno (3)	Regular (2)	Flojo (1)
10 %	Lema e hilo conductor convincente	Elaboran un lema potente y el spot se presenta cohesionado y haciendo alusión al lema.	Elaboran un lema potente pero este no sigue el hilo del spot.	Elaboran un lema poco potente, pero más o menos sigue el hilo del spot.	El spot no tiene un lema y el hilo conductor no está claro.
20 %	Claridad en las ideas del spot	Expone con claridad y precisión los argumentos. Respeta la estructura indicada.	Expone con bastante claridad y los argumentos. Respeta la estructura indicada.	Expone con poca claridad los argumentos. Y no respeta todos los puntos de la estructura indicada.	Expone con muy poca claridad los argumentos. Y no respeta todos los puntos de la estructura indicada.
15 %	Lenguaje y expresiones adecuadas al target al que se dirige	El lenguaje empleado, las expresiones así como el tono empleado es adecuado al target al que se dirige.	El lenguaje empleado, las expresiones así como el tono empleado es bastante adecuado al target al que se dirige.	El lenguaje empleado, las expresiones y el tono empleado es poco adecuado al target al que se dirige.	El lenguaje empleado, las expresiones así como el tono empleado es muy poco adecuado al target al que se dirige.
15 %	Evidencias de datos rigurosos	Aporta evidencias con datos riguroso (gráficos, textos, verbales) durante el spot que se entienden con facilidad.	Aporta alguna evidencia con datos rigurosos (gráficos, textos, verbales) durante el spot.	Aporta alguna evidencia con datos rigurosos durante el spot pero algunas no se entienden.	No aporta ninguna evidencia con datos rigurosos.
10 %	Dinamismo	EL ritmo del spot mantiene el interés de principio a fin.	EL ritmo del spot mantiene el interés durante los primeros segundos.	EL ritmo del spot mantiene el interés durante los primeros segundos o el final.	EL ritmo del spot no mantiene el interés ni al principio y al final.
10 %	Creatividad	El spot es muy creativo y original, con diferentes recursos como primer plano, tratamiento del sonido.	El spot es creativo y original, con diferentes recursos como primer plano, tratamiento del sonido etc.	El spot es poco creativo y utiliza pocos recursos expresivos.	El spot es nada creativo y utiliza muy pocos recursos expresivos.
10 %	Calidad del vídeo	El audiovisual cuida los aspectos de calidad de sonido e imagen durante todo el spot.	En pocas ocasiones el spot presenta audios o imágenes de poca calidad.	El spot se presenta con bastantes errores de calidad de sonido e imagen.	El spot es de baja calidad en audio e imagen. Lo que dificulta la transmisión del mensaje.
10 %	Actitud de los miembros durante el rodaje y el montaje	EL comportamiento de todos los miembros del grupo ha sido ejemplar durante el rodaje y el montaje del spot.	EL comportamiento de casi todos los miembros del grupo ha sido ejemplar durante el rodaje y el montaje.	EL comportamiento de casi todos los miembros del grupo ha sido poco ejemplar durante el rodaje y el montaje.	EL comportamiento de todos los miembros del grupo ha sido muy poco ejemplar durante el rodaje y el montaje.

“Rúbrica de evaluación del spot”

de Área de Recursos Educativos Digitales (INTEF) se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-CompartirIgual 4.0 España.

