

Recapacita

CAMPAÑA ESCOLAR 2014-2015



5

UNIDAD DIDÁCTICA 5 / ALUMNOS EL DESAFÍO DEL CURRÍCULO



FUNDACIÓN **MAPFRE**

1. INTRODUCCIÓN PARA EL PROFESOR

La Publicidad y los lenguajes del marketing en los medios de comunicación, son contenidos de aprendizaje importantes para el ciudadano del S.XXI.

A través de esta unidad planteamos un reto curricular que nos ayude a trabajar de forma globalizada las competencias básicas señaladas en la LOMCE.

- **Comunicación lingüística:** dominio de destrezas comunicativas en diferentes registros, con capacidad de comprensión crítica en todos los soportes.
- **Competencias sociales y cívicas:** relacionado con los conocimientos de las instituciones, el desarrollo de valores críticos y la adquisición de destrezas de análisis social utilizando diferentes medios y soportes.
- **Sentido de iniciativa y espíritu emprendedor:** siendo este aspecto uno de los que más recalca la LOMCE y que aúna elementos de desarrollo de la autonomía personal, conocimientos del mundo económico y valoración del entorno social y empresarial.
- **Conciencia y expresiones culturales:** engloba conocimientos sobre la cultura propia y ajena, el respeto por las diferencias y la valoración de la interculturalidad en nuestra sociedad.





CL

La Publicidad es un lenguaje que los alumnos deben saber interpretar y analizar, exigiendo de ellos un pensamiento crítico.

CSC

Todo lo que implica desarrollar destrezas para la inclusión plena en la sociedad, debe estar vinculado con el mundo de la comunicación. Es la gran revolución social de este siglo.

SIEE

La Publicidad como herramienta para dar a conocer una idea, un producto, un servicio, es sin lugar a dudas una clave del emprendimiento.

CEC

Los anuncios son ya un artefacto cultural que representa una manera de entender la vida y las relaciones humanas.

ACTIVIDAD 1: FORMANDO EQUIPOS.

LAS AGENCIAS DE PUBLICIDAD

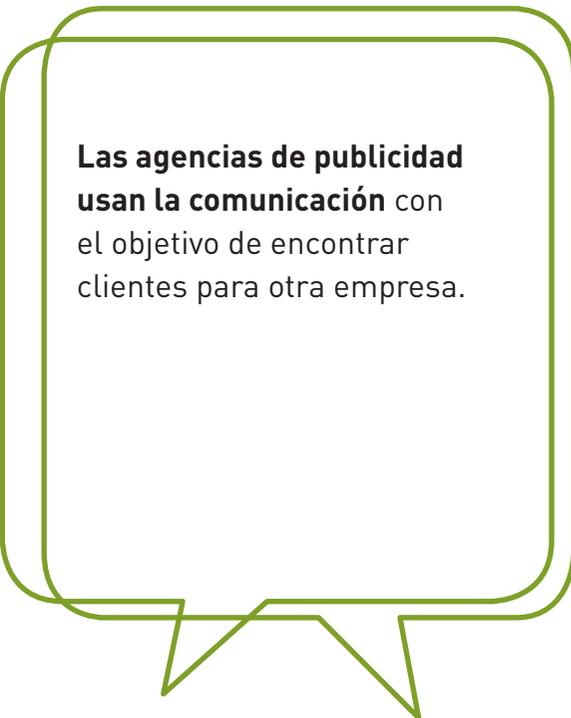
Dividid a la clase en equipos de 4 o 5 personas. Cada equipo va a ser una agencia de publicidad que recibirá un encargo por parte del colegio.



Una agencia de publicidad es una empresa que tiene como objetivo realizar acciones que animen a las personas a consumir un determinado producto, a votar a un partido político concreto, a ver un canal de televisión, una película de cine, a leer un libro, a comprar una marca de ropa...



Las agencias de publicidad hacen anuncios, usan las redes sociales, piensan en campañas y promociones, organizan eventos.



Las agencias de publicidad usan la comunicación con el objetivo de encontrar clientes para otra empresa.

Cada equipo o agencia tiene que pensar la manera de conseguir los siguientes retos. Elegid con cuál queréis enfrentaros.



AUMENTAR LAS VISITAS DE
LOS ALUMNOS A LA BIBLIOTECA
PARA SACAR LIBROS.

← RETO 1



RETO 2 →

MEJORAR EL USO DE
LOS ESPACIOS COMUNES:
POLIDEPORTIVO, PATIOS,
SALÓN DE ACTOS,
COMEDOR, BAÑOS...

ATRAER MÁS ALUMNOS AL COLEGIO.

← RETO 3



CÓMO ABORDAR EL RETO 1 →

Para poder conseguir que un número mayor de alumnos vaya a la biblioteca y saque libros prestados podemos utilizar **UNA PROMOCIÓN.**

1. Vamos a analizar distintas promociones para entender bien qué significa.

Para poder hacer la actividad debéis traer a clase anuncios de promociones, por ejemplo, las que aparecen en los catálogos de compra que se suelen dejar en el buzón, o muchos ejemplos de anuncios que podréis encontrar en Internet, en revistas, en periódicos...).

Buscad:

- Anuncios que oferten descuentos.
- Anuncios que comuniquen un regalo con la compra de algún producto.
- Anuncios de 2x1, 3x1...
- Podéis usar además cualquier buscador de Internet para encontrar imágenes de diferentes estilos de promociones de productos.



¿QUÉ PROMOCIONAN?

¿CUÁLES LA OFERTA
O EL INCENTIVO?

2. Leed estas ideas sobre cómo hacer una buena promoción y buscad ejemplos que cumplan con estos requisitos.



Despierta el espíritu competitivo

“Promoción valida solamente para los 5 primeros”



Sencilla de entender y fácil de seguir

“Lleve 2 y pague 1”, “Si compras esto, te regalo esto”

“Le llevamos el producto a su casa, no se mueva del sofá”



A todos nos gustan los regalos

“Al comprar este producto, te regalo un XXX”



Siempre tenemos ganas de ahorrar

“Grandes descuentos”



Que tenga un objetivo alcanzable

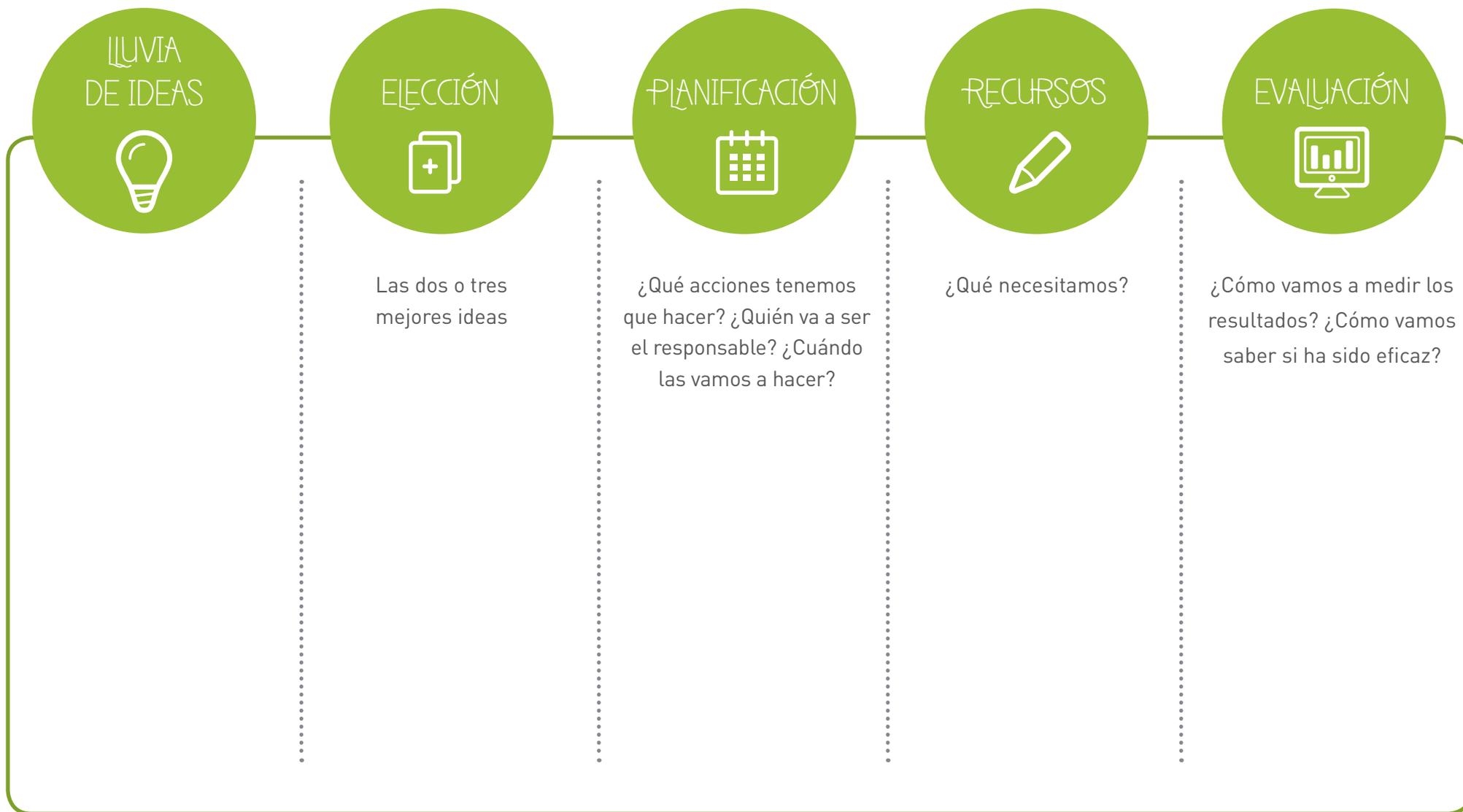
“Con la cartilla de 5 sellos conseguirá X”



Que sea rentable

“Al comprar le regalamos:de una caja, un vaso, un objeto atractivo pero barato”

3. Ahora es vuestro turno. Tenéis que diseñar una campaña publicitaria para que los alumnos de vuestro colegio cojan prestados más libros en la biblioteca.



CÓMO ABORDAR EL RETO 2 →

Para abordar el reto 2 tenemos que crear **UN CARTEL PUBLICITARIO.**

El objetivo de esta actividad es aprender en el aula a crear un sencillo cartel publicitario para transmitir una idea relacionada con la vida en el centro escolar.

La publicidad comercial persigue que el destinatario del mensaje compre algo o utilice un servicio determinado, pero también es una forma de comunicación que persigue despertar el interés de este destinatario para que realice una acción determinada. En este sentido, en el contexto escolar un mensaje eficaz conseguirá “vender” una idea que se transforme en una actitud positiva.

1. En estos enlaces podéis ver algunos CARTELES PUBLICITARIOS:

<http://www.taringa.net/posts/imagenes/15144714/10-carteles-creativos-de-publicidad-de-lego.html>

<http://publicidad-institucional.blogspot.com.es/2007/10/campaa-de-la-dgt-contra-el-consumo-de.html>

<https://ruraleco.files.wordpress.com/2011/10/cartelecologic3a131.jpg>



Seguro que en la calle y en casa,
véis muchos más carteles que
pueden servir también para
realizar esta actividad.

¿CÓMO ES LA IMAGEN?

¿CÓMO ES EL TEXTO?

2. Ahora, manos a la obra.

PASO 1

Elegid bien qué queréis conseguir que cambie. ¿Qué objetivo tenéis?

PASO 2

Definid los elementos. Después elegid por consenso el texto del cartel y los elementos visuales. El texto ha de ser corto, claro y capaz de despertar el interés. La imagen debe llamar la atención y estar relacionada con el tema. Puede ser un dibujo, una fotografía, un collage...

PASO 3

Realizad el cartel: cada miembro realizará en un papel su propio cartel a partir de los elementos elegidos en el grupo. Este es una fase para desarrollar la creatividad individual.

Ahora evaluad vuestro cartel con las siguientes claves:

- El cartel atrae la atención.
- El cartel tiene un diseño bonito.
- Los elementos están bien organizados en el cartel.
- La imagen es llamativa y apropiada al tema.
- El texto es conciso y comprensible.
- El texto incita a la acción.



CÓMO ABORDAR EL RETO 3 →



Un buen **LOGOTIPO** es un elemento publicitario muy importante.

1. Tratad de recordar marcas de productos, apuntad en esta lista todas las que os vengan a vuestra memoria.

¿Qué imagen tenéis de cada una de esas marcas? Seguramente su LOGOTIPO, que es el nombre de la marca asociado a un tipo de letra, a una composición, a un color.

2. Leed esta entrada de una revista sobre el tema de los logotipos.

<http://www.marketingdirecto.com/actualidad/anunciantes/descubra-la-historia-que-se-esconde-detras-de-los-logotipos-de-las-marcas-mas-famosas/>

Los logotipos tienen su historia, los colores, el tipo de letra, el dibujo, la composición, se eligen porque significa algo para esa marca, porqué quieren transmitir algo con esa imagen.

MENSAJE

¿Qué mensaje queremos transmitir de nuestro colegio al exterior?



VALOR AÑADIDO

¿Qué hace a nuestro colegio un lugar especial, distinto?



HISTORIA

¿Hay elementos visuales asociados a nuestra historia de colegio?



IMAGEN

Imagen sencilla, colores (máximo tres), representativa



Recapacita

Campaña ESCOLAR 2014-2015



UNIDAD DIDÁCTICA 5 / ALUMNOS
EL DESAFÍO DEL CURRÍCULO

Más información en: 91 602 52 21
o en recapacita@fundacionmapfre.org

FUNDACIÓN **MAPFRE**