

LICEO DE NIÑAS DE RANCAGUA



EDUCACIÓN TECNOLÓGICA

GUIA Nº 6

SEGUNDOS MEDIOS MEDIOS A-B-C-D

Prof: María Inés Zúñiga Hinojosa

Unidad 1: “Mejorando el uso de los recursos”

OBJETIVO OA2 : Proponer soluciones que apunten a resolver necesidades de reducción de efectos perjudiciales relacionados con el uso de recursos energéticos y materiales en una perspectiva de sustentabilidad, utilizando herramientas TIC colaborativas de producción, edición, publicación y comunicación

DÍA INTERNACIONAL DE LOS TRABAJADORES
LES DESEA LA CORPORACIÓN MUNICIPAL DE RANCAGUA.

SE VIVE

1 MAYO

BOMBEROS CHILE

El Pitón

MUSEO REGIONAL RANCAGUA

ENTRADA LIBERADA

4 JUNIO 12:30 HRS

ORGANIZA F.C.O.D. FUNDACIÓN



UNIDAD TÉCNICA PEDAGÓGICA

EDUCACION TECNOLOGICA 2 MEDIO

GUIA N° 6

PROF: María Inés Zúñiga H.

UNIDAD N°: 1.- "Mejorando el uso de los recursos"

Nombre:..... Curso.....

OBJETIVO DE LA ACTIVIDAD: Diseñar una propuesta publicitaria de un servicio, negocio o Pyme en formato Word , Publisher o con otros programas computacionales y apoyo de TICs que tengas en tu computador o celular.

Si no tiene computador o programas de edición puede ser a mano, dibujando, pintando y diagramando las letras o usando collage, con los materiales que tenga en su hogar.

"Las Tecnologías de la Información y la Comunicación, también conocidas como TIC, son el conjunto de tecnologías desarrolladas para gestionar información y enviarla de un lugar a otro"

Debe contener la siguiente información: Nombre del servicio, (puede ser conocido o creado), logotipo de la empresa, negocio o institución, productos que ofrece o datos de interés por ejemplo: precios, ofertas, horarios de atención, dirección, teléfono, páginas de internet o redes sociales, colores , creatividad, slogan (frase publicitaria) y buen diseño en la diagramación .

Ejemplos de publicidad realizados por alumnas del LICEO DE NIÑAS DRANCAGUA:

Pastelería Casera

- Tortas y figuras en fondant
- Pie de limón
- Tartaletas
- Kuchen
- Cupcakes
- Torta en vaso
- Coctel dulce
- Mini Tortas
- Mendocinos
- Queques

Agenda tus pedidos, con un mínimo de dos días de anticipación, llamando a: +56 9 21455871

Búscanos en nuestras redes sociales:

f : Dulce Sefarad

WhatsApp : +56 9 21455871

Encuétranos en Ovarrol # 222

SERNAC
Servicio Nacional del Consumidor

Tienes algún problema con tu compra, SERNAC te va a ayudar a solucionarlo.

Ya que este servicio te brinda una ayuda excelente

DETRÁS DE CADA COMPRA HAY UNA HISTORIA

Dirección: German Kieck ^o230, Primer piso, oficinas 101 y 102, Av. Agrícola
Fono: (+52) 222 2300 HORA: 8:30-1:30

¿Realmente eres consciente de qué tipos de publicidad existen?

-A día de hoy, si queremos comercializar nuestro producto o servicio tenemos una gran cantidad de opciones para comunicarnos y llegar a un gran número de personas.

De hecho, a la hora de crear el Plan de Marketing Digital de una empresa, uno de las partes más importantes es la estrategia de comunicación.

Y es aquí donde entra en juego la publicidad.

El problema es que estamos tan centrados en el mundo online, que si publicidad en internet, que si publicidad en redes sociales, etc. que muchas veces nos olvidamos de las formas más tradicionales.

Y no por ser más tradicionales han de ser menos efectivas, de hecho, dependiendo del objetivo de la empresa y de su situación en muchas ocasiones incluso puede ser más efectiva.

Uno de los tipos de publicidad que utilizan las empresas para llegar a su público objetivo y que más está creciendo son los anuncios en redes sociales.

De hecho, según los datos del estudio de i2p, la inversión publicitaria en redes sociales ha incrementado en un 16% en el último año.

Existen diferentes tipos de publicidad en redes sociales, pero las principales son:

- Publicidad en Facebook
- Publicidad en Instagram.
- Publicidad en Twitter.
- Publicidad en LinkedIn.
- Publicidad en YouTube.
- Publicidad en Snapchat.

Rubrica de Evaluación diseño de propuesta publicitaria utilizando diferentes formatos y programas computacionales por ejemplo: afiches, flyer, tríptico, volante, etc.

CRITERIOS	5	4	3	2	1
Imágenes	La propuesta publicitaria tiene un propósito y transmite un mensaje importante e interesante utilizando mínimo 2 imágenes publicitarias ((Logo y otra relacionada al tema)	La propuesta publicitaria tiene un propósito y transmite el mensaje respecto al tema asignado y utiliza mínimo 2 imágenes publicitarias(logo y otra relacionada al tema)	La propuesta publicitaria intenta reflejar un propósito y un mensaje sobre el tema, pero está transmitido con algunas deficiencias y solo una imagen publicitaria o imágenes 2 pero no se relacionan claramente con el tema	El logotipo no refleja un propósito claro o mensaje relacionado con el tema y solo muestra una imagen publicitaria	No presenta imágenes relacionadas al tema
Puntualidad (no se descontará debido a la contingencia que estamos pasando)	Entrega en la fecha correspondiente	_____	_____	_____	_____
Nombre del servicio, empresa o institución	El nombre está claramente presentado en el formato y contribuyen a la relevancia del tema	El nombre está pero no contribuye en un 100 % a la idea o relevancia del tema	El nombre está pero es poco claro o no se relaciona poco con el tema	El nombre no tiene ninguna relación con el tema	No está el nombre en el formato
Legible y claro	El diseño de la propuesta publicitaria es claramente legible en todas sus partes: Logotipo imágenes, nombre del servicio, información (productos, precios, horarios etc.)dirección, ubicación (65puntos)	El diseño de la propuesta publicitaria es claramente legible en la mayoría de sus partes: Logotipo imágenes, nombre del servicio, información, (productos, precios, horarios etc.)dirección o ubicación Pero falla 1 dato	El diseño de la propuesta publicitaria es claramente legible en la mayoría de sus partes: Logotipo imágenes, nombre del servicio, información (productos, precios, horarios),dirección o ubicación pero esta ligeramente fuera de balance y 2 elementos le quitan mérito al mensaje en general	El diseño de la propuesta publicitaria está fuera de balance y poco legible o le faltan 3 datos	El diseño de la propuesta no es legible o no tiene concordancia entre sus partes
Trabajo en clases (en casa)	-----	-----	-----	-----	-----
Concordancia entre imágenes, tema ,textos e información	La publicidad presenta relación entre todos los elementos de la campaña	La publicidad presenta relación en la mayoría de los elementos de la campaña	La publicidad presenta relación en solo algunos elementos de la campaña	La publicidad presenta relación en pocos elementos de la campaña	No existe relación entre los elementos de la campaña publicitaria y la idea principal
Creatividad	Utilizó textos, imágenes, grafica o diseño de manera inusual o	Utilizó textos, imágenes, grafica o diseño de manera apropiada pero no	Intento utilizar textos , imágenes grafica o diseños con algunos elementos	Los elementos utilizados como textos, imágenes grafica o diseño tienen desorden	Utilizó formatos ya existentes, copiados o repetitivos

	diferente que hace sorprendente su propuesta publicitaria	inusual en su propuesta publicitaria	correctos pero no siempre efectivo	o formas, inapropiadas o ineficientes	
Colores	Existe una relación total entre los colores empleados, la idea y el tema de la propuesta publicitaria	Existe una relación en la mayoría de los colores empleados, idea y tema de la propuesta publicitaria	Existe relación en algunos de los de los colores empleados, idea y tema de la propuesta publicitaria	Existe muy poca relación entre los colores empleados, idea y tema de la propuesta publicitaria	No existe relación entre los colores empleados. Idea y tema de la propuesta publicitaria
Slogan	La frase publicitaria es creativa, nueva y se relaciona con el servicio o empresa	La frase publicitaria se relaciona correctamente con el servicio o empresa	La frase publicitaria no es original pero se relaciona con el servicio o empresa	La frase publicitaria es copiada pero se relaciona con el servicio o empresa	No existe relación o no se entiende la frase publicitaria con respecto al servicio o empresa
información	Presenta todos los elementos de la campaña publicitaria: Logotipo, nombre del servicio, imágenes, colores, slogan, productos, dirección, ubicación, horarios productos.	Presenta la mayoría de los elementos de la campaña publicitaria pero le falta 1: Logotipo, nombre del servicio, imágenes, colores, slogan, productos, dirección, ubicación, horarios productos	Presenta la mayoría de los elementos de la campaña publicitaria pero falta 2 elementos Logotipo, nombre del servicio, imágenes, colores, slogan, productos, dirección, ubicación, horarios productos	Presenta solo algunos de los elementos de la campaña publicitaria o le faltan 3 elementos: Logotipo, nombre del servicio, imágenes, colores, slogan, productos, dirección, ubicación, horarios productos	Le faltan 4 o más elementos dentro de la información requerida en la campaña
Diagramación	Presenta total concordancia entre textos, tamaños, imágenes, figuras, fondos y márgenes de su formato	Presenta una concordancia entre la mayoría textos, tamaños, imágenes, figuras, fondos y márgenes de su formato	Presenta u regular relación entre textos, tamaños, imágenes, figuras, fondos y márgenes de su formato	Presenta poca relación entre textos, tamaños, imágenes, figuras, fondos y márgenes de su formato	No presenta relación entre textos, tamaños, imágenes, figuras, fondos y márgenes de su formato
TOTAL : 50 PTS					

- **PLAZOS: Envío de guía desarrollada 04 de Junio 2020**
- **Correo: m.ines.zh@gmail.com , dudas al mismo correo**
- **Recuerde mandar los datos completos en su archivo, con nombre, curso y número de guía al adjuntar la actividad ; de no tener internet o computador puede ser a mano.**
- **Guarde todos los trabajos o guías en una carpeta o cuaderno destinado para a la asignatura debido a que se revisarán al regreso a clases.**