



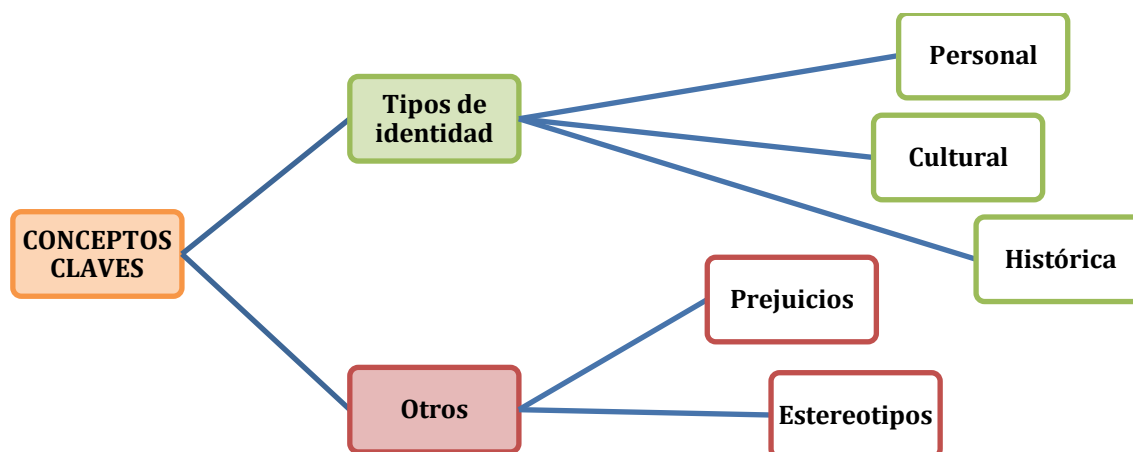
4° MEDIO: LITERATURA E IDENTIDAD
Guía n°8 Evaluación formativa

Nombre:		Curso:		Fecha:	
OBJETIVOS AE7: Aplican los conocimientos adquiridos sobre el tema, en la producción de textos no literarios y de intención literaria, en los que expongan y expresen, fundadamente, sus personales ideas, experiencias, opiniones, puntos de vista, argumentos y en los que utilicen, con propiedad, los recursos y elementos verbales y no verbales pertinentes a la situación de comunicación y tipo de texto. Objetivo: Elaborar un afiche publicitario que promocióne un emprendimiento utilizando el concepto de identidad para atraer a un público específico.					
INSTRUCCIONES GENERALES - Correo de la asignatura: literaturaeidentidad.4to2020@gmail.com - Enviar desarrollo del ítem II al correo de la asignatura en un documento Word o adjuntar fotografías del ejercicio si fue realizado en papel. - Se enviarán videos de apoyo al grupo de Whatsapp de cada curso. - Ante dudas, escribir al correo. Se responderá en el siguiente horario: jueves desde 17 a 18 hrs. -Fecha de entrega: martes 30 de junio					

ÍTEM I CONCEPTOS CLAVES

Evaluación formativa

Es un tipo de evaluación que se utiliza para hacer seguimiento de un proceso de aprendizaje y que **no se califica con una nota**. Las evaluaciones formativas se realizan con frecuencia durante las clases a través de ejercicios generalmente breves. En las guías anteriores hemos realizado evaluaciones de este tipo según cada concepto o tema que se ha abordado; sin embargo, la diferencia con esta guía es que será más amplia, pues abarcará varios temas y conceptos trabajados previamente.



Para realizar el ejercicio conviene tener presente el concepto de **Pyme** (Pequeña y Mediana Empresa). Este tipo de empresa se ha vuelto muy relevante y utiliza las redes sociales como principal medio de promoción, apelando directamente a sus receptores ideales. Una característica importante de muchas Pymes es que se enfocan en la producción de sus propios productos o servicios, otorgando a sus marcas un sello propio con el que muchos clientes se identifican.

ÍTEM II EJERCICIO (EVALUACIÓN FORMATIVA)

Tarea a realizar → Elaborar un afiche que utilice la identidad para vender un producto o promocionar un servicio. El receptor ideal debe sentirse identificado con lo que se ofrece a través de la presentación del afiche (ejemplo: si el receptor es una mujer de 80 años, el afiche debe tener elementos que llamen su atención o que apunten a sus necesidades e intereses). Este afiche debe evitar el uso de imágenes estereotipadas y el fomento de prejuicios.

ASPECTOS DEL CONTEXTO A CONSIDERAR...

- **Emisor del afiche:** una pyme que comienza a vender sus productos o promocionar sus servicios en línea.
- **Producto o servicio:** debe ser algo de fabricación o creación nacional (por ejemplo, una pyme que venda artesanía, papelería, ropa, comida o productos de belleza naturales, todo hecho por los integrantes de la pyme; en el caso de servicios, pueden ser terapias, cursos, servicio de entrega tipo delivery, entre otros).
- **Medio de difusión:** Instagram.
- **Receptor:** delimitar claramente un público objetivo para el producto y servicio.
- **Información general obligatoria:** nombre de la tienda o marca, nombre y características del producto o servicio, imagen referencial del producto o servicio.

Puedes elaborar tu afiche en un cuaderno, en una hoja de bloc o en formato digital.



*Imágenes con ideas de referencia

PAUTA DE EVALUACIÓN

CRITERIO	LOGRADO	MEDIANAMENTE LOGRADO	NO LOGRADO
1. ASPECTOS FORMALES			
a) Legibilidad	El texto del afiche usa una letra legible.	No es posible comprender ciertas partes del texto.	El texto es ilegible.
b) Edición	Se utiliza una cantidad de texto coherente con el tamaño del afiche. La disposición de los elementos facilita la comprensión (no se superponen). Se utilizan colores para destacar elementos y llamar la atención sin que estos dificulten la entrega del mensaje. Considerar contrastes: si se elige un tono oscuro para las letras, lo mejor será un fondo claro y viceversa.	La disposición de los elementos no es del todo adecuada y, en parte, dificulta la comprensión o eficacia del afiche. En ciertas partes hay colores que dificultan la entrega de información.	La disposición de los elementos no es funcional e impide la comprensión. Los colores impiden que se entregue correctamente la información. El afiche no es eficaz.
2. CONTENIDO			
a) Emisor	Incluye nombre de la tienda o marca. Este nombre se relaciona con el producto o servicio ofrecido.	El nombre no se relaciona completamente con lo ofrecido	No hay nombre o este no se relaciona con lo ofrecido
b) Producto o servicio	Se puede reconocer un producto o servicio. Además, se incluye el nombre del producto o servicio que se promociona junto a sus principales características. El producto corresponde a lo solicitado: fabricación o ejecución nacional.	No se puede reconocer un producto ni servicio o no se incluye el nombre del mismo.	No se reconoce un producto ni servicio; tampoco se incluye el nombre del mismo. No cumple con la fabricación o ejecución nacional solicitada.
c) Propósito	El afiche cumple el propósito de atraer la atención del público objetivo mediante las imágenes y textos seleccionados, ya que tiene elementos con los que un determinado grupo puede identificarse o porque propone una nueva identidad.	El afiche carece de elementos que atraigan la atención del público (imágenes y texto), no permite que este pueda identificarse o no propone una nueva identidad.	El afiche no cumple ninguno de los requisitos: no atrae la atención con imágenes y texto, no propone identidad o no permite que el público se identifique.
d) Público objetivo	El afiche tiene un público objetivo reconocible.	No es posible definir claramente cuál es el público objetivo.	No se puede reconocer cuál es el público objetivo.
e) Prejuicios y estereotipos	Se omiten imágenes o frases que involucren estereotipos (por ejemplo: si se ofrece un servicio de gasfitería, poner la imagen de un hombre con herramientas) y prejuicios (ejemplo: ofrecer clases de tejido para las mamás).	Hay ciertas frases o imágenes que pudiesen malinterpretarse según el contextos, pero que en términos generales evitan estereotipos y prejuicios.	Las imágenes y frases empleadas claramente corresponden a estereotipos o emiten prejuicios.