



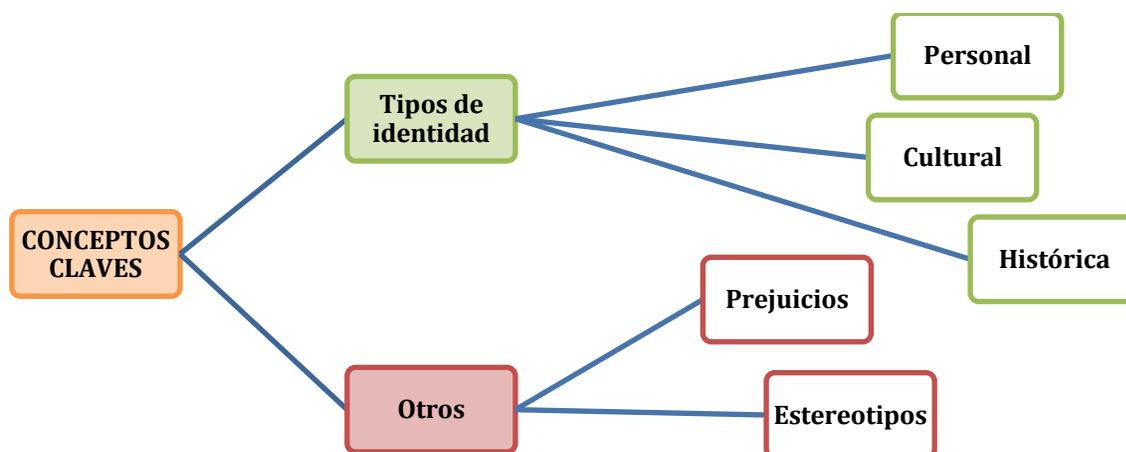
4° MEDIO: LITERATURA E IDENTIDAD
Guía n°8 Evaluación formativa

| | | | | | |
|--|--|--------|--|--------|--|
| 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. |