

20%

Guía didáctica

KB JOLASEAN 

# Agencia de publicidad



## JUSTIFICACIÓN

La publicidad es un fenómeno que influye de manera significativa en la economía y en la sociedad desde edades tempranas. El auge de nuevas plataformas de consumo de publicidad, unido a las estrategias para influenciar en el consumo desde la tierna infancia, hace necesario formar desde edades tempranas ayudando a valorar la publicidad desde un punto de vista crítico y responsable, ayudando a distinguir lo real de lo ficticio.

## OBJETIVOS

- Conocer las características de la publicidad y sus tipos.
- Saber analizar diferentes tipos de publicidad.
- Identificar las estrategias de cada tipo de publicidad.
- Conocer el funcionamiento de las campañas publicitarias y reflexionar con diferentes enfoques.
- Fomentar el pensamiento crítico y desarrollar valores.

## CONTENIDOS

- Publicidad, anuncios y propaganda.
- Consumo responsable.
- Capacidad crítica ante la publicidad.
- Lenguaje publicitario.
- Tipos de publicidad.
- Valores y actitudes en la publicidad.
- Igualdad de género.
- Medios difusión de la publicidad: físico, audiovisual y digital.

## ACTIVIDADES

### FASE INICIAL (Actividad previa)

- Álbum de spots.
- Preparar el almuerzo.
- Recolecta de logos.
- Tu vida y el marketing.
- Ensayo.

### FASE DESARROLLO (Sesión)

- BLOQUE 1. CONTRATADOS.
  - Montando el equipo.
  - Juegos cooperativos.
  - Analizando el mercado por el barrio.
- BLOQUE 2. ELABORACIÓN DEL PRODUCTO
  - Producto y publicidad.
  - Estrategias publicitarias.
  - Juegos de memoria ¿Qué producto es?
  - Juegos cooperativos.
  - Creación del producto.

- **BLOQUE 3. CREACIÓN DE LA MARCA**
  - Dentro vídeo.
  - Juegos de marcas.
  - Juegos cooperativos.
  - Creación de logo de la marca.
- **BLOQUE 4. MARKETING MIX**
  - Debate.
  - ¿Qué es una campaña publicitaria?
  - Juegos cooperativos.
  - Creación del atrezzo y vestimentas.
- **BLOQUE 5. FESTIVAL DE ANUNCIOS**
  - Elaboración de un guion publicitario.
  - Juegos cooperativos.
  - Creación y grabación del anuncio.
  - Festival KontsumoSpots.

## **FASE APLICACIÓN Y COMUNICACIÓN (Act. posterior)**

- Difusión del análisis.
- Primera venta.
- Envío de logos.
- ¿Qué le añadimos?
- Exposición de conocimientos.

## **CONTRIBUCIÓN A LAS COMPETENCIAS**

### **DISCIPLINARES**

- Competencia comunicativa, lingüística y literaria.
- Competencia social y cívica.
- Competencia artística.
- Competencia motriz.

### **TRANSVERSALES**

- Competencias para la comunicación verbal, no verbal y digital.
- Competencia para aprender a aprender y pensar.
- Competencia para saber ser.
- Competencia para convivir.

## **METODOLOGÍA**

- Aprendizaje por proyectos.
- Trabajo colaborativo.
- Trabajo cooperativo.
- Trabajo individual.
- Thinking based learning.
- Aprendizaje y servicio.

## ORGANIZACIÓN

Recursos y herramientas TIC	Espacios y grupos	Duración
Pizarra digital/ proyector. Tablets. Acceso a internet.	Aulas varias. División de personas asistentes por franjas de edad. Espacio exterior próximo.	FASES PRESENCIALES: 3h por sesión hasta un total de 5 sesiones.  FASES PREVIA Y POSTERIOR: 5h  TOTAL: 20h

## EVALUACIÓN

### PROFESORADO

Encuesta de satisfacción

### ALUMNADO

Encuesta de satisfacción