

¡Presenta tu Proyecto! Exposición Oral de Marketing para Jóvenes Emprendedores

Ciencias Sociales | Economía | Aprendizaje Basado en Proyectos

Descripción

Este plan de clase está diseñado para que estudiantes de secundaria (12-15 años) desarrollen habilidades de comunicación oral a través de la exposición de un proyecto de marketing que ellos mismos han creado. Durante la sesión, los estudiantes aprenderán a organizar sus ideas, utilizar argumentos persuasivos, y presentar un producto o servicio ante sus compañeros, fomentando el trabajo colaborativo y el pensamiento crítico.

El propósito es conectar el aprendizaje con situaciones reales y cotidianas, como promocionar un producto o idea, lo que les será útil tanto en su vida académica como en su vida futura. A través del Aprendizaje Basado en Proyectos, los estudiantes se involucran activamente, trabajando en equipo y aplicando conceptos económicos y de marketing en un contexto práctico y significativo.

Esta experiencia contribuye a desarrollar competencias comunicativas, creatividad y confianza, habilidades esenciales en el mundo actual, donde la capacidad de expresar ideas y persuadir es clave para el éxito personal y profesional.

Objetivos de Aprendizaje

- Organizar y estructurar la información clave de un proyecto de marketing para su presentación oral.
- Desarrollar habilidades de comunicación efectiva mediante una exposición clara y persuasiva.
- Colaborar en equipo para preparar y presentar un proyecto de marketing de manera coherente.
- Analizar y evaluar presentaciones orales de sus compañeros, aportando retroalimentación constructiva.

Recursos Necesarios

- Cartulinas o papel bond para apoyos visuales (mínimo 1 por grupo).
- Marcadores de colores, lápices o plumones para elaboración de materiales visuales.
- Proyector o computadora para mostrar ejemplos breves (opcional).
- Hojas para guías de evaluación y autoevaluación impresas (una por estudiante).
- Reloj o cronómetro para controlar tiempos de exposición.
- Ejemplos breves de videos o audios con presentaciones orales (opcional).

Requisitos Previos

- Conocimiento básico sobre qué es un proyecto de marketing (producto, público objetivo, promoción).

- Habilidades básicas de trabajo en equipo y comunicación oral.
- Experiencia previa en organizar ideas para hablar en público (aunque sea breve).
- Familiaridad con vocabulario sencillo de economía y marketing visto en clases anteriores.

Actividades

Fase de Inicio

Tiempo estimado:

10 minutos

Propósito de la sesión:

Docente: “Hoy vamos a aprender cómo preparar y presentar un proyecto de marketing para que puedan convencer a otros sobre su idea o producto. Esto es importante porque en la vida, comunicar bien tus ideas es clave para lograr tus objetivos.”

Estudiantes: Escuchan y se preparan para participar.

Activación de conocimientos previos:

- **Docente dice:** “Para comenzar, piensen en un comercial o anuncio que hayan visto recientemente y que les haya gustado mucho. ¿Qué fue lo que más les llamó la atención? ¿Por qué creen que funcionó ese anuncio?”
- **Estudiantes responden en plenaria, el docente anota ideas breves en la pizarra.**

Motivación y enganche:

Docente: Presenta un dato curioso: “¿Sabían que algunas de las empresas más grandes comenzaron con ideas sencillas pero con presentaciones tan buenas que lograron convencer a muchas personas? Hoy ustedes serán los próximos emprendedores que aprenderán a hacerlo.”

Contextualización:

Docente: Relaciona el tema con su realidad: “En la escuela, en sus actividades favoritas o en sus hobbies, muchas veces necesitan convencer a otros para que apoyen sus ideas o proyectos. Aprender a exponer bien es una herramienta que usarán siempre.”

Fase de Desarrollo

Tiempo estimado:

40 minutos

Presentación del contenido:

Docente: Explica brevemente que en esta parte trabajarán en grupos para organizar y practicar la presentación oral de un proyecto de marketing que ya han desarrollado o diseñado previamente. Se enfatiza la importancia de una estructura clara (introducción, desarrollo y cierre) y el uso de apoyos visuales.

Actividad 1: Organización del discurso

- **Objetivo:** Organizar y estructurar la información clave del proyecto para la presentación oral.
- **Instrucciones:**
 - **Docente:** “En grupos de 3-4, revisen su proyecto de marketing y respondan: ¿Cuál es el producto o servicio? ¿A quién va dirigido? ¿Qué lo hace especial? Decidan quién dirá cada parte en la presentación.”
 - Entregue a cada grupo una hoja para que anoten sus puntos clave en tres secciones: introducción, desarrollo y conclusión.
 - “Usen un lenguaje claro y sencillo para que todos puedan entender su idea.”
- **Organización:** Grupos de 3-4 estudiantes.
- **Producto:** Guion esquemático de la presentación con roles asignados.
- **Tiempo:** 15 minutos.
- **Rol del docente:** Circula entre grupos, hace preguntas guía como “¿Qué es lo más importante que quieren que recuerden de su producto?”, “¿Cómo harán que su presentación sea interesante?”

Actividad 2: Práctica de la exposición

- **Objetivo:** Desarrollar habilidades de comunicación efectiva mediante la práctica oral.
- **Instrucciones:**
 - **Docente:** “Ahora cada grupo practicará su presentación frente a sus compañeros. Recuerden usar un tono claro, mirar a la audiencia y explicar con entusiasmo.”
 - Cada grupo dispone de 3 minutos para exponer mientras el resto escucha atentamente.
 - Se entrega una hoja sencilla con criterios para que los estudiantes tomen nota y luego den retroalimentación positiva y sugerencias.
- **Organización:** Grupos pequeños y plenaria para las exposiciones.
- **Producto:** Presentaciones orales grabadas mentalmente o anotadas en hoja de evaluación por pares.
- **Tiempo:** 20 minutos (aprox. 3 min por grupo, dependiendo del número de grupos).
- **Rol del docente:** Observa, anota puntos a reforzar y facilita la retroalimentación entre pares con preguntas como “¿Qué parte les gustó más? ¿Qué podrían mejorar?”

Actividad 3: Ajustes finales

- **Objetivo:** Colaborar en equipo para mejorar la presentación tras recibir retroalimentación.
- **Instrucciones:**

- **Docente:** “Con la retroalimentación recibida, ajusten su presentación para fortalecer lo que faltó o mejorar lo que pudieron hacer mejor.”
- Los grupos hacen pequeños cambios en su guion o forma de presentación.
- **Organización:** Grupos de trabajo.
- **Producto:** Guion final mejorado.
- **Tiempo:** 5 minutos.
- **Rol del docente:** Apoya a los grupos con sugerencias específicas y motivación.

Diferenciación:

- **Para estudiantes que terminan antes:** Pueden preparar una breve introducción personal para iniciar la presentación o diseñar una frase llamativa para captar la atención.
- **Para estudiantes que necesitan apoyo adicional:** El docente puede ofrecer ayuda individual o en parejas para formular oraciones claras, usar vocabulario sencillo y practicar la expresión oral.

Transiciones:

Docente: “Ahora que organizamos y practicamos nuestras presentaciones, vamos a compartir un resumen final para recordar lo aprendido y prepararnos para futuras exposiciones.”

Fase de Cierre

Tiempo estimado:

10 minutos

Síntesis:

- **Docente:** “Vamos a hacer un ‘ticket de salida’. Cada uno escribirá en una hoja tres cosas que aprendió hoy sobre cómo presentar un proyecto de marketing y una pregunta que aún tenga.”
- **Estudiantes:** Escriben y entregan al docente.

Reflexión metacognitiva:

- ¿Qué parte de mi presentación pienso que fue la más clara y por qué?
- ¿Cómo ayudó mi equipo para que la presentación fuera mejor?
- ¿Qué puedo hacer para mejorar mi próxima exposición?

Retroalimentación:

Docente: Recoge los tickets de salida, comenta oralmente aspectos destacados de las presentaciones y ofrece elogios y sugerencias generales para que los estudiantes se sientan motivados y comprendan áreas de mejora.

Transferencia:

Docente: “Lo que aprendieron hoy no solo sirve para esta clase, sino para cualquier situación donde deban hablar en público, como en otras materias, actividades extracurriculares o incluso en su vida diaria.”

Tarea o reto:

Invitar a los estudiantes a preparar una pequeña presentación oral de un tema libre para la próxima clase, aplicando las técnicas aprendidas hoy.

Evaluación

Tipo de evaluación: Diagnóstica al inicio con la pregunta detonadora; formativa durante la práctica de presentación y retroalimentación; sumativa con la entrega del guion final y la evaluación de la exposición oral.

Criterios de evaluación:

- Claridad y organización de la información presentada (Objetivo 1).
- Habilidad para comunicarse de forma clara, entusiasta y persuasiva (Objetivo 2).
- Colaboración efectiva y reparto equitativo de roles en el grupo (Objetivo 3).
- Capacidad para dar y recibir retroalimentación constructiva (Objetivo 4).

Instrumentos sugeridos:

- Lista de cotejo para evaluar la estructura y claridad de la presentación.
- Rúbrica para valorar la expresión oral y el trabajo en equipo.
- Observación directa durante las prácticas y exposiciones.
- Autoevaluación y coevaluación mediante la hoja de retroalimentación entre pares.

Evidencias de aprendizaje:

- Guion esquemático final del proyecto de marketing.
- Registro de la exposición oral (anotaciones del docente y compañeros).
- Respuestas en el ticket de salida reflejando comprensión y reflexión.