

Publicidad del producto con herramientas TIC

Tecnología e Informática | Tecnología

Descripción del Curso

La asignatura Tecnología se estructura en cuatro unidades, diseñadas para fomentar la alfabetización digital, la creatividad y la capacidad de aplicar conocimientos en situaciones reales. Cada unidad combina fundamentos teóricos con prácticas digitales, utilizando herramientas TIC para la creación, revisión y difusión de productos técnicos y multimedia. En particular, la Unidad 4 se centra en la creación de un anuncio corto en formato digital (15-20 segundos). Dado que el grupo destinatario son estudiantes de 13 a 14 años, las actividades están planificadas para promover el aprendizaje seguro, ético y colaborativo, con énfasis en la planeación, la producción y la revisión de contenidos audiovisuales. Unidad 4 - Creación de un anuncio corto en formato digital (15-20 segundos): - Esta unidad promueve la creación de un anuncio de video corto, con un guion básico, recursos visuales y producción utilizando herramientas TIC de edición y revisión de video, orientado a estudiantes de 13-14 años. Objetivo de la unidad: - Crear un anuncio corto en formato digital (15-20 segundos) para un producto, con guion básico y recursos visuales, y producirlo utilizando herramientas TIC de edición y revisión de video. Específicos: - Escribir un guion corto y claro para un anuncio de 15-20 segundos. - Planificar recursos y escenas para el video, respetando el tiempo y la seguridad. - Editar y revisar el video utilizando herramientas TIC adecuadas para asegurar coherencia y calidad.

Competencias

- Diseñar, planificar y producir un anuncio corto en formato digital (15-20 segundos), aplicando un guion y recursos visuales. - Analizar requisitos de seguridad, ética y derechos de autor en la producción audiovisual. - Emplear herramientas TIC de edición de video para crear y revisar productos multimedia. - Desarrollar habilidades de comunicación oral y visual para presentar mensajes claros. - Trabajar de forma colaborativa en equipo para planificar y ejecutar proyectos. - Gestionar el tiempo y los recursos para cumplir con plazos y entregables. - Evaluar críticamente procesos y productos para identificar mejoras en coherencia, calidad y impacto.

Requerimientos

- Dispositivo con capacidad de grabación y edición de video (smartphone, cámara o computadora) y acceso a herramientas TIC de edición. - Conexión a Internet para descargar o actualizar software, recursos y guiones. - Software de edición de video accesible o educativo (p. ej., apps o programas como iMovie, OpenShot, Windows Video Editor) y recursos visuales básicos. - Material para planificación y guion (cuaderno, lápiz, dispositivo de escritura) y cumplimiento de normas de seguridad y convivencia. - Conocimientos básicos de derechos de autor y uso responsable de imágenes, música y efectos sonoros. - Espacios y tiempos asignados para la grabación, edición y revisión, con supervisión adecuada.

Unidades del Curso

Unidad 1: Unidad 1: Análisis de campañas publicitarias con herramientas TIC

Objetivos de Aprendizaje

- Explicar cada elemento de la campaña publicitaria: objetivo, público objetivo, mensaje y canales, a partir de ejemplos analizados.
- Analizar al menos tres anuncios reales seleccionados en línea para identificar los elementos clave.
- Explicar cómo las TIC facilitan la búsqueda, recopilación y comparación de anuncios.

Contenidos Temáticos

1. **Tema 1:** Conceptos de campaña publicitaria. Descripción breve: qué busca una campaña y qué elementos la componen.
2. **Tema 2:** Análisis de anuncios: criterio de evaluación, observación de público y mensaje.
3. **Tema 3:** Búsqueda y recopilación en TIC: uso de buscadores, bancos de anuncios y herramientas para tomar notas.

Actividades

- **Actividad 1: Observa y anota** Descripción: El alumnado busca tres anuncios en internet, identifica objetivo, público, mensaje y canales, y registra ejemplos en una tabla. Puntos clave: criterios de análisis; uso básico de buscadores. Aprendizaje activo: aplicar criterios de análisis a ejemplos reales.
- **Actividad 2: Debate guiado** Descripción: En parejas comparan anuncios diferentes y discuten por qué funcionaron o no, enfocándose en el público y el mensaje. Aprendizaje activo: argumentar con evidencia de los anuncios.
- **Actividad 3: Presentación corta de hallazgos** Descripción: Cada grupo comparte un resumen de tres anuncios y los elementos analizados, con enlaces o capturas de pantalla. Aprendizaje activo: síntesis y comunicación digital.

Evaluación

Se evaluará: a) Identificación correcta de los elementos en cada anuncio (40%), b) Capacidad de análisis y justificación (40%), c) Uso de TIC para buscar ejemplos y organizar información (20%).

Unidad 2: Unidad 2: Herramientas TIC para la creación de publicidad

Objetivos de Aprendizaje

- Identificar tres tipos de herramientas TIC para la creación publicitaria (edición de imágenes, video, difusión).
- Explicar cómo cada tipo de herramienta puede influir en la percepción del público (atractivo, claridad, persuasión).
- Ejemplificar con casos breves el uso de estas herramientas en campañas escolares o comunitarias.

Contenidos Temáticos

1. **Tema 1:** Edición de imágenes para publicidad. Descripción: herramientas como filtros, recorte, texto y composición básica.
2. **Tema 2:** Edición de video para publicidad. Descripción: cortes, música, texto en pantalla y duración; herramientas simples en línea o software educativo.
3. **Tema 3:** Difusión y ética en redes sociales. Descripción: plataformas, seguridad, permisos y alcance del público.

Actividades

- **Actividad 1: Taller de edición de imágenes** Descripción: Usando una imagen simple, los estudiantes aplican recorte, ajuste de color y superposición de texto para crear un cartel breve. Aprendizajes: conceptos de composición y legibilidad.
- **Actividad 2: Mini-clip publicitario** Descripción: En grupos, crean un video corto (10-15 segundos) usando un editor sencillo, incorporan texto y una pista musical aprobada. Aprendizaje: organización de ideas, edición básica y duración.
- **Actividad 3: Plan de difusión** Descripción: Definen la audiencia y el canal adecuado para un producto escolar y discuten consideraciones éticas y de seguridad de las redes. Aprendizaje: ética y plataformas.

Evaluación

Se evaluará: a) Calidad técnica de la edición (30%), b) Claridad del mensaje y adecuación al público (40%), c) Plan de difusión y reflexión ética (30%).

Unidad 3: Unidad 3: Diseño de un cartel publicitario digital para un producto escolar

Objetivos de Aprendizaje

- Aplicar reglas de composición para un cartel, asegurando contraste y jerarquía de información.
- Seleccionar tipografía legible y tamaños apropiados para lectura rápida.
- Utilizar herramientas de edición de imágenes para crear un cartel final coherente con la finalidad educativa.

Contenidos Temáticos

1. **Tema 1:** Principios de diseño publicitario. Descripción: contraste, jerarquía y legibilidad.
2. **Tema 2:** Tipografía y composición. Descripción: elegir tipografías adecuadas y tamaño de texto.
3. **Tema 3:** Uso de herramientas TIC de edición de imágenes. Descripción: capas, recorte, filtros y exportación de formatos.

Actividades

- **Actividad 1: Taller de cartel digital** Descripción: Con un producto escolar, el grupo diseña un cartel aplicando contraste y jerarquía. Presentan bocetos y luego se realiza la versión digital. Aprendizajes: diseño centrado en

público, uso de capas y exportación.

- **Actividad 2: Revisión entre pares** Descripción: Cada cartel se revisa con criterios de legibilidad y diseño; se proponen mejoras y se aplica feedback. Aprendizajes: crítica constructiva y mejoras técnicas.

Evaluación

Se evaluará: a) Aplicación de principios de diseño (40%), b) Calidad de la tipografía y jerarquía (30%), c) Uso correcto de herramientas de edición (30%).

Unidad 4: Unidad 4: Creación de un anuncio corto en formato digital (15-20 segundos)

Objetivos de Aprendizaje

- Escribir un guion corto y claro para un anuncio de 15-20 segundos.
- Planificar recursos y escenas para el video, respetando el tiempo y la seguridad.
- Editar y revisar el video utilizando herramientas TIC adecuadas para asegurar coherencia y calidad.

Contenidos Temáticos

1. **Tema 1:** Guion y narrativa. Descripción: estructura básica de un anuncio corto, mensaje y llamada a la acción.
2. **Tema 2:** Materiales y recursos visuales. Descripción: imágenes, video clips, música y texto en pantalla.
3. **Tema 3:** Edición y revisión de video. Descripción: edición básica, efectos simples y revisión de seguridad digital.

Actividades

- **Actividad 1: Escribe y comparte un guion** Descripción: El grupo escribe un guion breve para 15-20 segundos y lo comparte para comentarios de clase. Aprendizajes: claridad del mensaje y estructura narrativa.
- **Actividad 2: Producción y edición** Descripción: Graban o usan secuencias existentes, editan con herramientas simples y añaden texto. Aprendizajes: manejo de herramientas de edición y tiempos.
- **Actividad 3: Revisión y retroalimentación** Descripción: Se ve el video final y se discute feedback para mejoras. Aprendizajes: evaluación crítica y mejora continua.

Evaluación

Se evaluará: a) Guion y claridad del mensaje (30%), b) Calidad de la edición y sincronización (40%), c) Presentación final y reflexión sobre la difusión (30%).