

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA
ESCUELA DE ESPAÑOL Y LITERATURA
LICENCIATURA EN LITERATURA Y LENGUA CASTELLANA
PRÁCTICA DE AULA 3
PLANEACIÓN DE CLASE 2 – DISCURSO PUBLICITARIO

Institución Educativa María Dolorosa

Materia: Castellano

Nombre del maestro practicante: Luisa Fernanda Arango Álvarez

Grado: 9ºB

Fecha: 09/04/2025 – 01/05/2025

Competencia	Estándares de competencias:	DBA:
Comprensión e interpretación textual	Comprendo e interpreto textos, teniendo en cuenta el funcionamiento de la lengua en situaciones de comunicación, el uso de estrategias de lectura y el papel del interlocutor y del contexto.	Interpreta textos atendiendo al funcionamiento de la lengua en situaciones de comunicación, a partir del empleo de estrategias de lectura.
Producción textual	Produzco textos escritos que evidencian el conocimiento que he alcanzado acerca del funcionamiento de la lengua en situaciones de comunicación y el uso de las estrategias de producción textual.	Produce textos verbales y no verbales, a partir de los planes textuales que elabora, y siguiendo procedimientos sistemáticos de corrección lingüística.
Medios de comunicación y otros sistemas simbólicos	Comprendo los factores sociales y culturales que determinan algunas manifestaciones del lenguaje no verbal.	Confronta los discursos provenientes de los medios de comunicación con los que interactúa en el medio

		para afianzar su punto de vista particular.
--	--	---

Objetivo de enseñanza:

1. Comprender e interpretar textos de corte argumentativo
2. Producir discursos publicitarios ajustado a un contexto específico.
3. Relacionar la teoría sobre el discurso publicitario, vista en clase, con su contexto y experiencias personales.

Clase 1 (9/04/2025)

Actividades de inicio o encuadre:

- Se iniciará la clase con el saludo y se dará espacio al momento lector. (15 min)
- Se hará una actividad de sondeo sobre el discurso publicitario. El salón se divide en dos y corriendo deberán coger el objeto en el centro del aula, el equipo que logre el objeto podrá responder la pregunta planteada por el docente. Cada pregunta correcta les dará a los equipos un punto; al final el equipo con más puntos gana. (15 minutos)

Actividades de desarrollo:

- ¿Qué es publicidad y que no es publicidad?: se les pide a los estudiantes hacerse en equipos de 6 estudiantes y el docente le entregará a cada equipo un texto donde se explica el discurso publicitario y sus componentes centrales, se les pedirá que lo lean y harán el borrador de un mapa mental con los componentes del discurso publicitario. Todo esto en constante compañía del docente. (15 min)

Actividades de cierre:

- El docente hará un resumen general de la clase y se responderán las inquietudes. Además, se asignará como tarea la culminación del mapa mental y su preparación para la exposición. (5 minutos)

(Se aclara que el día 10 de abril los estudiantes no tuvieron clase. La semana del 14 al 18 de abril fue el receso de semana santa. Y el día 23 de abril fue la celebración del día del idioma)

Clase 2 (24/04/2025)

Actividades de inicio o encuadre:

- Se iniciará la clase con el saludo y se dará espacio al momento lector. (15 min)

Actividades de desarrollo:

- Se realizarán las exposiciones del mapa mental que había quedado como tarea. En esta actividad se calificará la coherencia en el discurso, la participación de todos los integrantes del equipo, el material usado para la exposición y el contenido del mismo. (40 min)
- Se explica la actividad de crear el “Producto o objeto” y los pasos para crear la pieza publicitaria. Está actividad será realizada en los equipos ya conformados y como producto de clase el docente se llevará en una hoja la planeación o borrador de la pieza publicitaria para ser calificado. Las instrucciones son: (30 min)
 1. Crea un objeto que incluya partes de los 3 objetos que eligieron, luego decidan que va hacer ese objeto y a cuál de las dos acciones va ayudar o suplir. Dibújalo en una hoja, puedes usar las imágenes para formar el dibujo y describe a detalle el producto, su función y cómo funciona.
 2. Crea tu pieza publicitaria teniendo en cuenta los 4 componentes del discurso publicitario, para vender el objeto que acaban de crear.

Lenguaje verbal y no verbal: Descripción del producto, su función, eslogan, símbolos, colores.

Definición del público objetivo: ¿Para quién esta creado el objeto?

¿Deportistas, estudiantes, mujeres, hombres, niños, empresarios? Describe tu público objetivo, edades, intereses, geolocalización.

Estrategia de persuasión: Deberan elegir las estrategias que llevará

- Reciprocidad (muestras, regalos extra)
- Escasez (quedan pocas unidades, poco tiempo disponible, exclusividad)
- Autoridad (especialistas, cifras, porcentajes, pruebas)
- Simpatía (mostrarse amigable, atento)
- Prueba social (mostrar gente comprando, cifras de personas que están interesadas)
- Apelación a la emoción (usar las emociones a tu favor)

Medios de difusión: Elige el medio por el cual van a realizar la difusión de la venta de tu producto, pueden elegir alguna de estas opciones:

- Cartel publicitario.

- Video de aproximadamente 4 min o más.
- Hoja de periódico.
- Flyer o volante publicitario.

Actividades de cierre:

- El docente pedirá que los estudiantes ordenen el salón y se dejará en claro que notas saldrán de la actividad. (15 min)

Clase 3 (30/04/2025)

Actividades de inicio o encuadre:

- Se iniciará la clase con el saludo y se dará espacio al momento lector. (15 min)

Actividades de desarrollo:

- Se les pedirá a los estudiantes culminar su pieza publicitaria, siendo este día el límite para hacer entrega del mismo. (30 min)

Actividades de cierre:

- El docente hará un resumen general de la clase y se responderán las inquietudes. Además, se les pedirá que planeen un discurso corto dónde le cuenten al grupo acerca de su trabajo. (5 minutos)

Clase 4 (1/05/2025)

Actividades de inicio o encuadre:

- Se iniciará la clase con el saludo y se dará espacio al momento lector. (15 min)

Actividades de desarrollo:

- Cada equipo le cuenta al grupo su trabajo, describe su producto, su función y hacen claridad de cada componente del discurso publicitario en su trabajo. (30 min)
- Se hará una pausa activa con un juego de memorización. (20 min)
- Cada equipo le cuenta al grupo su trabajo, describe su producto, su función y hacen claridad de cada componente del discurso publicitario en su trabajo. (20 min)

Actividades de cierre:

- El docente hará un resumen general de la clase y se responderán las inquietudes. Además, se les pondrá tarea de responder a la pregunta ¿Qué es el Collage y para qué sirve? (15 min)

Clase 5 (7/05/2025)**Actividades de inicio o encuadre:**

- Se iniciará la clase con el saludo y se dará espacio al momento lector. (15 min)

Actividades de desarrollo:

- Se les pedirá a los estudiantes poner en común su tarea y junto al docente conocerán sobre el collage. (10 min)
- Luego se les explicará la actividad, que consiste en construir un collage que represente el libro que recién terminaron de leer “Por favor vuelve a casa” de Christine Nöstlinger y darán inicio a esta actividad. (20 min)

Actividades de cierre:

- El docente hará un resumen general de la clase y se responderán las inquietudes. (5 min)

(Se aclara que el día 14 y 15 no hubo clase en el colegio debido a comité de evaluación)

Clase 5 (21/05/2025)**Actividades de inicio o encuadre:**

- Se iniciará la clase con el saludo y se dará espacio al momento lector. (10 min)

Actividades de desarrollo:

- Se les pedirá a los estudiantes terminar la creación del collage y entregarla al docente. (30 min)

Actividades de cierre:

- El docente hará un resumen general de la clase y se responderán las inquietudes. (10 min)

Clase 5 (22/05/2025)

Actividades de inicio o encuadre:

- Se iniciará la clase con el saludo y se dará espacio al momento lector. (15 min)

Actividades de desarrollo:

- Se hará la autoevaluación y la coevaluación con los estudiantes. (20 min)
- Se hará la actividad de despedida que se acordará con los alumnos. (50 min)

Actividades de cierre:

- El docente hará un resumen general de la clase y se responderán las inquietudes. Se les pedirá los cuadernos para ser calificados y se entregarán ese mismo día. (15 min)

Evaluación del proceso de aprendizaje:

El proceso evaluativo se hará de manera cualitativa mediante el proceso de observación e interacción con los estudiantes y su participación en la dinámica de clase. A su vez, se hará de manera cuantitativa con los productos entregados.

Actividades complementarias

Como respaldo para el cumplimiento del tiempo para la realización de la planeación se propone la siguiente actividad de respaldo, teniendo como tema principal el discurso publicitario

1. Se les pedirá a los estudiantes hacerse en parejas y tendrán que buscar en internet un ejemplo de una pieza publicitaria.
2. Seguido a esto, identificarán los 4 componentes del discurso publicitario.
3. Posteriormente, compartirán con el resto del grupo sus hallazgos.

Referentes conceptuales y bibliografía:

Ministerio de educación. (2016). Derechos Basicos de Aprendizaje.https://www.colombiaaprende.edu.co/sites/default/files/files_public/2022-06/DBA_Lenguaje-min.pdf

Ministerio de educación. (2006). Estándares Básicos de Competencias.https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-340021_recurso_1.pdf

Medel, M. Á. V. (1993). Introducción al análisis del discurso publicitario. Cuestiones publicitarias, (1), 42-54.

Nöstlinger, C. (1994). Por favor vuelve a casa. Norma.