

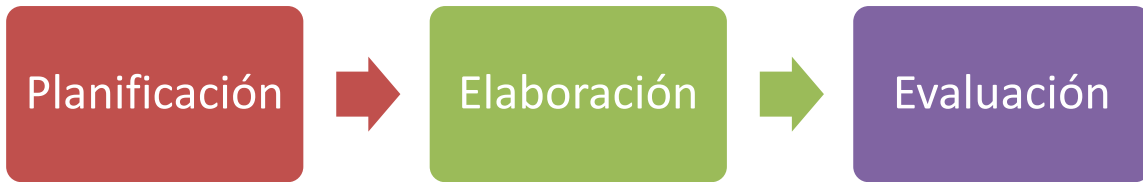
GUÍA N°8 DE PRIORIZACIÓN CURRICULAR ELABORACIÓN, PRUEBA Y EVALUACIÓN DE OBJETOS TECNOLÓGICOS USANDO DISTINTAS TÉCNICAS, MATERIALES Y HERRAMIENTAS

OA 4: Probar y evaluar la calidad de los trabajos propios o de otros, de forma individual o en equipos, aplicando criterios de funcionamiento, técnicos, medioambientales, estéticos y de seguridad, y dialogando sobre sus resultados e ideas de mejoramiento.

Lunes 4 de octubre de 2021

Actividad I

Repasa oralmente con tu curso las etapas de elaboración que han desarrollado en este proyecto.



Actividad II

Ya han evaluado el trabajo realizado y lo han sometido a mejoras. ¡Ahora su producto está listo para salir al mercado!

Pero falta algo muy importante: LA PUBLICIDAD

Todos los usuarios potenciales deben informarse sobre el producto diseñado y cuáles son sus características, así lo preferirán para cubrir sus necesidades.

Mira este video que explica cómo la publicidad ayudará a promover tu producto.

https://www.youtube.com/watch?v=3_yXjMM4Vqo



Actividad III

Diseña tu campaña publicitaria.

Toda campaña publicitaria aborda distintos medios de comunicación: radio, televisión, Internet, publicaciones impresas (diarios, periódicos y revistas). Es importante que planifiques bien qué harás para cada medio.

Usa la siguiente ficha para organizarte.

PUBLICIDAD DE OBJETO TECNOLÓGICO

OBJETO (qué es): _____

NOMBRE COMERCIAL: _____

Características: _____

Publicidad en audio (radio)	Publicidad audiovisual (Internet y televisión)	Publicidad visual (diarios, periódicos y revistas)
¿Qué música tendrá?	¿Qué música tendrá?	¿Qué colores y fondo tendrá?
¿Qué dirá? (eslogan)	¿Qué dirá? (eslogan)	¿Qué dirá? (eslogan)

Un **eslogan** es un lema o título, generalmente utilizado en publicidad. El eslogan es una frase compuesta de una o más palabras que definen una marca y que, en general, acompaña a un logo (la identidad de una marca). Por ejemplo: *Porque tú lo vales* (L'Oréal)

El eslogan brinda significado al logo y ayuda a establecer la marca en el mercado. No solo representa a la marca, sino que identifica al consumidor (público objetivo) para que este, a su vez, se identifique con el producto y se produzca el acto de consumo.

Ahora planifica en detalle cada uno de los elementos. Debes crear un guion para la publicidad radial, un guion gráfico para la publicidad audiovisual y un boceto o diseño para la publicidad en medios impresos.

Es muy importante que seas detallista y pienses en cómo vender tu producto lo mejor posible.

Mira el ejemplo de una campaña publicitaria

Tecnología

Prof. Robinson J. Ahumada O.

Quinto año básico



Usa las siguientes hojas para planificar cada aspecto de tu campaña

RADIO

Tecnología

Prof. Robinson J. Ahumada O.

Quinto año básico

TELEVISIÓN E INTERNET

Tecnología

Prof. Robinson J. Ahumada O.

Quinto año básico

PERIÓDICOS, REVISTAS Y DIARIOS