

PLAN DE APRENDIZAJE REMOTO
FICHA DE TRABAJO N°8
TECNOLOGÍA 1° MEDIO

NOMBRE ALUMNO/A				FECHA	junio.
MODALIDAD	Sincrónico/Asincrónico	EVALUACIÓN	Sumativa	TIEMPO	45 minutos
CONTENIDO	La publicidad			CURSO	1° Medio
OA	Entender lo que es la publicidad y su importancia para el éxito de una servicio				
Habilidades	Observar, describir, identificar, diferenciar				
Instrucciones Generales.	<p>Te invito a pensar en la creación de un servicio digital o que utilice herramientas tas digitales, para ello lee con atención la ficha con las posibles necesidades que pueden satisfacer en la creación de su servicio.</p> <p>Puedes enviarme la guía resuelta al siguiente correo marcelapalmahuerta@gmail.com</p> <p>Estaré atendiendo consultas en el horario entregado durante la jornada de la tarde por zoom y al correo electrónico entregado.</p>				

PUBLICIDAD EN TODA SU EXPRESIÓN

LOS OBJETIVOS DE LA PUBLICIDAD

Los objetivos de la publicidad son los siguientes:

- Informar
- Persuadir.
- Recordar.

Dependiendo del marketing la publicidad debe responde a tres necesidades:

- 1.- Informar:
- 2.-Persuadir:
- 3.- recordar:

El camino que debe seguir un mensaje publicitario para efectuar un proceso de persuasión es el siguiente; Todo mensaje publicitario deben ser visto y leídos por los usuarios, es decir, que lo vea, lo advierta y se interese por el. La publicidad se encarga de hacer que los usuarios de un producto lo necesiten y lo compren, esto lo realizan por medio de campañas publicitarias.



La información es una de las cualidades para dar a conocer un producto.



La venta de un producto en vitrina es la mejor forma de persuadir a un cliente

Pero por otra parte las campañas publicitarias pueden poseer otros objetivos más específicos tales como:

- Ayudar a introducir el producto en el mercado.
- Mantener el producto en el mercado actual.
- Ayudar a conseguir establecimientos que ofrezcan el producto para su comercialización.
- Preparar el camino a los vendedores.
- Informar de los nuevos productos disponibles y su uso.
- Potencializar el producto a nuevos compradores.



El usuario que compra un determinado producto, compra bien cuando tiene diversidad de artículos para elegir.

La venta de un producto en vitrina es la mejor forma de persuadir a un cliente.

Sabías que...

Las empresas gastan en publicidad casi el 50% de su capital para dar a conocer sus productos, así ganan nuevos mercados especialmente extranjeros, La trasnacional Coca cola es uno de ellos ya que da a conocer sus productos en todos los idiomas a escala mundial...



Para lograr los objetivos de la publicidad se tiene que tener claro los objetivos específicos, por lo tanto hay que:

- **Conocer** el tipo de público al cual va dirigido el producto.
- **Seleccionar** los medios de difusión del producto.
- **Crear** el mensaje publicitario.
- **Planificar** los medios en función del tiempo.
- **Determinar** el presupuesto de gasto de la publicidad.
- **Medir** los resultados.

Es importante tener presente en proceso de la comunicación para poder generar un buen mensaje publicitario



Factores que favorecen y desfavorecen la publicidad

Favorables

- Claridad del mensaje.
- Autoridad.
- Impacto en la audiencia.
- Credibilidad en el producto.
- Relevancia.
- Permanencia en el tiempo.

Desfavorables

- Indiferencia del público.
- Antipatía.
- Incomprensión del mensaje.
- Competencia desleal.
- Fallos de memoria del usuario con respecto al producto.
- Cambio de mercado.

EN RESUMEN

Un mensaje publicitario debe recorrer un camino de presentación de un producto hasta la venta de este producto.

Toda actividad publicitaria debe fijarse previamente en determinados objetivos específicos, siempre se debe tener en cuenta los valores añadidos como presensación, envase, color, forma tamaño etc. Del producto que se quiere promocionar. Los valores añadidos que han de satisfacer las necesidades de tipo general, prestigio social, exclusividad, estilo etc. Han de estar relacionados con la imagen del consumidor.

Las campañas publicitarias se miden por la cantidad de personas que recuerdan el producto, cuando fue anunciado el producto, con que frecuencia el mensaje fue anunciado y lo original de la presentación.

En algunos usuarios se produce un olvido en los productos, lo mejor es la simplicidad en el mensaje pues, produce mayores efectos en las personas que compran los artículos que se ofrecen.

Para que Pienses:

“El mejor producto no es el más costoso; Si no el que satisface tu necesidad”

Jorge Jimenez A

Las características de la actuación comunicacional del consumidor sufren un proceso de cinco niveles:

DESCONOCIMIENTO

CONOCIMIENTO

COMPRESION

CONVICCION

ACCION



La Publicidad es fundamental en la vida de las personas, al momento de elegir un producto.

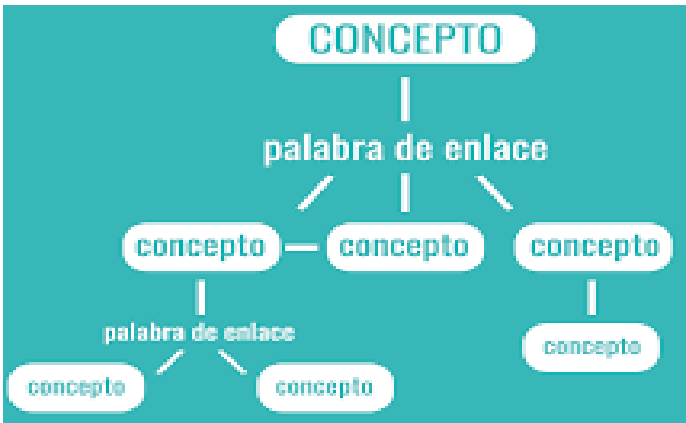
Actividades

I-. En una hoja en blanco papel oficio o en una hoja de blok , realiza una propaganda o publicidad a mano, tipo afiche, que sea dirigida al cuidado del Medio Ambiente, para ello ten en cuenta:

- 1.- El tamaño de las letras,
- 2- la forma y color de las letras
- 3- El mensaje que deseas dar, con textos cortos.
- 4. A qué población va dirigido el mensaje, niños, adultos, jóvenes, adultos mayores, a todo tipo de público.
- 5- Las imágenes o dibujos que quieras incorporar.

II-. Construya un mapa conceptual de los contenidos de la guía, para ello considere:

- 1- Un título atinente al tema general del mapa.
- 2- Conceptos
- 3- Palabras de enlace o conectores que relacionen los conceptos utilizados en el mapa.
- 4- Los conceptos deben ir con mayúscula
- 5- Las palabras de enlace o conectores deber ir en minúsculas.
- 6- Los conceptos se relacionan además con flechas.



EJEMPLOS

