PROPÓSITO:

GUÍA # 2 - IV PERIODO

IDENTIFICAR QUÉ ES EL TEXTO PUBLICITARIO Y RECONOCER SU ESTRUCTURA

ELABORAR TEXTOS PUBLICITARIOS TENIENDO EN CUENTA PAUTAS DE ELABORACIÓN

MOTIVACIÓN:

"LOS SUEÑOS SON LA GASOLINA PARA ALCANZAR EL ÉXITO"

Analiza y reflexiona sobre los mejores comerciales que se han producido en Colombia

LOS MEJORES

EXPLICACIÓN:

ESCRIBE EL EL CUADERNO LA SIGUIENTE INFORMACIÓN

¿Qué es la publicidad?

La publicidad es una forma de comunicación visual, escrita, o auditiva cuya función principal es informar, difundir y persuadir al consumidor sobre un producto o servicio, insertar una nueva marca o producto dentro del mercado de consumo, mejorar la imagen de una marca o reposicionar un producto o marca en la mente de un consumidor. Esto se lleva a cabo mediante campañas publicitarias que se difunden en los medios de comunicación siguiendo un plan de comunicación preestablecido.

Características:

-Lenguaje porque crea anuncios y transmite mensajes.

-Logística porque administra distribución, medios y espacios

-Universalidad porque siempre tiene como objetivo llegarle a todos los miembros de un grupo establecido.

Tipos de Publicidad

- Publicidad visual: la encontramos en la impresa; posters, carteles , vallas publicitarias, rotulación de transporte, flyers, publicaciones periódicas...

- Publicidad audiovisual: la encontramos en la televisión; spots comerciales, promociones via presentador/a , trailers...
- Publicidad auditiva: la encontramos en la radio: promociones, cuñas, entrevistas

Los diferentes tipos de mensajes publicitarios:

• La cuña. Es un mensaje comercial corto, que se graba antes de emitirlo, es decir, no se hace en vivo. Se emite intercalado entre varios programas o en las pausas que se realizan en la emisión de cada uno. Por tratarse de un mensaje pregrabado, generalmente utiliza todos los recursos de sonido y efectos especiales para impactar al oyente. Es el formato más usado en la radio y su duración suele estar entre los 20 y los 30 segundos.

• El flash o ráfaga. Se trata de una frase corta o eslogan que dura máximo 10 segundos. Las ráfagas,

generalmente, buscan crear intriga en el oyente en un primer momento, para más adelante resolverla por medio de un mensaje más extenso.

• La mención. En ocasiones, a medida que se desarrolla un programa radial el locutor o presentador del programa mencionan un producto o servicio de modo aparentemente espontáneo, pero que, como en los otros casos, se trata de publicidad pagada por la marca mencionada. La duración de este tipo de mensaje no excede el minuto.

• El microprograma. Este tipo de mensaje tiene una estructura similar a la de cualquier programa radial no publicitario; sin embargo, su intención es esa. El microprograma busca integrar en la programación información y publicidad sobre un producto, de varias formas: puede ser como una entrevista o como llamadas de consulta de los oyentes, etc. Lo importante es tener claro que su sentido sigue siendo comercial y que representa los intereses de los anunciantes.

• El patrocinio. Es cuando una marca comercial financia un programa. Esa marca busca entonces que su producto tenga una presencia continua, durante el programa, por medio de menciones, cuñas y otro tipo de mensajes publicitarios.

• Jingle. Es también uno de los tipos de mensaje más habitual y consiste en crear una composición musical cantada con el propósito de promocionar una marca o servicio.

EJERCICIOS:

SIGAMOS APRENDIENDO SOBRE ESTE GRAN TEMA

LA PUBLICIDAD

EVALUACIÓN:

EN EL CUADERNO REALIZA LAS ACTIVIDADES CON EL SIGUIENTE ENCABEZADO:

GUÍA # 2 - III PERIODO

ESTUDIANTE:

GRADO:

TEMA:

1- COPIA EN EL CUADERNO LA INFORMACIÓN SOBRE LA PUBLICIDAD QUE SE ENCUENTRA EN EXPLICACIÓN

2- ELABORA UNA PUBLICIDAD A LOS ELEMENTOS DE BIOSEGURIDAD PARA ESTA ÉPOCA DE PANDEMIA - PUEDES HACER UN CARTEL BIEN COLORIDO, O UNA PROPAGANDA, (ELABORAR UN VIDEO)

TOMA FOTOS MUY BIEN TOMADAS O ENVÍA EL VIDEO EL DÍA ACORDADO

ESPERO TRABAJOS MUY BONITOS MIS MUCHACHOS. ÉXITOS Y BENDICIONES

BIBLIOGRAFÍA:

https://contenidosparaaprender.colombiaaprende.edu...