

TRABAJO DE FIN DE GRADO
DE MAESTRO EN EDUCACIÓN PRIMARIA

PROYECTO DE INNOVACIÓN
INVASORES DE LA PUBLICIDAD

AITOR GUTIÉRREZ CEJAS

CURSO ACADÉMICO 2016/2017

CONVOCATORIA JUNIO

PROYECTO DE INNOVACIÓN: INVASORES DE LA PUBLICIDAD

Resumen: Este proyecto intenta trabajar distintos contenidos del currículo de primaria usando como eje vertebrador la publicidad. Para ello, se propone llevar a cabo la realización de tres dossiers con el objetivo de conseguir que los alumnos sean los creadores de su propio conocimiento. Esta manera de trabajar y organizar las actividades, les motivará a aprender y superar los distintos obstáculos que se encuentren durante su realización.

Palabras clave: Proyecto, innovación, publicidad y educación primaria.

Abstract: This project tries to work different contents of the primary curriculum using publicity as the supporting axis. For this, we carry out three dossiers with the aim of making the students the creators of their own knowledge. This way of working and organizing the activities, will motivate them to learn and overcome the various obstacles that are encountered during their realization.

Keywords: Project, innovation, publicity and primary education.

En el presente Trabajo de Fin de Grado se aplica la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo (BOE no 71 de 23032007), para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, así como la Ley 1/2010, de 26 de febrero, Canaria de Igualdad entre Mujeres y Hombres (BOC no 45 de 05032010). Toda referencia a personas, colectivos, representantes, u otros, contenida en este documento y cuyo género gramatical sea masculino, se entenderá referido a ambos sexos, y, por tanto, la posibilidad de referirse a mujeres y hombres.

ÍNDICE

1. Introducción.....	1
2. Justificación.....	1
3. Contextualización.....	3
4. Diseño del proyecto.....	4
5. Objetivos.....	9
6. Metodología.....	10
7. Recursos.....	11
8. Cronograma del proyecto.....	11
9. Evaluación.....	23
10. Presupuesto.....	27
11. Conclusiones.....	28
12. Bibliografía.....	30
13. Anexos.....	32

1. Introducción

Crear un ambiente en el aula donde los alumnos se sientan miembros de una agencia publicitaria, poder trabajar interdisciplinariamente diversos contenidos del currículo usando como nexo de unión la publicidad, hacer que los alumnos sean protagonistas de su propio aprendizaje y que aprender sea un reto que deben superar para llegar a exponer y presentar sus trabajos en el primer festival publicitario de su centro de enseñanza... Estos son algunos propósitos que se intentarán conseguir llevando a cabo el desarrollo de este proyecto de innovación. En las siguientes líneas se explicarán paso por paso cómo ha sido su diseño y se mostrarán los recursos y la estructura organizativa del mismo.

2. Justificación

En primer lugar, se ha llevado a cabo una revisión bibliográfica y de recursos web relacionados con el tema que se quiere diseñar el proyecto de innovación (Anexo 1). Además se ha tenido que buscar algunos términos y definiciones que tengan relación con la publicidad y que ayudarán a poder a llevar el proyecto con mayor conocimiento en la materia (Anexo 2).

La búsqueda llevada a cabo ha permitido encontrar diferentes páginas web, artículos y proyectos que tratan y trabajan la publicidad en las aulas, ofreciendo diversas propuestas didácticas y actividades para llevar a cabo con los alumnos. Los temas que exponen principalmente están relacionados con la influencia de la publicidad en la sociedad, los valores y contravalores que emite (delgadez, sexo, discriminación...), los mensajes y juguetes sexista que atrapan y convencen a los niños, la relación publicidad-matemáticas, la creación de anuncios publicitarios, su puesta en escena, grabación, el diseño de carteles empleando un uso correcto del lenguaje, etc., siendo el objetivo en muchos de ellos crear un espíritu crítico en los alumnos y que estos sean capaces de darse cuenta de los valores, muchas veces negativos, que la publicidad presenta.

La publicidad ejerce influencia en los personas y por lo tanto también lo hace con el alumnado. Es por ello, que consideramos importante conseguir que los alumnos sepan diferenciar qué publicidad es dañina para ellos y cual no. Fernández Ulloa (2012) pone de manifiesto la “intoxicación informativa” a la que están diariamente sometidos los

niños, y realiza una propuesta didáctica para lograr que sean más críticos frente a la publicidad que se les presenta día a día¹.

En la propuesta realizada por esta autora encontramos, de acuerdo a nuestra opinión, que las actividades no parecen ajustarse a lo que deseamos. Es por ello que con este proyecto se ha intentado modificar la propuesta didáctica realizada por ella, ya que están enfocadas a trabajar principalmente el tema del sexismo, y entendiendo que nuestra propuesta va un paso más allá, debido a que se trabajan más temas como el racismo, los estereotipos, la no discriminación, valores de igualdad, saber diferenciar la publicidad engañosa, los hábitos de vida saludable... Asimismo, hemos intentado utilizar un diseño de las actividades más llamativas para los alumnos, pues consideramos que en ocasiones la propuesta de la autora puede ser monótona para ellos.

La búsqueda e investigación de lo trabajado en las aulas en relación a dicho tema ha permitido conocer que esta propuesta presenta una nueva forma de trabajar, un camino aún no explorado pudiendo afirmar que diferentes aspectos lo hacen verdaderamente innovador. Por un lado, en el proyecto no se trata de forma aislada un contenido del currículo, ni se centra en un área específica, sino que se propone, a partir **de un eje central como es la publicidad, integrando numerosos contenidos del currículo para trabajarlos interdisciplinariamente**. Por ejemplo, a partir del producto Cola Cao, se puede trabajar la historia de España, el reparto africano, valores sobre discriminación, racismo, etc., así como hacer uso de mapas, escalas y gráficos. Asimismo, y debido al momento y curso en el que se llevará a cabo el proyecto, último mes del curso de 6º de primaria, se ha diseñado el mismo como un **instrumento de evaluación** que permitirá, además, fijar y repasar diferentes contenidos trabajados durante todo el curso.

Igualmente, y como otro aspecto innovador, este proyecto es **modular y adaptable**, pues de forma idónea se puede recurrir al proyecto en su totalidad o a una parte de él como recurso para trabajar de forma más específica aspectos concretos. De igual forma, realizando los cambios curriculares pertinentes así como el de algunas actividades, se puede adaptar este proyecto a los diferentes cursos de primaria e incluso de secundaria. Tiene esta posibilidad porque si en lugar de seleccionar contenidos del currículo de primaria lo hiciéramos del currículo de secundaria y a su vez modificáramos las

¹ Fernández Ulloa, T. (2012). La Publicidad . Ejemplo de actividades para primaria. Recuperado de: DIALNET: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4678293>

actividades de los dossiers que hemos diseñado. Podríamos adaptarlo al nivel de los alumnos de secundaria, sabiendo que el tema de la publicidad también se trabaja en el área de sociales en secundaria.

Uno de los propósitos de nuestro proyecto es crear un clima de aula que propicie que los alumnos puedan sentirse miembros de una agencia de publicidad “real”, para ello dividiremos la clase en diferentes grupos que hagan las veces de departamentos publicitarios y, a partir de un dossier, cumplir diversos requisitos, realizar investigaciones y resolver interesantes retos. Deberán trabajar para ser los mejores expertos en los diferentes productos y utilizar sus estrategias para conseguir ser el grupo que logre vender y/o presentar de una forma más llamativa y persuasiva el producto, no sin antes haber hecho diversas investigaciones y tareas que trabajarán al unísono muchos contenidos del currículo. Se cree que esta forma de llevar a cabo el proyecto puede “engancha” y motivar a los alumnos, siendo un valor añadido a esta propuesta.

3. Contextualización

El C.E.I.P. Ernesto Castro Fariñas se encuentra situado en Tacoronte. Se trata de un pueblo de alrededor 24.000 habitantes cuya economía es principalmente agraria.

De la Programación General Anual de este centro hemos podido extraer la información necesaria para hacer un pequeño análisis del centro. Es de línea 2 y está compuesto por 6 unidades de educación infantil y 13 educación primaria. Alberga 412 alumnos desde infantil de 3 años hasta 6º de primaria. Es un centro de atención educativa preferente de alumnado con Discapacidad Auditiva. Durante mi periodo de prácticas en el colegio, no tuve la oportunidad de trabajar con niños que tienen dicha discapacidad.

Cuenta con un importante número de proyectos educativos, pues se pretende fomentar el aprendizaje significativo donde el alumno sea el protagonista y donde se creen situaciones que promuevan que este aprenda para ser capaz de desenvolverse en la vida diaria aplicando y haciendo uso de lo aprendido en clase. A continuación mostraremos los principales proyectos en los que participa:

- Proyecto TIC.
- Proyecto de sensibilización con la agricultura ecológica, “Huerto Escolar”.

- Proyecto de desarrollo bilingüe, “CLIL”
- Proyecto eTwinning.
- Proyecto “Plan Lector”.

Igualmente, y respecto a sus servicios, el centro cuenta con una amplia biblioteca, un teatro, dos zonas de patio al aire libre, un huerto escolar ecológico, aula Medusa...

De igual forma, otras de los aspectos a destacar es la importante participación por parte de las familias pues cuenta con un AMPA muy activo dispuesto a participar en las distintas actividades que se organiza en el centro. Como valor fundamental se promueve la integración de todos los miembros de la comunidad educativa, independientemente del rol que desempeñen (familia, maestros, personal no docente, alumnos...) para conjuntamente crear un clima favorable en el aprendizaje de los alumnos.

El curso donde se desarrollará este proyecto de innovación es en 6ºA. Dicho curso está compuesto por 22 alumnos, 11 de ellos niñas y 11 niños.

4. Diseño del proyecto

Como se ha comentado en líneas anteriores nuestro proyecto está organizado para ser puesto en práctica en sexto de primaria. Será un instrumento de evaluación que nos permita, utilizando como punto motivador la publicidad, trabajar individualmente y por grupo numerosos contenidos de diferentes áreas haciendo un repaso de los mismos, por lo que se considera llevarlo a cabo en el último mes del curso. En el apartado temporalización se ha especificado esta información.

El propósito principal que se quiere alcanzar, es recrear en el aula una agencia de publicidad, por lo que el docente, haciendo las veces de un director publicitario, presentará el proyecto denominado “invasores de la publicidad”. La clase se organizará en 6 departamentos que deberán encargarse de investigar, trabajar y diseñar propuestas para una marca o producto. Se ha considerado que crear un ambiente diferente en el aula, que contextualice y apoye el proyecto, será una motivación extra para los alumnos y hará que estos se impliquen más en el trabajo. Asimismo, como ocurre en una verdadera agencia de publicidad, cada uno de los 6 grupos recibirá una especie de *briefing* o dossier. Antes de comenzar a realizarlos, como conocimientos previos, se trabajarán aspectos sobre publicidad y marketing como por ejemplo, *briefing*, público

objetivo, competencia, punto de venta, etc., pues a lo largo del proyecto se tratará y hablará sobre ellos.

Se ha diseñado un dossier sobre Cola Cao, otro sobre Kellogg's y el último sobre la reedición de un libro en un consejo de administración (Anexo 3). La elección de estos productos no ha sido al azar, para ello se han seleccionado marcas y productos cercanos a los alumnos, que permitirán tratar de forma más específica algunas áreas y contenidos curriculares, por lo que será un trabajo interdisciplinar y muy enriquecedor para el alumno. Desde el punto de vista de la didáctica en general y con la experiencia adquirida durante la superación del grado de Magisterio en Educación Primaria ha hecho que este trabajo se haya diseñado bajo una metodología globalizadora, en el que se trabajará el tema de la publicidad trabajando la mayoría de áreas por las que está compuesta el currículo.

Cada dossier colecciona diversas y diferentes investigaciones, actividades y retos que hemos querido que nuestros alumnos lleven a cabo. Cada semana, tocará realizar uno de ellos y el último día de la misma deberán presentarlos y efectuar las diferentes evaluaciones. De los seis trabajos presentados se elegirán dos, que serán expuestos en el "Publifest", festival publicitario que permitirá culminar el proyecto y donde se presentarán los dos mejores trabajos de cada uno de los tres productos. Será el docente, después de las evaluaciones pertinentes quién elija los trabajos. A este festival estarán invitados los familiares y alumnos de 5º así como la otra clase de 6º de primaria.

Con respecto a los dossiers, se ha elegido la marca española Cola Cao porque se ha considerado que nos permitirá tratar, principalmente, muchos aspectos del área de sociales. A través de la famosa canción "yo soy aquel negrito del África Tropical", los alumnos se sumergirán en el reparto de África, conocerán dónde estaba "el África Tropical", manejarán mapas, realizarán ejercicios de escalas, trabajarán valores como la igualdad, la no discriminación, se conocerán las pésimas condiciones en las que viven y aún siguen explotados muchos niños en las plantaciones de cacao, etc. Asimismo, se analizarán diferentes anuncios publicitarios con sus correspondientes jingles y como producto final deberán ser los alumnos quienes creen una nueva canción para la marca que continúe apoyando su imagen y valores o los cambien tras la investigación y el estudio de la misma.

Por otro lado, también se ha escogido la marca Kellogg's, y como producto sus CornFlakes. Estos cereales, como alimento estrella en muchos desayunos, nos permitirá trabajar diversos contenidos del área de ciencias naturales, como los diferentes grupos

de alimentos, valores nutricionales, energía (calorías), hábitos de vida saludable, análisis de gráficas... Por otro lado, este dossier nos permite trabajar muchos contenidos del área de matemáticas como son la realización de diagrama de barras, porcentajes, reglas de tres, resolución de problemas, etc.

Finalmente, en el último dossier los alumnos serán miembros de una “especie de consejo administración” dentro de esta gran agencia publicitaria. Los escolares deberán estudiar su público objetivo con el fin de seleccionar un libro y defenderlo para que vuelva a ser editado. Gracias a este dossier se tratarán diferentes contenidos del área de Lengua Castellana y Literatura (lectura de libros, análisis de texto, corrección de posibles erratas, diseño de una nueva portada y contraportada conservando los elementos propios de esta, etc.). De igual forma se trabajarán datos sobre población, manejo del Google Earth para observar las distintas formaciones del relieve canario, etc. Asimismo, tengo que destacar que los alumnos deberán realizar y resolver diversas situaciones matemáticas empleando los diferentes algoritmos (multiplicaciones y divisiones de números decimales, aumento y disminución de porcentajes...). Por lo tanto, en este dossier estas tres áreas se podrán trabajar en mayor profundidad.

Asimismo, se debe tener en cuenta que aunque ya se ha comentado las áreas que se trabajan de forma más especial en cada uno de los dossiers, estos han sido diseñados para desarrollarse de una forma globalizada, integrando la mayoría de áreas y, por lo tanto, lengua castellana, literatura y educación artística también se vean reflejadas en cada uno de ellos.

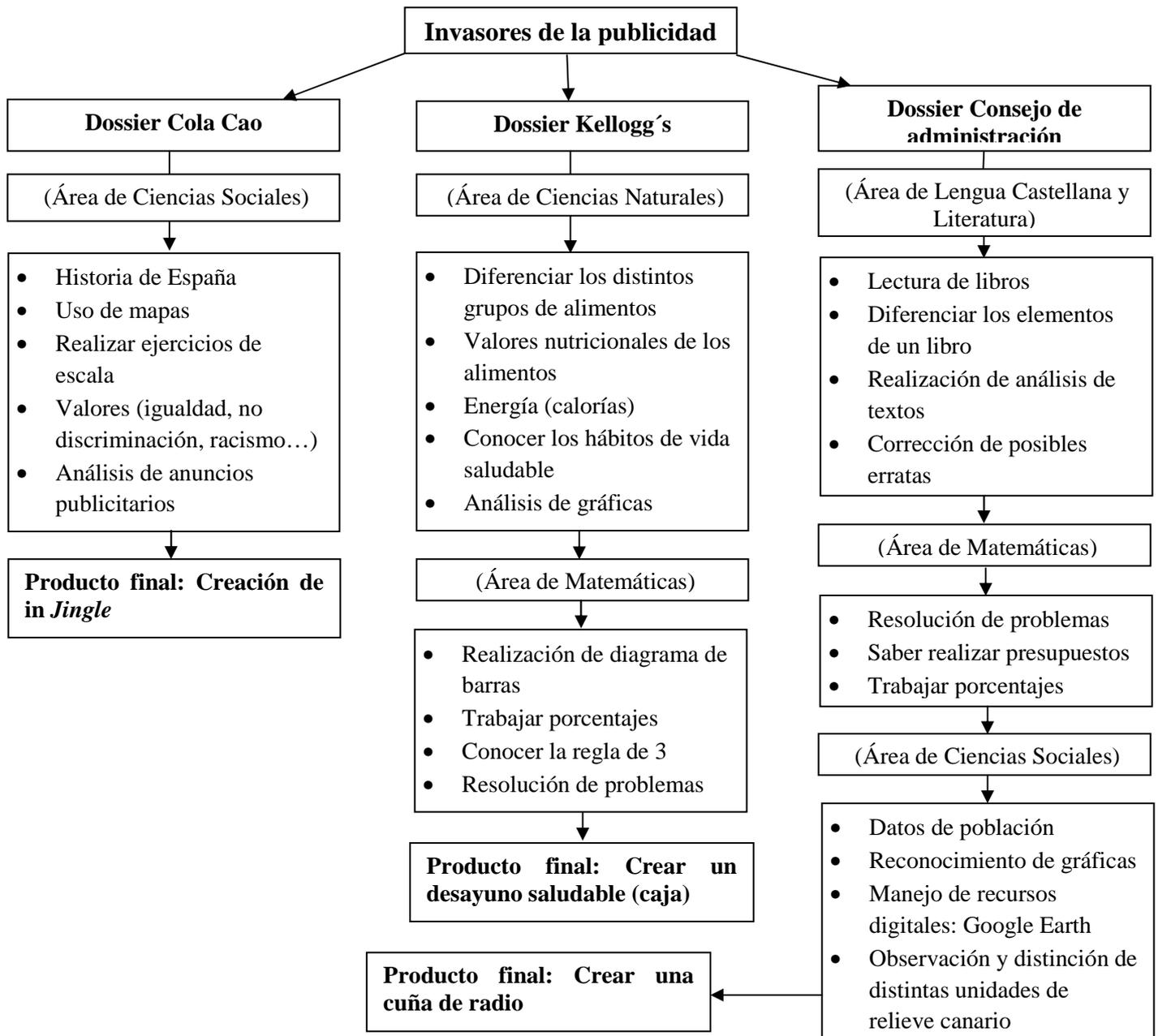
Igualmente, se han creado unas tablas donde poder visualizar de forma general los diferentes contenidos, criterios de evaluación, estándares de aprendizaje evaluables, competencias y objetivo de etapa que se van a trabajar y evaluar con el proyecto de innovación. De los diferentes contenidos y criterios, en algunas ocasiones he subrayado parte de ellos para indicar que es ese fragmento el que verdaderamente vamos a tener más en cuenta, aquellos no subrayados se trabajarán o evaluarán en su totalidad. Así mismo, en relación a las competencias he citado aquellas que se pretenden desarrollar de forma más significativa y con respecto a los objetivos de etapa especifiqué los que pretendo conseguir con este proyecto (Anexo 4).

Seguidamente se especificará la secuencia de trabajo que se va a llevar a cabo.

1. Presentación del proyecto: “INVASORES DE LA PUBLICIDAD”
2. Trabajo de los conocimientos previos

3. Entrega del dossier Cola Cao: realización del dossier, presentación del producto, coevaluación y evaluación de trabajos.
4. Entrega del dossier Kellogg's: realización del dossier, presentación del producto, coevaluación y evaluación de trabajos.
5. Entrega del dossier Consejo editorial: realización del dossier, presentación del producto, coevaluación y evaluación de trabajos.
6. Elección de los trabajos por parte del docente
7. Fin del proyecto: "Publifest"
8. Autoevaluación

Toda la información anterior se recoge recogida en el diagrama conceptual que se muestra a continuación:



5. Objetivos

Los objetivos que planteamos conseguir en el momento que se lleve a cabo este proyecto:

1. Que el alumnado logre ser capaz de colocarse en la piel de un publicista y llegar a conocer el mundo de la publicidad desde otra perspectiva más cercana, en el que sean los protagonistas de su propio aprendizaje.
2. Fomentar entre los alumnos actitudes de compañerismo y cooperación, ya que deben organizarse en grupos para buscar la información pertinente para llevar a cabo los dossiers y diseñar los productos finales de cada dossier con el mayor éxito posible, para ser premiados en el “Publifest” (festival de publicidad que se celebrará al final del proyecto).
3. Conseguir que aprendan a diferenciar los distintos espacios por los que está formada una empresa de publicidad y además sean conocedores de los distintos términos y contenidos que se utilizan en el mundo publicitario.
4. Lograr trabajar distintos apartados del currículo de tal manera que el alumno en el momento que esté llevando a cabo la realización de los dossiers y el desarrollo del proyecto no se dé cuenta que realmente está trabajando contenidos del currículo, sino que está haciendo una especie de investigación llevada a cabo en el colegio con el objetivo de ganar una plaza para exponer su producto final en el “Publifest”
5. Promover de manera indirecta la competitividad entre los grupos de participantes de alumnos. En este caso, promulgaremos un tipo de competitividad positiva, en el que los niños competirán por crear el producto final de cada dossier de la mejor manera para ser los ganadores del festival.

Durante la revisión bibliográfica y la búsqueda de recursos web que se llevó a cabo al principio del desarrollo de este proyecto, no se encontramos ninguna publicación que avalara que dicha competitividad fuese buena. Sin embargo, Martínez (2004) indicó que dicha competitividad entre los alumnos a la hora de que se dividan en grupos y llevar a cabo los dossiers puede ser beneficioso para el mejor desarrollo del proyecto.²

² MARTÍNEZ, Alberto (2004): *De la escuela expansiva a la escuela competitiva*. Editorial Anthropos.

6. Metodología

Somos conscientes que a la hora de trabajar en el aula se ponen en juego infinitas variables (número de alumnado, conocimientos previos, el entorno...) que no permiten actuar siempre de la misma forma a la hora de desempeñar las clases, actividades, proyectos, etc. Sin embargo, y más para un trabajo interdisciplinar como el que se ha diseñado, consideramos fundamental llevar a cabo una estrategia de enseñanza cooperativa, esto está en consonancia con los ideales de Pliego Prenda (2011) la cual promovió una estructura de aprendizaje cooperativa que permitiera fomentar interacciones positivas entre los alumnos y entre éstos y el profesor.³ Esta idea fue la que hizo que nos decidiéramos a utilizar esta metodología de enseñanza, pues consideramos que es la más útil para desarrollar este proyecto de investigación.

En este proyecto la mayor parte del tiempo los alumnos trabajarán de forma grupal, deberán ser ellos quienes se organicen (bajo supervisión del docente) para trabajar conjuntamente y sacar adelante una serie de retos e investigaciones que se les han propuesto.

Siguiendo dicha metodología pretendo que, a través de la investigación grupal, el trabajo interdisciplinar y la puesta en práctica sobre los ejercicios planteados en los dossiers diseñados en donde, los alumnos aprendan siendo conscientes de que siempre hay un fin práctico a lo trabajado en el aula. El papel que seguirá el docente es de guía, acompañando a los alumnos en la consecución de sus retos, ayudándoles, despertándoles el interés y motivándolos para que se enriquezcan y aprendan de forma significativa.

No obstante, en otras ocasiones (sobre todo a la hora de introducir el tema) debe ser el maestro quien establezca de forma fija ciertas pautas, presentando los dossier, indicando las actividades que se hacen de forma conjunta o individualmente, llevando a cabo por tanto **una estrategia de enseñanza algo más guiada** donde sea el docente quien tome determinadas decisiones, presente diferentes conceptos, garantice la consecución de determinados logros, evitando actitudes de retraimiento ante determinadas actividades que no se recuerden o de las que no se tenga un gran dominio.

³ Pliego Prenda, N. (2011). El aprendizaje cooperativo y sus ventajas en la educación. Recuperado de: Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/3746890.pdf>

Por tanto, y en función de las actividades, la forma de trabajo (grupal, individual...) y momentos de desarrollo del proyecto, se seguirá una u otra metodología.

7. Recursos

Dado que el maestro va a ser el guía durante este proyecto, necesitará de recursos materiales con los que será indispensable contar para el normal desarrollo del proyecto.

A continuación detallamos algunos de los recursos necesarios:

- Dossiers (Cola Cao, Kellogg's y Consejo editorial)
- Material de oficina (Lápices, gomas, calculadoras, bolígrafos, rotuladores, folios, pegamento...)
- Ordenadores
- Cámaras de fotos o de móvil
- Proyector
- Pizarra o pizarra digital
- Cajas de cartón
- Cartulinas

Si existiera la posibilidad de añadir a este apartado la charla de algún empresario, publicista o experto en la materia, no existiría ningún problema.

8. Cronograma del proyecto

La temporalización del proyecto depende fundamentalmente de la coordinación entre los maestros que formen parte del proyecto, por lo que antes del inicio del curso escolar y a sabiendas que es un proyecto que se va a realizar a final del curso, debemos informar a claustro de maestros de la realización del mismo y conocer quienes quieren colaborar en su puesta en práctica.

Por otro lado, para la realización de este proyecto se hace necesario que el horario normal del grupo sufra ciertas modificaciones debido a la interdisciplinariedad del mismo. Por este motivo, presentamos una propuesta de calendario que optimice la ejecución del mismo.

Horario habitual durante el curso

Horas	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
8:30 - 9:15	Matemáticas	Ciencias Sociales	Lengua Castellana y Literatura	Matemáticas	Inglés
9:15 - 10:00	Lengua Castellana y Literatura	Educación Artística	Matemáticas	Educación Artística	Emocrea
10:00 - 10:45	Lengua Castellana y Literatura	Ciencias Naturales	Matemáticas	Ciencias Naturales	Matemáticas
10:45 - 11:15	Recreo	Recreo	Recreo	Recreo	Recreo
11:15 - 12:00	Inglés	Inglés	Inglés	Lengua Castellana y Literatura	Lengua Castellana y Literatura
12:00 - 12:45	Emocrea	Matemáticas	Ciencias Sociales	Lengua Castellana y Literatura	Educación Artística
12:45 - 13:30	Educación física	Educación física	Francés	Religión/Valores Sociales y Cívicos	Educación física

Se pasaría a esta segunda opción que nos permitirá de forma más idónea el desarrollo del proyecto. Si estos cambios no pudieran llevarse a cabo intentaríamos adaptarnos al horario habitual.

Horas	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
8:30 - 9:15	Matemáticas	Ciencias Sociales	Lengua Castellana y Literatura	Matemáticas	Inglés
9:15 - 10:00	Lengua Castellana y Literatura	Educación Artística	Matemáticas	Educación Artística	Emocrea
10:00 - 10:45	Lengua Castellana y Literatura	Ciencias Naturales	Matemáticas	Ciencias Naturales	Matemáticas
10:45 - 11:15	Recreo	Recreo	Recreo	Recreo	Recreo
11:15 - 12:00	Inglés	Matemáticas	Ciencias Sociales	Lengua Castellana y Literatura	Lengua Castellana y Literatura
12:00 - 12:45	Emocrea	Inglés	Inglés	Lengua Castellana y Literatura	Educación Artística
12:45 - 13:30	Educación física	Educación física	Francés	Religión/Valores Sociales y Cívicos	Educación física

Se ha decidido cambiar la posición de las sesiones del área de Inglés y poner en su lugar las horas de Matemáticas y Ciencias Sociales. De esta manera podríamos tener el lunes 3 sesiones seguidas para la realización del proyecto, 4 sesiones el martes y miércoles, 5 sesiones los jueves y 4 los viernes.

Este proyecto se ha diseñado para ser llevado a cabo en el último mes del tercer trimestre, concretamente desde el día 15 de mayo hasta el 21 de junio. En el siguiente calendario se pueden observar los días que se van a dedicar a cada dossier. Asimismo, hay que tener en cuenta que quedan

libres las semanas de exámenes y sesiones de evaluación del equipo docente. La última semana del curso, antes de la celebración del mismo, se llevará a cabo la preparación y celebración del “publifest”.

MAYO						
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12 Presentación del proyecto “invasores de la publicidad	13	14
15 Cola Cao	16 Cola Cao	17 Cola Cao	18 Cola Cao	19 Cola Cao	20	21
22 Kellogg's	23 Kellogg's	24 Kellogg's	25 Kellogg's	26 Kellogg's	27	28
29 Consejo de administración	30 Consejo de administración	31 Consejo de administración				

JUNIO						
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
			1 Consejo de administración	2 Consejo de administración	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19 Preparación "publifest"	20 Preparación "publifest"	21 Celebración "publifest"	22 Final del curso	23	24	25
26	27	28	29	30		

SEMANA DE
ACTIVIDADES
EVALUADORAS

SEMANA SESIÓN
DE EVALUACION
DEL EQUIPO
DOCENTE

Por otro lado, ya hemos comentado que nuestro proyecto será un instrumento de evaluación que permitirá repasar, fijar y evaluar diversos contenidos trabajados durante el curso, por lo que es necesario que simultáneamente se vayan tratando otros contenidos de las diferentes asignaturas (Ciencias Naturales, Ciencias Sociales, Matemáticas y Lengua Castellana y Literatura) que correspondan a los últimos dos meses del curso y deberán ser impartidos. Debido a ello hemos ajustado la temporalización y distribución de las actividades para que queden sesiones libres y de esta forma trabajar otros aspectos que no se cubran con los dossiers y deban ser evaluados al finalizar el curso. Las sesiones de educación artística se ocuparán en su totalidad y no serán evaluadas en los exámenes finales sino mediante la realización de los dossiers.

La distribución del número de sesiones semanales de cada una de las áreas es la siguiente:

ÁREAS	sesiones semanales de 45' por curso					
	CURSOS					
	1.º	2.º	3.º	4.º	5.º	6.º
Ciencias de la Naturaleza	3	2	3	2	2	2
Ciencias Sociales	2	3	2	3	2	2
Educación Artística	4	4	3	3	4	3
Educación Física	3	3	3	3	3	3
Lengua Castellana y Literatura	6	5	6	5	6	6
Lengua Extranjera (Inglés)	3	3	4	4	4	4
Matemáticas	5	6	5	6	5	6
Religión/Valores Sociales y Cívicos	1	1	1	1	1	1
2.ª Lengua Extranjera					2	2
Área de libre configuración autonómica	2	2	2	2		
Profundización curricular de un área	1	1	1	1	1	1
Total sesiones	30	30	30	30	30	30

Nota: al horario semanal se añadirá una sesión diaria de 30 minutos destinada a recreo.

(Imagen extraída del Decreto 89/2014)

Teniendo en cuenta el número de sesiones semanales de las diferentes áreas, se ha determinado cuántas ocuparían cada uno de los dossiers:

- a) Cola Cao cuenta con 11 sesiones semanales, del total de sesiones que sumarían todas las asignaturas (19 sesiones), por lo que sobrarían 8 que se utilizarían para trabajar otros contenidos de estas áreas.

Se utilizarían por tanto:

- 1 sesión de ciencias naturales
- 1 sesión de ciencias sociales
- 3 sesión de matemáticas
- 3 sesión de lengua
- 3 sesión de educación artística

Quedando libre para otros contenidos:

- 1 sesión de ciencias naturales
- 1 sesión de ciencias sociales
- 3 sesión de matemáticas
- 3 sesión de lengua

Asimismo, a través de la tabla que se observa a continuación se podrá ver detalladamente las sesiones ocupadas por las diferentes actividades, investigaciones y retos con los que cuenta dicho dossier.

Temporalización dossier Cola Cao		
	Sesiones	Ejercicios realizados
1ª semana (15 de mayo a 19 de mayo)	1	Presentación dossier y realización actividad 1.
	2	Realización actividades 2 y 2.1.
	3	Realización actividades 3, 3.1, 3.2 y 3.3.
	4	Realización actividades 3.4, 3.5 y 3.6.
	5	Realización actividad 3.7.
	6	Realización actividad 4.
	7	Realización actividad 5.
	8	Realización del producto final.
	9	Realización del producto final.
	10	Realización del producto final.

	11	Presentación del producto.
	12	Presentación del producto.

b) Kellogg's y el consejo editorial cuentan para su desarrollo con el mismo número de sesiones, 13, por lo que su reparto será el mismo.

Se utilizarían por tanto:

- 1 sesión de ciencias naturales
- 1 sesión de ciencias sociales
- 4 sesión de matemáticas
- 4 sesión de lengua
- 3 sesión de educación artística

Quedando libre para otros contenidos:

- 1 sesión de ciencias naturales
- 1 sesión de ciencias sociales
- 2 sesión de matemáticas
- 2 sesión de lengua

Seguidamente se podrá observar las tablas con las actividades divididas por sesión.

Temporalización dossier Kellog's		
	Sesiones	Ejercicios realizados
2ª semana (22 de mayo a 26 de mayo)	1	Realización actividad 1.
	2	Realización actividad 1.
	3	Realización actividad 2 y presentación actividad 3.
	4	Realización actividad 3.
	5	Realización actividades 4, 4.1, 4.2, 4.3 y 4.4
	6	Realización actividades 5, 5.1, 5.2, 5.3, 5.4 y presentación actividad 6.
	7	Realización actividad 6.
	8	Realización actividad 6.
	9	Realización actividad 7.
	10	Realización producto final.
	11	Realización producto final.

	12	Presentación del producto.
	13	Presentación del producto.

Temporalización dossier Consejo de administración		
	Sesiones	Ejercicios realizados
3ª semana (29 de mayo a 2 de junio)	1	Realización de la actividad 1 y presentación de la encuesta.
	2	Realización actividad 2.
	3	Realización actividad 3.
	4	Realización actividad 3.
	5	Realización actividad 4.
	6	Realización de actividades 5, 5.1 y 5.2, 5.3, 5.4 y presentación de la actividad 6.
	7	Realización de actividades 6 y 7.
	8	Realización de actividades 8, 9 y 9.1.
	9	Realización de actividades 9.2, 9.3 y 9.4.
	10	Realización producto final.
	11	Realización producto final.
	12	Presentación del producto.
	13	Presentación del producto.

Finalmente, y a través del horario de la semana, se puede apreciar la distribución de actividades planeadas para realizar cada día y en qué momento del mismo llevarlas a cabo. Hay que ser conscientes que esto es un plan que se pretende cumplir pero que podrá ser alterado y modificado en función de las circunstancias que se vayan desencadenando durante su desarrollo.

Semana del 15 al 19 de mayo: Cola Cao

Horas	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
8:30 - 9:15	Matemáticas Presentación dossier y Act. 1	Ciencias Sociales Act. 3, 3.1, 3.2 y 3.3	Lengua Castellana y Literatura Act. 3.7	Matemáticas Act. 5	Inglés
9:15 - 10:00	Lengua Castellana y Literatura Act. 2 y 2.1	Educación Artística Act. 3.4, 3.5 y 3.5	Matemáticas Act. 4	Educación Artística Realización Producto final	Emocrea
10:00 - 10:45	Lengua Castellana y Literatura	Ciencias Naturales	Matemáticas	Ciencias Naturales Realización producto final	Matemáticas
10:45 - 11:15	Recreo	Recreo	Recreo	Recreo	Recreo
11:15 - 12:00	Inglés	Matemáticas	Ciencias Sociales	Lengua Castellana y Literatura	Lengua Castellana y Literatura Presentación producto
12:00 - 12:45	Emocrea	Inglés	Inglés	Lengua Castellana y Literatura	Educación Artística Presentación producto
12:45 - 13:30	Educación física	Educación física	Francés	Religión/Valores Sociales y Cívicos	Educación física

Semana del 22 al 26 de mayo: Kellogg's

Horas	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
8:30 - 9:15	Matemáticas Act. 1	Ciencias Sociales Act. 2 y presentación 3	Lengua Castellana y Literatura Act. 4, 4.1, 4.2, 4.3 y 4.4	Matemáticas Act. 6	Inglés
9:15 - 10:00	Lengua Castellana y Literatura Act.1	Educación Artística Act. 3	Matemáticas Act. 5, 5.1, 5.2, 5.3, 5.4 y presentación actividad 6	Educación Artística Act. 7	Emocrea
10:00 - 10:45	Lengua Castellana y Literatura	Ciencias Naturales	Matemáticas Act. 6	Ciencias Naturales Realización producto final	Matemáticas
10:45 - 11:15	Recreo	Recreo	Recreo	Recreo	Recreo
11:15 - 12:00	Inglés	Matemáticas	Ciencias Sociales	Lengua Castellana y Literatura Realización producto final	Lengua Castellana y Literatura Presentación producto
12:00 - 12:45	Emocrea	Inglés	Inglés	Lengua Castellana y Literatura	Educación Artística Presentación producto
12:45 - 13:30	Educación física	Educación física	Francés	Religión/Valores Sociales y Cívicos	Educación física

Semana de 22 de mayo al 2 de junio: Consejo de administración

Horas	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
8:30 - 9:15	Matemáticas Act. 1 y realización encuesta	Ciencias Sociales Act. 3	Lengua Castellana y Literatura Act. 4	Matemáticas Act. 8, 9 y 9.1	Inglés
9:15 - 10:00	Lengua Castellana y Literatura Act.2	Educación Artística Act. 3	Matemáticas Act. 5, 5.1, 5.2, 5.3, 5.4 y presentación actividad 6	Educación Artística Act. 9.2, 9.3 y 9.4	Emocrea
10:00 - 10:45	Lengua Castellana y Literatura	Ciencias Naturales	Matemáticas Act. 6 y 7	Ciencias Naturales Realización producto final	Matemáticas
10:45 - 11:15	Recreo	Recreo	Recreo	Recreo	Recreo
11:15 - 12:00	Inglés	Matemáticas	Ciencias Sociales	Lengua Castellana y Literatura Realización producto final	Lengua Castellana y Literatura Presentación producto
12:00 - 12:45	Emocrea	Inglés	Inglés	Lengua Castellana y Literatura	Educación Artística Presentación producto
12:45 - 13:30	Educación física	Educación física	Francés	Religión/Valores Sociales y Cívicos	Educación física

9. Evaluación

Como se ha comentado, nuestro proyecto se ha presentado como un instrumento de evaluación que nos permita hacer un repaso y tratar diversos y diferentes contenidos que han sido trabajados durante el curso. Sin embargo, simultáneamente se trabajarán diferentes contenidos de las distintas áreas (Ciencias Naturales, Ciencias Sociales, Matemáticas y Lengua Castellana y Literatura) por lo que estos contenidos se evaluarán durante el tercer trimestre. Con ello lo que se pretende es dejar claro que los contenidos trabajados con los dossiers, no entrarán en los posibles exámenes sino aquellos contenidos que no se abarquen en ellos.

Se ha realizado una tabla con los diferentes estándares de aprendizaje evaluables que se han seleccionado y su justificación exponiendo cómo y en qué momento se van a tener en cuenta durante el proyecto (Anexo 5).

Formas e instrumentos de evaluación:

Por un lado se llevará a cabo una evaluación continua, apoyándonos en una rúbrica que será diferente para cada dossier, y donde se podrá comprobar que los estándares se han ido superando a medida que se han llevado a cabo las diferentes investigaciones, retos y actividades. Se ha tenido muy presente el que se haya creado un buen clima en el aula y los alumnos hayan respondido bien al trabajo grupal, respetando las diferentes opiniones, resolviendo los conflictos de manera pacífica, etc. A través de una escala de calificación se puntuará del 5 al 1 (siendo 5 la máxima puntuación y 1 la menor) si los alumnos han superado los diferentes estándares. A medida que se van elaborando los dossiers, y durante las presentaciones de los productos finales, se irá cumplimentando con las siguientes rúbricas (Anexo 6).

Hay que especificar que existen diferentes actividades que se hacen de forma individual, lo que nos permite conocer si el alumno ha adquirido dichos contenidos. Una vez realizada las actividades, pediremos a los alumnos que las pongan en común y corrijan con el resto de compañeros del grupo sin borrar los resultados de sus fichas individuales. Por ejemplo en el dossier de Cola Cao, en una de sus preguntas que los alumnos tienen que realizar de forma individual, tienen calcular la distancia existente entre España y el lugar donde se recolecta el cacao en África. Por otro lado, habrá preguntas que deban realizar en grupo. Los resultados finales, corregidos y consensuados, serán los que se pasarán al dossier final del grupo.

Asimismo, se llevará a cabo una coevaluación para evaluar las diferentes exposiciones y trabajos de cada uno de los grupos. Se realizará el último día de cada semana y los alumnos, por grupo, deberán elegir el más les haya gustado en función de los criterios seleccionados. Estos han sido diseñados por el maestro o maestra y se les entregará a cada grupo quienes después de justificarlos tendrán que devolverlos.

Es el turno de que den su opinión acerca de sus compañeros, deben indicar qué les ha parecido su trabajo y para ello tendrán que rellenar esta tabla. Si marcan un 5, excelente, les darán la máxima puntuación pues creen que han cumplido de forma extraordinario dicho criterio. Por otro lado, si marcan un 1, incorrecto, es que ese criterio no les ha salido muy bien. Lean con atención y contesten de forma justa.

Criterio	5 Excelente	4 Correcto	3 Regular	2 Deficiente	1 Incorrecto
Dominan el contenido Se han preparado bien la exposición, controlan el contenido y saben de lo que están hablando.					
Uso de recursos digitales Hacen un uso correcto de recursos digitales como por ejemplo, <i>powerpoint</i> para ayudarse en la presentación, mostrar información, imágenes, etc.					
Claridad y precisión Hablan de forma clara, pronuncian correctamente y con un buen tono de voz.					
Calidad de la presentación Mantienen la atención de los espectadores, evitan leer únicamente lo que está escrito en la presentación, nos convencen con su producto.					
Producto final El producto final es creativo y refleja los requisitos necesarios para llevarlo a cabo.					

Con los datos recogidos por el docente tras la rúbrica, la observación durante las exposiciones, la corrección de los dossiers y los resultados de la coevaluación de los alumnos, el maestro o maestra elegirá dos trabajos, es decir, dos de Cola Cao, dos de Kellogg's y dos del libro para ser presentados la última semana del curso (intentando que no se repitan los grupos para que todos tengan representación).

Esta presentación se llevará a cabo en el denominado "Publifest" donde estarán invitados familiares y los alumnos de 5º y 6º de primaria, como hemos comentado.

Finalmente, se realizará una autoevaluación donde el alumnado expondrá qué le ha parecido la experiencia, si consideran que han aprendido a lo largo de cada dossier, qué ha supuesto para ellos presentar el trabajo al resto de compañeros...

Se les entregará una ficha autoevaluatora, como la que se mostrará a continuación, que consistirá en una serie de frases que los alumnos deben completar y donde deben exponer sus opiniones sobre el mes de la publicidad.

Es el turno de que expresen qué les ha parecido el proyecto (nombre del proyecto elegido), qué han aprendido, qué les ha gustado más o menos, etc. Para ello deberán continuar completando estas frases con sus opiniones y gustos. Espero que hayan disfrutado.

Durante los dossiers he aprendido....

El trabajo en grupo me ha parecido....

Esta forma de trabajar me ha gustado porque....

Los aspectos que mejoraría serían....

Finalmente, creo que el mes de la publicidad me ha servido para...

Puntúate del 1 al 5 (siendo uno la nota más baja y 5 la más alta) en función de cómo crees que ha sido tu trabajo a lo largo de todo el proyecto. Explica tu puntuación.

10. Presupuesto

A continuación se expondrá la lista del material fungible que se necesitará para llevar a cabo el proyecto. Como se ha comentado, el trabajo está diseñado para ser realizado por una clase de, aproximadamente 24 alumnos divididos en 6 grupos de 4 personas por lo que mucho material podrá ser compartido. Con todo el listado y sus correspondientes precios podremos hacer una estimación de lo que nos costaría poder implementarlo en un colegio de cualquier parte del mundo. Asimismo, debemos señalar que sería necesario contar con material no fungible como: 6 ordenadores, cámara de foto y/o móvil con cámara y, si es posible, un proyector y una pizarra.

Productos	Cantidad	Precio unidad	Total
Fotocopias en B/N	355	0,03 €	10,65 €
Fotocopias a color	80	0,15 €	12 €
Impresión DIN A3	30	0,60 €	18 €
Encuadernación dossiers	9	0.80 €	7,20 €
Libretas	25	1,50 €	37,50 €
Bolígrafos	25	0,40 €	10 €
Lápices	25	0,30 €	7,50 €
Gomas	25	0,07 €	1,75 €
Afiladores	25	0,34 €	8,5 €
Lápices de colores	6	2,83 €	16,98 €
Rotuladores	6	4,96 €	29,76 €

Pinturas al agua	6	2,55 €	15,3 €
Paquete de pinceles	5	1,90 €	9,5 €
Pizarras de congreso	6	3,33 €	19,98 €
Rotuladores permanentes	6	0,90 €	5,4 €
Cartulinas	12	0,50 €	6 €
Cajas de cartón pequeña	6	0,50 €	3 €
Pegamento	6	1,79 €	10,74 €
Pesas	3	5 €	15 €
TOTAL PRESUPUESTO			244,76 €

11. Conclusiones

Este proyecto ha sido todo un reto, ya hemos tenido que planificar, organizar y crear un material atractivo y sobre todo enriquecedor para los alumnos. Además, ha servido para reflexionar sobre cómo enseñar distintos contenidos del currículo a través de un tema tan cotidiano como es la publicidad. Gracias a la aportación de Martínez Sánchez (1994) quien realizó un estudio sobre cómo los alumnos apreciaban la publicidad en general y los anuncios en particular⁴, entendimos que necesitábamos investigar y elaborar un material didáctico útil tanto para alumnos como para maestros, con el objetivo de facilitarle la adquisición de conocimientos a los primeros y conseguir que los segundos estuviesen motivados para impartir dichos contenidos de forma diferente a la que suelen usar normalmente durante el transcurso de las clases.

⁴ Martínez Sánchez, E. (1994). La publicidad y su integración en las aulas. Recuperado de: Dialnet: https://dialnet.unirioja.es/buscar/documentos?query=Dismax.DOCUMENTAL_TODO=la+publicidad+y+su+integracion+en+las+aulas

Recordemos nuevamente que se ha elaborado este proyecto para que sirva como instrumento evaluador para trabajar, repasar y evaluar todos contenidos. Nuestra inexperiencia nos ha llevado a tropezar varias veces con la misma piedra, y a tener que hacer numerosos cambios para poder ajustar el proyecto a la realidad de un centro público como el C.E.I.P. Ernesto Castro Fariña. La forma de diseñar este tipo de proyecto consigue que sus creadores evolucionen y mejoren, debido a las diferentes variables que se han tenido en cuenta a la hora de crear un proyecto como la situación del colegio, encontrar contenidos enriquecedores y motivadores para los alumnos, usar las metodologías que se amoldaran mejor al proyecto...

Inconvenientes encontrados:

Este proyecto no se ha podido implementar en el aula debido a que el maestro que ha tutorizado las prácticas en el centro al que suscribe, no lo ha creído conveniente. Desde el principio de curso este docente tenía programadas las sesiones que se iban a llevar a cabo cada día y no tenía tiempo suficiente para poder comprobar la eficacia del mismo. Esto ha hecho que el proyecto que presentamos solo sea una propuesta y no una realidad contrastada.

Pensamos que una vez implementado, si se diera el caso, se podrían perfilar y mejorar muchos aspectos del mismo y podría sacar unas conclusiones mucho más ricas. Sin embargo, debemos señalar que lo que pretendemos con el diseño de cada uno de los dossiers es que los alumnos aprendan bajo un contexto motivador; de ahí el crear un ambiente de agencia publicitaria en el aula, el diseño del documento que organizaba los grupos con sus nombres y fotografías, el formato de entrega de cada una de las actividades, como si se tratara de un *briefing* que deben cumplir, etc. Bajo este perfil se desarrollará nuestro proyecto, que busca que los alumnos se sientan protagonistas de cada una de sus investigaciones, actividades y retos, para que aprendan, conecten información, saquen sus propias conclusiones, trabajen integrando y aplicando los contenidos en situaciones que se pueden encontrar en su día a día, y no los vean como meros aspectos teóricos que deben aprender para responder mecánicamente a los diferentes ejercicios y tareas que se les piden en las aulas.

12. Bibliografía

American Marketing association (2016) *American Marketing association*. Chicago.

Recuperado de: <https://www.ama.org/Pages/default.aspx>

BASSAT, Luis (2013): *El libro rojo de la publicidad*. Madrid. Editorial de Bolsillo, p. 14.

BIGNÉ, J. Enrique (2003): *Promoción Comercial*. Madrid. Editorial ESIC.

BIRD, Polly (2008): *Aprende investigación de mercados: en una semana*. Barcelona. Editorial Gestión 2000.

BOC núm. 156. Miércoles 13 de agosto de 2014. Decreto 89/2104, de 1 de agosto, por el que se establece la ordenación y el currículo de la Educación Primaria en la Comunidad Autónoma Canaria (LOMCE).

CALDERÓN, Jhon (2015): *Branding sonoro: mucho más que un logo sonoro despertando la conciencia sonora de las marcas*. Colombia, Editorial autores editores.

DOUGLAS, Tom (1986): *Guía completa de la publicidad*. Madrid, Editorial Tursten Hermann Blume.

GÓMEZ, Ramón; TAFIRA, Allende, GALINDO, José (2008): *La gestión del marketing, producción y calidad en las pymes*. Málaga. Editorial vértice

HINGSTON, Peter (2002): *Marketing efectivo*. Mexico. Editorial Prentice Hall, p. 64.

KOTLER, Philip; AMSTRONG, Gary (2003): *Fundamentos del marketing*. México. Prentice Hall, p. 470.

MARTÍNEZ, Alberto (2004): *De la escuela expansiva a la escuela competitiva*. Editorial Anthropos.

Martínez Sánchez, E. (1994). La publicidad y su integración en las aulas. Recuperado de: Dialnet:

https://dialnet.unirioja.es/buscar/documentos?query=Dismax.DOCUMENTAL_TODO=&la+publicidad+y+su+integracion+en+las+aulas

O'GUINN, Thomas; ALLEN, Chris; SEMENIK, Richard (1999): *Publicidad*. México. International Thomson Editores, p.6.

Pliego Prenda, N. (2011). El aprendizaje cooperativo y sus ventajas en la educación. Recuperado de: Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/3746890.pdf>

RODRÍGUEZ, Ignacio; SUÁREZ, Ana; GARCÍA, María (2008): *Dirección publicitaria*, Barcelona, Editorial UOC.

13. Anexos

Recursos Web:

<p>Título: Sé crítico: analiza la publicidad. Educ@conTIC, el uso de las TIC en las aulas.</p> <p>Autor: Gobierno de España, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.</p> <p>País: España</p> <p>http://www.educacontic.es/blog/se-critico-analiza-la-publicidad</p> <p><u>Consulta web: 23/09/16</u></p>
<p>Abstract:</p> <p>Educ@conTIC es una página elaborada por el Gobierno de España con el objetivo de dotar a profesores y alumnos de materiales para trabajar las TIC en las aulas. Dentro del apartado <i>blog</i>, la <i>entrada Sé crítico: analiza la publicidad</i>, ofrece numeroso enlaces a diversas webs, blogs educativos, etc. ofreciendo gran número de actividades para descargar, así como para desarrollar de forma online.</p>
<p>Palabras clave: publicidad, escuela, TIC, actividades.</p>

<p>Título: Media, publicidad.</p> <p>Autor: Gobierno de España, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.</p> <p>País: España</p> <p>http://recursos.cnice.mec.es/media/publicidad/extras/docente/index.htm</p> <p><u>Consulta web: 23/09/16</u></p>
<p>Resumen:</p> <p><i>Media</i> es una página elaborada por el Gobierno de España, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, destinado a ofrecer contenidos y recursos para trabajar aspectos relacionados con la televisión, la radio, el cine, la prensa y la publicidad. En el apartado <i>publicidad</i> se pueden encontrar diferentes bloques temáticos para trabajar la historia publicitaria, el mercado, las agencias, los consumidores, etc., así como la posibilidad de acceder a material docente para poder llevar a cabo en las aulas.</p>
<p>Palabras clave: publicidad, escuela, TIC, actividades.</p>

De igual forma, y a partir de la página Red de Buenas Prácticas 2.0, Gobierno de España, he podido descubrir el blog educativo de Marta María Moro Rodríguez “vamos a publicidad, anuncios para aprender”, el cual ofrece una unidad didáctica para tratar y detectar los contravalores en la publicidad emitida en televisión. Cuenta con numerosas actividades, en este caso para llevar a cabo durante la ESO y trabajar multidisciplinariamente numerosos contenidos curriculares.

Título: **Vamos a publicidad, anuncios para aprender.** Red de Buenas Prácticas 2.0.

Autor: Marta María Moro Rodríguez.

País: España

<http://www.vamosapublicidad.com>

[Consulta web: 23/09/16](#)

Resumen:

Este blog educativo dedicado a la publicidad ofrece una unidad didáctica diseñada para detectar los contravalores que los mensajes publicitarios ofrecen. Con ella se pretende que los alumnos sean capaces de reflexionar sobre ello, analizando sus contenidos y sus estrategias de captación, con el propósito de concienciar al alumnado y dotarle de herramientas para que sean ellos quienes decidan libremente sobre los mensajes que reciben. Se tratan diferentes temas como: sexo como reclamo, la delgadez, la discriminación de la mujer y la violencia.

Palabras clave: publicidad, escuela, valores, contravalores.

Asimismo, he recurrido a la página de la Consejería de Educación del Gobierno de Canarias para conocer los proyectos llevados a cabo sobre el tema que nos ocupa en nuestra comunidad autónoma. Hemos ido al apartado recursos, colocando en el buscador la palabra publicidad lo cual me ha remitiendo a dos proyectos. Por un lado, *leer publicidad en el Muvap*, que pertenece al Instituto Cervantes, concretamente al Museo Virtual de Arte Publicitario del centro Virtual Cervantes y, por otro lado, aunque no es específicamente de publicidad sino trata los medios de comunicación, el *proyecto Mekos*. Ambos a su vez pertenecen al Gobierno de España, Ministerio de Educación.

Título: Leer en el Muvap. Leer.es

Autor: Instituto Cervantes. Gobierno de España.

Recurso creador por: Juan Antonio Cardete

Coordinación: Juna Antonio Olmedo

Colaboradores: M^a Rosa Aradra, Modesto Calderón

País: España

http://blog.educalab.es/leer.es/leer_publicidad/

[Consulta web: 12/10/16](#)

Resumen:

Este recurso destinado a primaria y secundaria es una oportunidad para que los alumnos descubran la influencia de la publicidad en la sociedad, cómo repercute en nuestras vidas, los principales componentes de un anuncio publicitario, etc. Es decir, conozcan y analicen en profundidad diferentes formatos y anuncios publicitarios para conseguir explorar con mirada crítica la publicidad, ser capaces de planificar campañas y reflexionar sobre nuestra identidad como consumidores.

Palabras clave: proyectos educativos, historia publicitaria, Museo Virtual de Arte Publicitario.

Título: Proyecto Mekos

Autor: Gobierno de España.

País: España

<http://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/ecoescuela/recursoseducativos/2011/01/18/mekos-integracion-curricular-de-los-medios-de-comunicacion-social/>

[Consulta web: 12/09/16](#)

Resumen:

Proyecto Mekos se presenta como un escenario virtual idóneo para que los niños descubran, jueguen y experimenten con los medios de comunicación, así como con la publicidad y las TIC.

Pretende motivar a los docentes para incorporar los medios de comunicación en sus programaciones, favorecer la aceptación de dichos medios en la socialización y formación de los jóvenes, educar en la lectura crítica y el consumo responsable de los contenidos de la comunicación de masas y capacitar a los alumnos para la comprensión de lenguajes, códigos, géneros y procesos de elaboración de los mensajes mediáticos.

Palabras clave: proyecto educativo, medios de comunicación de masas, publicidad, lectura crítica, consumo responsable.

Recursos bibliográficos:

Por otro lado, y siguiendo con el mismo buscador (Google) y filtrado, hemos cambiado los ítems de búsqueda colocando ahora “valores de la publicidad en la escuela”. Dicha selección me ha proporcionado otros proyectos donde se trabajan los valores y contravalores de la publicidad, siempre recurriendo a páginas de organismos oficiales. De esta forma, he encontrado una guía didáctica y un cuaderno de actividades del Instituto Andaluz de la Mujer, Consejería para la Igualdad y Bienestar Social de la Junta de Andalucía, que ofrece una campaña para concienciar acerca de los juguetes y juegos sexistas.

Título: La publicidad también juega (campaña del juego y el juguete no sexista, no violento 2008)

Autor: Instituto Andaluz de la Mujer, Consejería para la Igualdad y Bienestar Social de la Junta de Andalucía.

País: España

http://www.juntadeandalucia.es/iam/catalogo/doc/iam/2008/26771_01.pdf

http://www.juntadeandalucia.es/iam/catalogo/doc/iam/2008/26771_02.pdf

Consulta web: 23/09/16

Resumen:

Este proyecto ha sido diseñado por el Instituto Andaluz de la Mujer con el propósito de hacer visible las diferencias que presentan los juguetes infantiles y los elementos sexistas que en numerosas ocasiones contienen. A través de la investigación de diferentes campañas publicitarias, folletos de tiendas infantiles, pequeñas encuestas etc. se pretende comprobar, sensibilizar y sobre todo ayudar a concienciar a padres y alumnos sobre la repercusión que tiene el sexismo en el desarrollo personal y pensamiento global de la sociedad.

Palabras clave: publicidad, escuela, valores, contravalores juguetes, sexismo.

Asimismo, para seguir llevando a cabo esta investigación bibliográfica, he recurrido a la base de datos *Dialnet*. En ella he ido al buscador de documentos e introduciendo las palabras, *publicidad en las aulas*, y he seleccionado aquellos textos que aparecen de forma completa y ofrecen proyectos o actividades que han sido llevadas a cabo en diferentes colegios e institutos tanto de España como de Latinoamérica.

Título: La publicidad. Ejemplo de actividades para primaria

Autora: Teresa Fernández Ulloa.

País: España

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4678293>

[Consulta web: 25/09/16](#)

Resumen:

En este artículo se dan algunos ejemplos de cómo usar los anuncios televisivos en la clase de primaria para que los alumnos aprendan sus códigos y adquieran espíritu crítico.

Palabras clave: publicidad, educación primaria, alfabetización audiovisual.

Título: Una experiencia de aula usando Matemáticas en la Publicidad

Autor: Danilo Díaz Levicoy.

País: Chile

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4067397>

[Consulta web: 29/09/16](#)

Resumen:

La matemática es una de las ciencias que presta ayuda al bienestar del hombre y de la sociedad. En este ámbito la publicidad se ve enormemente beneficiada, pues una gran parte de los anuncios que se muestra en los medios de comunicación hacen clara referencia a descuentos, operaciones aritméticas e incluso a contenidos matemáticos no tan comunes. Este artículo muestra las producciones de alumnos del Colegio Proyección Siglo XXI de Osorno – Chile, relativas a la creación de publicidad con diferentes propósitos y utilizando contenidos matemáticos de su elección. Como resultado de la experiencia se logró que los alumnos desarrollen y potencien habilidades extra matemáticas y las apliquen.

Palabras clave: matemática, publicidad, experiencia de Aula, creaciones estudiantiles.

Título: Publicidad y mitología: su uso en el aula

Autora: María Luz Husillos García.

País: España

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2664059>

Consulta web: 29/09/16

Resumen:

La educación, en general, ha de desarrollar la conciencia social de las personas. En particular, la educación artística contribuye a enriquecer nuestra personalidad, a la vez que permite el disfrute del patrimonio histórico-artístico. En este sentido, esta comunicación trata de presentar una nueva metodología didáctica que combina los recursos tradicionales con las nuevas tecnologías de información, mostrando cómo el mundo publicitario puede ser una herramienta didáctica a través de la cual se enseñen aspectos diversos del mundo clásico y, en concreto, de su mitología. Con ello se pretenden abrir nuevas vías que permitan afrontar el reto que suponen las reformas educativas que se avecinan.

Palabras clave: mitología, publicidad, sociedad y educación, legado clásico.

Título: Contemos con la publicidad

Autor: José Muñoz Santoja.

País: España

https://dialnet.unirioja.es/buscar/documentos?query=Dismax.DOCUMENTAL_TODO=&contemos+con+la+publicidad

Consulta web: 29/09/16

Resumen:

En este artículo se presentan algunas propuestas para utilizar la publicidad en clases de Matemáticas como apoyo didáctico a algunos temas que hay que analizar en el currículum de esta materia a lo largo del curso. Al mismo tiempo se plantean una serie de actividades para realizar con la publicidad en el ámbito de la prensa escrita.

Palabras clave: publicidad, actividades, matemáticas, educación.

Título: Desmitificar la publicidad: lectura crítica de los medios en el aula

Autor: Milagros Barrio y Pilar Pérez.

País: España

https://dialnet.unirioja.es/buscar/documentos?querysDismax.DOCUMENTAL_TODO=%3A+Desmitificar+la+publicidad%3A+lectura++cr%C3%ADtica+de+los+medios+n+el+aula

Consulta web: 29/09/16

Resumen:

En este artículo las autoras presentan una experiencia práctica desarrollada en torno al análisis de la publicidad, dentro de un proyecto más amplio de lectura crítica, reflexiva y argumentada de los medios de comunicación en las aulas. Destaca sobre todo el proceso de enseñanza-aprendizaje a través del diseño, elaboración y montaje de un anuncio del colegio ideado por los alumnos.

Palabras clave: publicidad, medios de comunicación, aula, educación primaria.

Título: La publicidad y su integración en las aulas

Autor: Enrique Martínez Sánchez.

País: España

https://dialnet.unirioja.es/buscar/documentos?querysDismax.DOCUMENTAL_TODO=%3A+la+publicidad+y+su+integracion+en+las+aulas

Consulta web: 29/09/16

Resumen:

Este artículo plantea una serie de propuestas pedagógico-didácticas para que el profesorado de todos los niveles de la enseñanza promueva en su aula el estudio de la publicidad en general y de los anuncios en particular. Se dan en él ideas para la planificación y el análisis de la publicidad, la preparación de trabajos de taller y la elaboración de campañas y mensajes publicitarios. De los elementos técnicos, conceptuales o teóricos a los que se hace referencia se puede disponer en la bibliografía que se presenta al final del artículo. Se hace especial énfasis en que no todo en la publicidad es bueno o malo y en el sentido crítico que todo consumidor debe tener, tanto para aceptar sus aspectos informativos como para defenderse de lo engañoso o camuflado.

Palabras clave: publicidad, anuncios, educación, primaria, proyecto.

De igual forma y para seguir esta revisión bibliográfica recurrimos al PuntoQ, apartado dentro de la página web de la biblioteca de la Universidad de La Laguna con el objetivo de acceder a las bases de datos, revistas y libros electrónicos con los que dicha Universidad cuenta. Hice una primera búsqueda en español colocando los ítems “publicidad en educación primaria”, no obstante, encontré más artículos y documentos teóricos sobre investigaciones que aquellos que presentan propuestas de actividades o proyectos implementados en las aulas y son los que interesan. Asimismo, tengo que destacar que algunos de los artículos encontrados me remitieron a la base de datos Dialnet y coincidían con los que ya habíamos encontrados en dicha base de datos.

<p>Título: Trabajar la publicidad en la escuela, alternativas ante un reto actual</p> <p>Autor: Jesús Domingo.</p> <p>País: España</p> <p>http://www.tandfonline.com/accedys2.bbt.ull.es/doi/pdf/10.1174/113564098320762094?needAccess=true</p> <p>Consulta web: 08/10/16</p>
<p>Resumen:</p> <p>Este trabajo aborda el tema de la publicidad en la escuela. Aboga por la integración curricular de la publicidad y los medios de comunicación en la oferta educativa actual. Propone la necesidad de fomentar el desarrollo de la capacidad crítica y la autonomía de los alumnos frente a ella, desde el aprender haciendo y la reflexión profesional. Por último, aporta unas líneas básicas de acción fáciles de implementar desde las posibilidades reales con las que cuentan los centros y los profesores aquí y ahora.</p>
<p>Palabras clave: publicidad, integración curricular, tecnología educativa, aprender haciendo, reflexión crítica, temas transversales.</p>

<p>Título: Metapublicidad de la prensa. Un experiencia en el aula</p> <p>Autor: Armando González Gil.</p> <p>Editorial: Comunicar 5, 1995</p> <p>País: España</p> <p>Consulta web: 08/10/16</p>
<p>Resumen:</p> <p>En este artículo el autor nos presenta una experiencia práctica, desarrollada</p>

fundamentalmente con la prensa en torno a la metapublicidad. Destaca sobre todo la propuesta para la clasificación de los anuncios en diez categorías, así como la posterior iniciativa de realizar una exposición itinerante, con el fin de promocionar esta actividad en las aulas.

Palabras clave: metapublicidad, prensa, anuncios, práctica.

Título: Textos publicitarios en el tercer ciclo de primaria

Autor: Blas Segovia Aguilar.

País: España

<https://dialnet-unirioja-es.accedys2.bbtck.ull.es/revista/323/A/2004>

Consulta web: 12/10/16

Resumen:

La presente experiencia ofrece una línea metodológica y una propuesta de actividades para el conocimiento de aspectos relevantes de la publicidad tomando como base los anuncios que nos ofrecen las revistas. Se inicia con el conocimiento de aspectos relacionados con la fotografía para continuar con el conocimiento de textos publicitarios y finalizar con propuestas para la realización de anuncios a través del fotomontaje. Su finalidad principal es introducir la edu-comunicación en la escuela primaria.

Palabras clave: edu-comunicación, medios de comunicación, audiencia, publicidad, fotografía publicitaria, fotomontaje.

Igualmente, he considerado relevante hacer una búsqueda en inglés colocando para ello las palabras *advertising in elementary school*. Quería localizar trabajos o proyectos llevados a cabo en las aulas, como hemos comentado anteriormente, sin embargo lo que he encontrado han sido investigaciones sobre, por ejemplo, la influencia de la publicidad en el consumo de comida, tabaco, alcohol de los menores, la influencia publicitaria, el conocimiento de las marcas y pensamiento materialista de los escolares entre otros.

Tras haber realizado una búsqueda en el catálogo que ofrece *Tenerife Educa* sobre los numerosos recursos y actividades educativas que ofrece el Cabildo de Tenerife, así

como otras entidades públicas y privadas de la isla, no he encontrado ninguno que se ajuste o asemeje a nuestra propuesta de proyecto.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Tras una revisión del curriculum, hemos constatado que solo en 6º de primaria se le adjudica un criterio específico para trabajar la publicidad cuyos contenidos están enfocados en conocer distintos tipos de publicidad, reflexionar sobre mensajes publicitarios, ser consciente de la influencia que tienen en nuestros hábitos, etc. De este modo, y no solo para el alumnado sino también para que el profesorado tenga unos conocimientos sobre el ámbito publicitario y del marketing, hemos seleccionado una serie de conceptos y aspectos que se deben conocer y/o repasar para poder llevar a cabo el proyecto. Estos han sido los conceptos seleccionados:

BRIEFING: el *briefing* es un documento que tiene como objetivo dar información relevante a una agencia de publicidad sobre el producto que quiere publicitar, lo que se debe comunicar en la campaña, a quien va dirigida, el dinero disponible y el calendario que hay que cumplir. El *briefing* debe de hacerse de manera resumida y nos debe especificar todo lo que debemos saber para comenzar a realizar el trabajo creativo⁵.

PÚBLICO OBJETIVO O TARGET: se trata del público al que diriges tus acciones de comunicación o al que quieres venderle tu producto o servicio. Es importante tenerlo claramente definido e identificado para aumentar las posibilidades de acierto en tus acciones de marketing.

Cada público demandará un lenguaje, una imagen, un precio y unos canales de comunicación y distribución distintos. No es lo mismo dirigirse a un público infantil, donde el colorido puede ser imprescindible, o a un público adulto y conservador, donde la estética es más serena. El vocabulario empleado con uno y otro debe variar también. No todos los públicos tienen las mismas necesidades ni los mismos recursos, de modo que si no has pensado claramente en el público a quien te diriges y no has diseñado tu producto pensando en ellos, puede que este no tenga la acogida que te gustaría⁶.

MARKETING: al igual que ocurre con la publicidad, el concepto de marketing cuenta con un gran número de acepciones diferentes. Una definición que recoge su

⁵VV.AA. (2008): *Dirección publicitaria*, Barcelona, Editorial UOC, p.101.

⁶DOUGLAS, Tom (1986): *Guía completa de la publicidad*. Madrid, Editorial Tursen Hermann Blume, p. 125.

intencionalidad es la siguiente: conjunto de técnicas a través de las cuales las empresas satisfacen los deseos, necesidades y expectativas de los consumidores, ofreciéndoles los productos y servicios que estos necesitan y/o quieren, obteniendo a su vez los máximos beneficios para la misma. Es decir, una transacción de valores entre ambas partes, donde se busca vender a la vez que obtener los productos o servicios que necesita el consumidor.

En la actualidad nos encontramos inmersos en un mercado muy competitivo, donde el consumidor cuenta con una gran cantidad de productos y servicios muy poco diferenciados y donde la oferta es mucho mayor que la demanda. Es en este ambiente donde el marketing cobra un gran protagonismo pues debe responder a las necesidades de los clientes de la forma más efectiva posible, diferenciándose del resto de productos, aportando un valor añadido, adecuando la oferta a la demanda, generando nuevas oportunidades de negocio, etc.⁷

INVESTIGACIÓN DE MERCADO: la investigación de mercado es una forma de descubrir información sobre los clientes actuales y potenciales, tomar decisiones sobre qué producto o servicio vender y dónde. Es decir, analizar, interpretar y presentar información para la toma de decisiones de marketing, conocer a los competidores etc. todo ello con la intención de resolver ciertos problemas con los que puede contar la empresa, lanzar un nuevo producto, querer ampliar el margen de negocio, mejorar resultados... Por lo tanto, la investigación de mercado es idónea para descubrir las amenazas y oportunidades con las que cuenta la empresa, identificar problemas y buscar soluciones para obtener los máximos beneficios tanto económicos como de imagen de marca.

Asimismo, implica la recogida de información y el análisis de datos.

La investigación de mercado es útil en siete áreas fundamentales de un negocio:

- **Productos:** gracias a la investigación se puede descubrir mucha información sobre el producto, como por ejemplo, si un producto es probable que se venda, por qué es popular y por qué no lo es, qué clientes podían querer un nuevo producto, hacer comparaciones con productos de la competencia, etc.

⁷VV.AA. (2008): *La gestión del marketing, producción y calidad en las pymes*. Málaga. Editorial vértice, p.p. 23-36.

- Ventas: se podría conocer las tendencias de venta de una empresa, el nivel de ventas, hacer una previsión de las mismas, conocer las necesidades de ventas, etc.
- Clientes: con la investigación de mercado se puede obtener una rica información acerca de los clientes actuales y potenciales, por ejemplo, quiénes son, qué piensan del producto o servicio, qué esperan de la compañía, cómo observan a sus competidores, qué creen que la empresa podría mejorar...
- Precio: se podría conocer si un producto o servicio tiene un precio correcto, hacer comparaciones con los precios de la competencia, controlar los efectos de los cambios de precios, analizar tendencias pasadas, etc.
- Promoción: la investigación ayuda a crear y diseñar promociones que se ajusten mejor a los intereses de los clientes con el fin de obtener el mayor rendimiento posible, competir contra la publicidad de otras empresas de la competencia, contribuir y planificar una campaña en los medios de comunicación.
- Mercados: gracias a la investigación de mercado podemos conocer cuál es la dimensión o tamaño del mercado que vamos a estudiar, diferenciar cuáles son los actores principales en él, además de enseñarnos cuáles son las tendencias de mercado en un momento determinado.
- Distribución: la investigación permite conocer cuáles son las necesidades de venta al detalle, si dichas necesidades se están satisfaciendo y mostrar las mejores formas para mejorar la velocidad y volumen de distribución⁸.

PUBLICIDAD: la definición de publicidad ha sido un tema de gran controversia a lo largo de la historia, han sido numerosos autores quienes han aportado un concepto diverso y cambiante a lo largo del tiempo. A continuación se expondrán una serie de definiciones de la misma.

- O'Guinn, Allen y Semenik, autores del libro "Publicidad", definen la publicidad como "un esfuerzo pagado, transmitido por medios masivos de información con objeto de persuadir"⁹.

⁸BIRD, Polly (2008): *Aprende investigación de mercados: en una semana*. Barcelona. Editorial Gestion 2000, p.p. 9-17.

⁹VV.AA. (1999): *Publicidad*. México. International Thomson Editores, p. 6.

- Por otro lado, Kotler y Armstrong, en su libro "Fundamentos de Marketing", la definen como "cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado"¹⁰.
- Asimismo, para Stanton, Walker y Etzel, (autores del libro "Fundamentos de Marketing") la publicidad es "una comunicación no personal, pagada por un patrocinador claramente identificado, que promueve ideas, organizaciones o productos"¹¹.
- Según la American Marketing Association, la publicidad consiste en "la colocación de avisos y mensajes persuasivos, en tiempo o espacio, comprado en cualesquiera de los medios de comunicación por empresas lucrativas, organizaciones no lucrativas, agencias del estado y los individuos que intentan informar y/o persuadir a los miembros de un mercado en particular o a audiencias acerca de sus productos, servicios, organizaciones o ideas"¹².
- Según el publicista Luis Bassat, en su libro, "el libro rojo de la publicidad", la define como "el arte de convencer consumidores"¹³.

Asimismo, teniendo en cuenta las anteriores definiciones, podemos definir la publicidad como una forma creativa de informar, persuadir y/o recordar a un público objetivo un producto, servicio o idea con el fin de atraerlos hacia la compra o seguimiento de dichas valores o ideas. Se trata de una acción pagada por un patrocinador (individuo, empresa lucrativa, organización no gubernamental, institución del estado, etc.).

ESLOGAN: palabra o frase que acompaña a una marca para intentar trasladar a sus clientes el valor y los beneficios que el producto en concreto quiere ofrecerles. Es habitual que dichas palabras incluyan el nombre de la marca o la categoría del producto. El eslogan pretende perdurar en la memoria del individuo, incluso una vez terminada la campaña publicitaria. Las tres características que debe poseer un buen eslogan son:

- Facilidad de recuerdo.

¹⁰VV.AA. (2003): *Fundamentos del marketing*. Mexico. Prentice Hall, p. 470.

¹¹ VV.AA. (2007): *Fundamentos del Marketing*. Mexico. Mc Graw Hill, p. 569.

¹² American Marketing association (2016) *American Marketing association*. Chicago. Recuperado de: <https://www.ama.org/Pages/default.aspx>

¹³ BASSAT, Luis (2013): *El libro rojo de la publicidad*. Madrid. Editorial de Bolsillo, p. 14.

- Facilidad de comprensión.
- Fácil asociación con el producto o marca¹⁴.

LOGOTIPO: un logotipo es un símbolo único formado por imágenes o letras mediante el cual se espera que los clientes logren identificar a una compañía o empresa y a su producto o servicio. Lo más importante de un logotipo es que sea:

- LEGIBLE, independientemente del tamaño al que lo usemos.
- ESCALABLE, que podamos adaptarlo a diferentes escalas y formatos sin perder su esencia (imprescindible con la importancia que han tomado las redes sociales y las webs adaptativas).
- REPRODUCIBLE en cualquier material.
- Que genere IMPACTO VISUAL, de manera que nos llame la atención a simple vista y sea fácilmente recordado.
- ATEMPORAL Y ÚNICO, diferenciándose dentro de la competencia y con un diseño perdurable en el tiempo¹⁵.

JINGLE: se trata de una canción original corta, con una frase potente pero sencilla y un tono pegadizo. Suele tener una duración de 30 segundos. El *jingle* es el mensaje publicitario hecho canción, y lo que persigue es la repetición constante del anuncio para que se grabe en la memoria de quien lo escucha¹⁶.

¹⁴ BIGNÉ, J. Enrique (2003): *Promoción Comercial*. Madrid. Editorial ESIC, p. 226.

¹⁵ HINGSTON, Peter (2002): *Marketing efectivo*. Mexico. Editorial Prentice Hall, p. 64.

¹⁶ CALDERÓN, Jhon (2015): *Branding sonoro: mucho más que un logo sonoro despertando la conciencia sonora de las marcas*. Colombia, Editorial autores editores, p. 41.

“INVASORES DE LA PUBLICIDAD”

Nombre:

Nombre:

Nombre:

Nombre:

Al recibir este dossier se han convertido en miembros de una **AGENCIA DE PUBLICIDAD**. Cada grupo formará parte de un departamento y deberá trabajar e investigar tres productos:

- ColaCao
- Kellogg's
- La reedición de un libro (consejo editorial)

Tras el correspondiente trabajo tendrán que crear diferentes productos finales:

- ColaCao → un nuevo *jingle* para la marca.
- Kellogg's → un paquete de desayuno saludable.
- Consejo editorial → una *cuña* y un *banner* para presentar el nuevo libro.

No será un trabajo fácil pues tendrán muchos retos que resolver y deberán seguir y cumplir la temporalización indicada. En cada uno de los dossiers obtendrán toda la información detallada.



Y se darán cuenta de que:

- Son grandes creativos
- Podrán aplicar muchos conocimientos de los aprendidos en clase para resolver sus retos
- Trabajando en equipo serán grandes investigadores
- Podrán hacer trabajos llamativos, interesantes,...
- Tendrán obstáculos y deberán trabajar para llegar a sus metas



Como buenos publicistas deberán ser:

- Capaces de convencer a su público objetivo
- Alegres
- Puntuales
- Exigentes con su trabajo
- Buenos vendedores
- Sensibles para escuchar y para exponer sus ideas
- Buenos trabajadores en equipo

Tendrán que realizar diversas investigaciones, algunas encuestas, conocer cada uno de los productos "al dedillo"... se convertirán en expertos y tendrán que exponer el trabajo al resto de la clase para **descubrir cuál de los 6 departamentos ha hecho mejor su investigación y convencerá al resto de compañeros con su producto final.**

Es muy importante que:

- Busquen información en fuentes fiables
- Contrasten los datos
- Trabajen en equipo
- Debatan y lleguen a sus propias conclusiones
- Cumplan las entregas en el plazo indicado

Finalmente, el gran objetivo de este proyecto es poder presentar su producto final en el "PUBLIFEST", festival publicitario que se celebrará el miércoles 21 de junio y donde familiares y alumnos podrán disfrutar y aprender muchísimo de sus trabajos. Solo se presentarán dos trabajos de cada producto así que deberán esforzarse para intentar realizar grandes e interesantes trabajos.



¡ES EL MOMENTO DE EMPEZAR A TRABAJAR...ÁNIMO!

Asimismo, se comentará brevemente el primer dossier, Cola Cao, y se les pedirá a los niños que traigan algún bote de dicho cacao (no hace falta que lo compren, sino que lleven alguno de casa. Igualmente el docente deberá llevar uno para asegurarse que cuentan con él).

Durante la semana siguiente se llevará a cabo este primer dossier, empleándose 11 sesiones para su desarrollo (en el apartado temporalización se puede observar con detalle la organización).

Como se ha comentado, el docente hará de guía, motivando su desarrollo, explicando las actividades que no se comprendan, corrigiendo posibles errores que dificulten su realización, en definitiva, se asegurará que exista un buen desarrollo del trabajo, que todos participen y se vaya llevando a cabo de forma correcta la investigación. Un aspecto muy importante es que los alumnos comprendan en cada momento qué deben hacer y cuál es el propósito final de cada uno de los dossiers.

El último día de la semana los alumnos deberán presentar cada uno de sus productos finales y realizar la correspondiente coevaluación que determinará qué trabajo les ha gustado más y se ajusta a los criterios seleccionados para su evaluación.

Debemos destacar que el docente debe advertir con antelación de las posibles actividades que requieran traer información de casa o realizarse en ella, así como las actividades que deben llevarse a cabo de forma individual. Estas últimas nos permitirán corregirlas y darnos cuenta de los diferentes errores y aciertos y así poder evaluar directamente a través de ellas. Asimismo, y después de que los alumnos las realicen, deberán corregirlas conjuntamente y, sin modificar las fichas individuales, pasar los resultados correctos y consensuados al dossier común del grupo. Todas estas explicaciones aparecen en el dossier.

Este mismo procedimiento, variando la organización temporal de la semana en cuanto a las horas dedicadas al proyecto, se repetirá en el dossier de Kellogg's y en el del consejo editorial (13 sesiones para Kellogg's y 13 para el consejo editorial).

Como ya podrán conocer los alumnos, pues en el documento de presentación se informa, el propósito final es presentar los proyectos en el "Publifest", primer festival de publicidad que se celebra en el colegio y donde alumnos y familiares podrán disfrutar y aprender con y de sus trabajos. El docente, después de las diferentes evaluaciones, será quien elija dos trabajos de cada uno de los productos, se buscará que todos los grupos presenten uno de ellos. Esta acción culminará el proyecto y permitirá ocupar los últimos días del curso, que muchas veces "quedan sueltos", de una manera muy enriquecedora para ellos.

Seguidamente les mostraremos los tres dossiers que hemos diseñado para llevar a cabo en el proyecto "invasores de la publicidad".



Copyright Cola Cao®

¿Conocen el **ColaCao**? Es muy probable que contesten que sí e incluso que alguna vez hayan desayunado o merendado un vaso de leche con Cola Cao. Este producto es un clásico entre los anuncios publicitarios donde solemos ver a niños sonriendo, felices y abriendo el bote de Cola Cao para poder disfrutar de una gran y dulce cucharada de cacao en polvo. Asimismo, en ellos es muy frecuente ver a grandes y triunfadores deportistas disfrutando de su increíble sabor, entonces... ¿esto quiere decir que consumir este producto nos ayudará a ser más felices y a convertirnos en famosos deportistas? ¡DEBERÁN DESCUBRIRLO!

Con este proyecto les invitamos a realizar una exhaustiva investigación sobre este producto, para descubrir sus orígenes, cómo se elabora, dónde y cómo se ha publicitado, cuáles han sido los valores que ha transmitido la marca a lo largo de los años, etc.

Cola Cao siempre se ha caracterizado porque sus anuncios suelen venir acompañados de canciones pegadizas o pequeños *jingle* que motivan y hacen que su público las recuerde. Ellas transmiten los valores de la marca y sus características, pero algunas también esconden muchos mensajes.

El objetivo final, como grandes publicistas, es que realicen un nuevo *jingle* donde mantengan o cambien los valores de la marca. Todo dependerá de lo que descubran con esta importante investigación y de los valores que quieran transmitir.

¡¡¡ADELANTE, LES QUEDA "UN DULCE y MUSICAL" CAMINO POR RECORRER!!!

1. Para comenzar a obtener información sobre dicho producto tendrán que rellenar esta ficha que les ayudará a recopilar datos acerca del origen e historia de la marca. Recuerden que deben recurrir a fuentes fiables para obtener la información, repartirse el trabajo, buscar la información y hacer una puesta en común de la misma.

FICHA:

Nombre de la empresa a la que pertenece el producto:

Nombre del producto:

Lugar donde se creó el producto:

Fecha de creación de la empresa:

Fecha de creación del producto:

Definición del producto:

Descripción del envase en el año de lanzamiento del producto:

Fotos antiguas del envase de Cola Cao:



2. Ahora es el turno de leer con atención la canción que le dio gran popularidad a la marca ¿la han oído alguna vez?, tal vez sí. A través de ella podrán descubrir aspectos muy importantes sobre ColaCao.
¡INVESTIGUEN!

Yo soy aquel negrito
del **África tropical**
que cultivando cantaba
la canción del Cola Cao
y como verán ustedes
les voy a relatar
las múltiples cualidades
de este producto sin par.



Es el Cola Cao desayuno y merienda,
es el Cola Cao desayuno y merienda ideal, Cola Cao.

Lo toma el futbolista para entrar goles,
también lo toman los buenos nadadores,
si lo toma el ciclista se hace el amo de la pista
y si es el boxeador golpea que es un primor.

Yo soy aquel negrito
del África tropical
que cultivando cantaba
la canción del Cola Cao
y como verán ustedes
les voy a relatar



Figura 1. Logo Cola Cao 1945

2. Como se ha comentado, esta fue y ha sido una de las canciones más importantes para la marca. Pero, ¿si Cola Cao es un producto español?:

- ¿Por qué un negrito del África Tropical es el encargado de cultivarlo?
- ¿Dónde se encontraba el África Tropical?
- ¿Por qué venía el cacao desde allí?

Para comprenderlo mejor y encontrar información al respecto les planteamos un nuevo reto:

Deben descubrir tras qué **conferencia** África quedó dividida sin tener en cuenta ningún tipo de consideración geográfica o étnica. Dicho continente se repartió entre diferentes países europeos sin respetar a sus habitantes, provocando grandes conflictos entre ellos pues unieron pueblos que se encontraban enfrentados, dividieron familias, impusieron sus costumbres, los cogieron como esclavos, los explotaron....

2.1 Contesten:

- Nombre de la conferencia
- Año en la que se celebró
- Qué países participaron
- Qué se trató en ella

3. Las siguientes actividades se realizarán de forma individual. Una vez realizadas póngalas en común y escriban el resultado final en este dossier.
 - 3.1 En el mapa podrán observar el reparto africano, fíjense en la leyenda y en los colores de los países para que lo comprendan mejor.

CARTE GÉNÉRALE DE L'AFRIQUE



Voir, à leur ordre alphabétique, les cartes détaillées des divers pays.

Figura 2: mapa división de África 1911

Como ya saben, un mapa es la representación plana de la superficie total de la Tierra o de una parte de ella. En esta actividad deberán observar con mucha atención el mapa para poder contestar las cuestiones que se les plantean a continuación. Sin embargo, para ello es fundamental realizar un breve repaso de algunos términos que son imprescindibles para poder completar las actividades con éxito. ¡ADELANTE!

La escala indica la distancia y el tamaño real de los elementos representados en el mapa.

La leyenda recoge el significado de los signos que se utilizan en el mapa. Estos signos pueden estar representados mediante colores y/o símbolos.

Los puntos cardinales sirven para orientarnos. Los principales puntos cardinales son: **Norte** (N), **Sur** (S), **Este** (E) y **Oeste** (O).

Los paralelos van en dirección Norte-Sur, y se localizan a partir del ecuador. El ecuador divide a la Tierra en hemisferio Norte y hemisferio Sur. Otros paralelos son el trópico de Cáncer, el trópico de Capricornio, el círculo Polar Ártico y el círculo Polar Antártico. **Los meridianos** van en dirección Este-Oeste, y se localizan a partir del meridiano de Greenwich. El meridiano de Greenwich divide la Tierra en hemisferio Este y hemisferio Oeste.

3.2 Observando la leyenda del mapa. ¿Podrías decir qué países pertenecían a España? Di sus nombres.

3.3 Fíjate en la leyenda y escribe. ¿Qué país europeo tenía bajo su dominio más países africanos?

¿Cuáles eran?

3.4 ¿Sabrías decir en qué lugar del mapa se encuentra situada exactamente Guinea Española? Usa los paralelos y los meridianos para especificar su situación exacta.

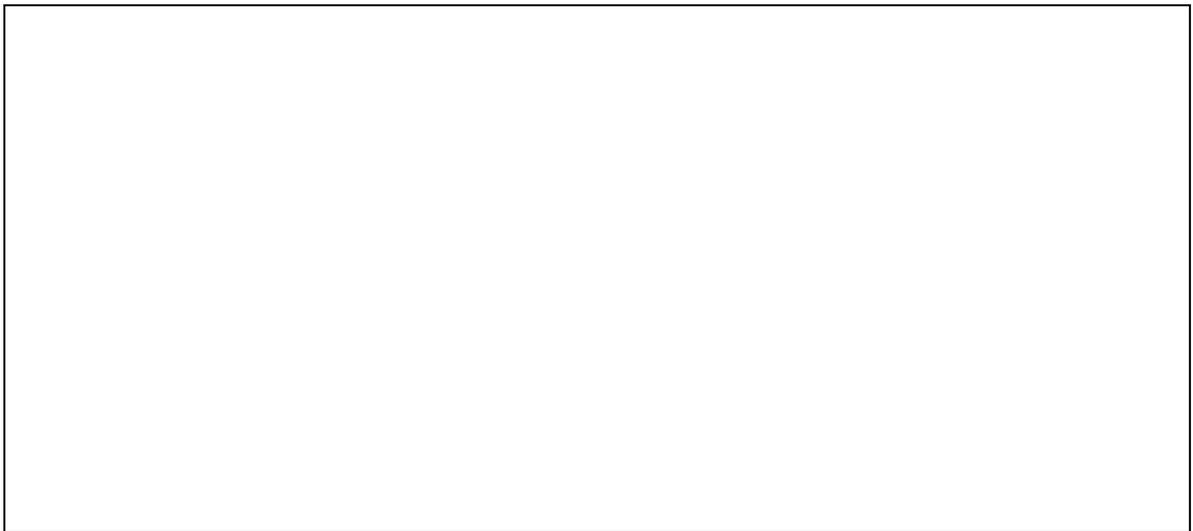
Longitud:

Latitud:

3.5 ¿Qué país se encuentra situado entre los paralelos 21° y 28° de latitud Norte y los meridianos 12° y 20° de longitud Oeste?

3.6 Anteriormente hemos conocido la importancia que tienen las escalas para poder hacernos una idea de lo que representa el mapa en la realidad. Sabiendo que la escala es 1: 36.500.000 ¿qué significa esto?

- 3.7 Ahora con la ayuda de la escala deberán calcular el número de Kilómetros que debía recorrer el cacao desde la zona de cultivo, en Guinea Española, hasta la fábrica situada en Madrid, y desde allí a cualquier casa de la isla de Tenerife donde podría ser consumido. Tendrás que marcar los tres puntos primero en el mapa para luego realizar los diferentes cálculos.



Ya han obtenido mucha información sobre el reparto de África, ahora ya conocen qué países africanos fueron conquistados por los españoles y por qué era un “negrito” del África tropical quien se encargaba de cultivarlo. Es el momento de reflexionar y pensar:

- ¿Es correcto referirse a alguien como “negro”?
- ¿Les gustaría que se refirieran a ustedes por el color de la piel?

4. Debatan y expongan sus ideas.

5. El enlace que se muestra a continuación trata de un video titulado "sembrando chocolate" y cuenta la historia de dos niños muy diferentes. Tendrán que visualizarlo para luego realizar un cartel donde expongan las similitudes y diferencias que han observado entre los dos protagonistas. Seguro que se sorprenderán e incluso puede que el lienzo de las similitudes quede en blanco.

Visualicen el video en casa y cada uno deberá traer las similitudes y diferencias que han encontrado. En clase deberán llegar a un consenso y crear el cartel. Creen un logo y dibujen o utilicen fotografías que lo ilustren.

<https://www.youtube.com/watch?v=AzgAy6fgtOI>

Ejemplo:



6. La investigación está llegando a su fin. Es el momento de crear ¡EL NUEVO JINGLE!. En los siguientes enlaces podrán descubrir diversos anuncios televisivos que la marca ha lanzado a lo largo de su historia. En ellos encontrarán las canciones que han acompañado a la marca.

Requisitos para el nuevo lanzamiento:

- En primer lugar deberán realizar una visualización prestando total atención a los valores que se transmiten en cada uno de los anuncios.
- Tendrán que dividirse el trabajo y repartirse los anuncios para analizarlos mejor.
- Deben tener en cuenta:
 - Eslogan
 - Público objetivo
 - Valores
 - Con o sin canción
- Con toda la información obtenida en los anuncios junto con lo aprendido durante la investigación deberán, como grandes publicistas, elaborar el nuevo *jingle* de la marca.
- Decidan:
 - Puede ser un nueva publicidad de la marca donde se mantenga sus valores e imagen.
 - O una contrapublicidad de la misma para hacer una crítica y desmentir alguno de sus valores.
- Deberán crear la letra de la canción y elegir o crear una nueva melodía.
- Finalmente, deberá ser grabada (no puede superar los 30 segundos).

<https://www.youtube.com/watch?v=qESnJQfzIIE>

<https://www.youtube.com/watch?v=Fk4PcMwI5g>

<https://www.youtube.com/watch?v=CRCmnCXcdNQ>

https://www.youtube.com/watch?v=z9YLYmj_gF8

El proyecto ha llegado a su fin, ahora deberán exponer al resto de compañeros todo lo que han aprendido sobre esta marca y en concreto sobre Cola Cao. El objetivo es presentarles el nuevo *Jingle* y que disfruten, descubran y aprendan con él.

Recuerden, realicen un buen trabajo, la recompensa → "PUBLIFEST".

Kellogg's
Original
**CORN
FLAKES**

Copyright Kellogg's®

La marca  nació en 1906 en Míchigan, Estados Unidos. Su primer producto fue CornFlakes de Kellogg's que ha sido vendido a lo largo de la historia como un producto saludable, de gran sabor y dirigido a toda la familia para que disfruten de un buen desayuno de una manera rápida y nutritiva. Pero, ¿es cierto que, este producto indispensable en nuestros desayunos, es tan saludable como aparece?...**¡DEBERÁN DESCUBRIRLO!**

Este proyecto tiene como objetivo final que ustedes, publicistas, realicen un PAQUETE DE DESAYUNO SALUDABLE. Es decir, deben crear la "bolsita de desayuno" que todo niño quisiera llevar al colegio pero debe cumplir con unos determinados requisitos: ser saludable y nutritivo.

¿Podrá CornFlakes de Kellogg's formar parte de este paquete de desayuno?. Para contestar a esta pregunta deberán realizar una exhaustiva investigación.

Para averiguarlo deben ir más allá de la publicidad y una buena idea para encontrar información es fijándose en su envase. Asimismo, deberán conocer los valores que ha transmitido la marca, cuál es su competencia, etc.

¡ÁNIMO, LES QUEDA UNA CRUJIENTE Y SALUDABLE INVESTIGACIÓN!

1. A continuación podrán observar algunos anuncios gráficos y envases de la marca a lo largo de más de 100 años. Deberán elegir uno por cada miembro del grupo, analizarlos (valores, eslóganes...) y crear, utilizando diferentes materiales (cartón, cartulinas, cajas de zapatos, etc.) los diferentes envases que ha tenido la marca en los diferentes años.



Figura 3: envase Kellogg's 1906



Figura 4: envase Kellogg's 1924

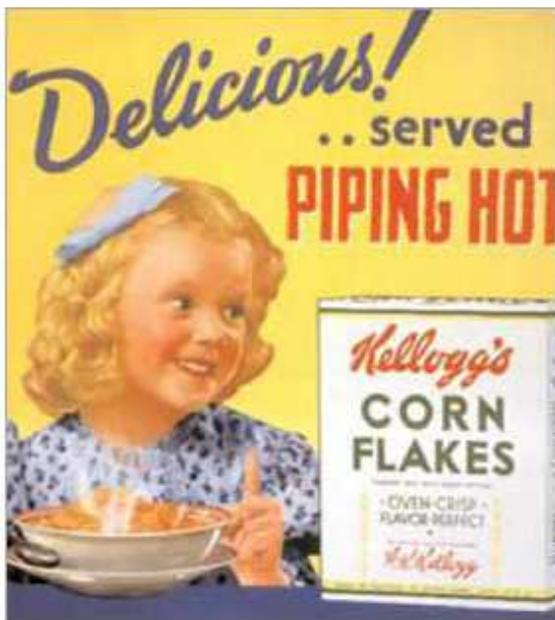


Figura 5: envase Kellogg's 1938



Figura 6: envase Kellogg's 1944



Figura 7: envase Kellogg's 1953



Figura 8: envase Kellogg's 1960



Figura 8: envase Kellogg's 1970



Figura 9: envase Kellogg's 1983



Figura 9: envase Kellogg's 1994



Figura 10: envase Kellogg's 2016

Ya tienen una idea de los valores que ha ido transmitiendo la marca a lo largo de las diferentes décadas. Es interesante que lo conozcan para saber cómo ha querido venderse este producto. Toda marca tiene unos valores y ya han averiguado cuáles son los de CornFlakes de Kellogg's.

¡¡¡¡AHORA NOS TOCA COMENZAR A INVESTIGAR SOBRE LOS VALORES NUTRICIONALES DE ESTE PRODUCTO!!!!

Es importante que recuerden que:

El cuerpo, al igual que cualquier "máquina", utiliza energía para vivir, mantener una temperatura constante, poder hacer ejercicio, estudiar, jugar...

Esta energía se obtiene de los alimentos que consumimos a partir de los NUTRIENTES que poseen. Por ello, en todas las etiquetas de alimentos aparecen la cantidad de CALORÍAS que tiene una determinada cantidad de dicho producto, es decir, la cantidad de ENERGÍA que nos proporciona ese alimento. Muchas veces suele aparecer como kilocaloría.

1 kcal= 1000 cal

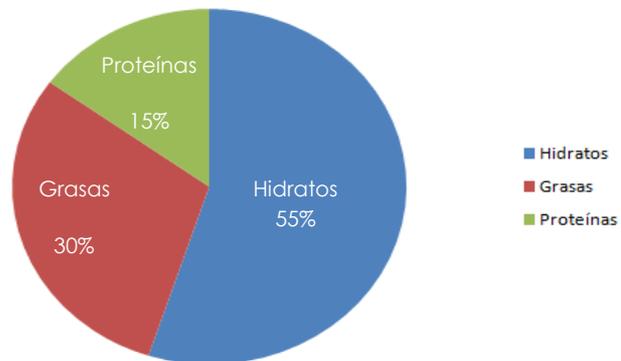
Curiosidad: 1 gramo de hidrato de carbono o de proteínas produce 4 kcal y 1 gramo de grasa produce 9 kcal.

Todos los alimentos aportan calorías. Una caloría de lechuga da tanta energía como una caloría de chocolate, pero no aporta los mismos nutrientes.



Por tanto, si consumes las calorías que necesitas pero lo haces solo tomando un alimento, por ejemplo el chocolate, no vas a estar nutrido.

Un niño de 11 o 12 años debe consumir al día aproximadamente entre 1500 y 2000 calorías que deben estar compuestas por estos nutrientes.



Pero debemos tener en cuenta que la cantidad de calorías que necesitamos es diferente en función de si eres niño o niña, si practicas o no deporte, tu peso, edad, etc.

2. Analicen el envase de CornFlakes de Kellogg's sin perder ningún detalle, nuestro objetivo es sacar toda la información posible. Repártanse el trabajo y tras la búsqueda de información hagan una puesta en común. Para ello pueden contar con esta ficha:

NOMBRE DEL PRODUCTO:

NOMBRE DE LA EMPRESA:

LISTA DE INGREDIENTES:

INFORMACIÓN NUTRICIONAL:

	Por 100 gramos	Por 30 gramos
VALOR ENERGÉTICO	Kcal	Kcal
Grasas		
Hidratos de carbono		
De los cuales azúcares		
Fibra		
Proteínas		
Sal		
Vitaminas		
Minerales		

CANTIDAD NETA:

FECHA DE CADUCIDAD:

MODO DE CONSERVACIÓN:

LOTE:

LUGAR DE ORIGEN DE FABRICACIÓN:

PRECIO:

DESCRIPCIÓN DEL ENVASE:

- Eslogan:

- Material con el que está hecho:

- Imágenes o dibujos que aparecen:

FOTOS DEL ENVASE:

3. Ahora toca el turno para conocer LA COMPETENCIA, ¿cuáles creen que son los principales cereales que compiten con CornFlakes de Kellogg's? (recuerden que no pueden ser de la misma marca, deben ser de otra para poder ser competencia).

Busquen en casa, en el supermercado, etc. 2 productos y creen una ficha como la anterior para poder visualizarlo mejor.

Competencia 1:

NOMBRE DEL PRODUCTO:

NOMBRE DE LA EMPRESA:

LISTA DE INGREDIENTES:

INFORMACIÓN NUTRICIONAL:

	Por 100 gramos	Por 30 gramos
VALOR ENERGÉTICO	Kcal	Kcal
Grasas		
Hidratos de carbono		
De los cuales azúcares		
Fibra		
Proteínas		
Sal		
Vitaminas		
Minerales		

CANTIDAD NETA:

FECHA DE CADUCIDAD:

MODO DE CONSERVACIÓN:

LOTE:

LUGAR DE ORIGEN DE FABRICACIÓN:

PRECIO:

DESCRIPCIÓN DEL ENVASE:

- Eslogan:

- Material con el que está hecho:

- Imágenes o dibujos que aparecen:

FOTOS DEL ENVASE:

Competencia 2:

NOMBRE DEL PRODUCTO:

NOMBRE DE LA EMPRESA:

LISTA DE INGREDIENTES:

INFORMACIÓN NUTRICIONAL:

	Por 100 gramos	Por 30 gramos
VALOR ENERGÉTICO	Kcal	Kcal
Grasas		
Hidratos de carbono		
De los cuales azúcares		
Fibra		
Proteínas		
Sal		
Vitaminas		
Minerales		

CANTIDAD NETA:

FECHA DE CADUCIDAD:

MODO DE CONSERVACIÓN:

LOTE:

LUGAR DE ORIGEN DE FABRICACIÓN:

PRECIO:

DESCRIPCIÓN DEL ENVASE:

- Eslogan:

- Material con el que está hecho:

- Imágenes o dibujos que aparecen:

FOTOS DEL ENVASE:

Con toda la información que han recopilado... es el turno de que trabajen de forma individual. Tras realizar individualmente las diferentes actividades que aparecen a continuación, hagan una puesta en común y pasen los resultados a este dossier.

4. Fíjense en los valores nutricionales de los diferentes cereales para contestar a las siguientes preguntas:

4.1 ¿Cuál de los productos que han analizado nos aportaría más energía?, ¿por qué?

4.2 Consumir mucha sal no es bueno para nuestro corazón. fijándose en este dato ¿cuál de los 3 es menos saludable?

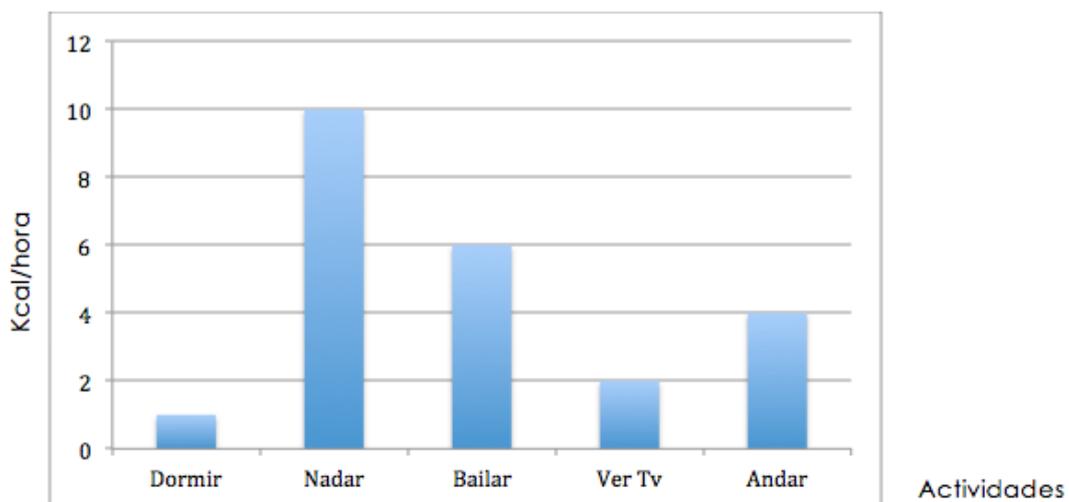
4.3 Ya hemos buscado en las tablas el porcentaje de proteínas, grasas, hidratos de carbono, vitaminas totales, etc. que contienen los Kellogg's. ¿Qué cantidad de cada uno de estos nutrientes habrá en la caja entera?

4.4 Si un niño de 12 o 13 años debe consumir entre 1500 y 2000 calorías diarias y solo se alimentara a base de Kellogg's...

- ¿Cuántos gramos debería consumir de este producto para cubrir las calorías?

- ¿Estaría nutrido? Razonen.

5. Ya deben saber que la cantidad de kilocalorías que necesitas es diferente según tu edad, peso, deporte que practicas, etc. ¿verdad?. Bueno, pues supongamos que van a hacer distintas actividades físicas donde la cantidad de energía que van a emplear va a ser diferente. Observen la gráfica, en ella se puede ver la cantidad de kilocalorías que se gastan en una hora realizando las distintas actividades.

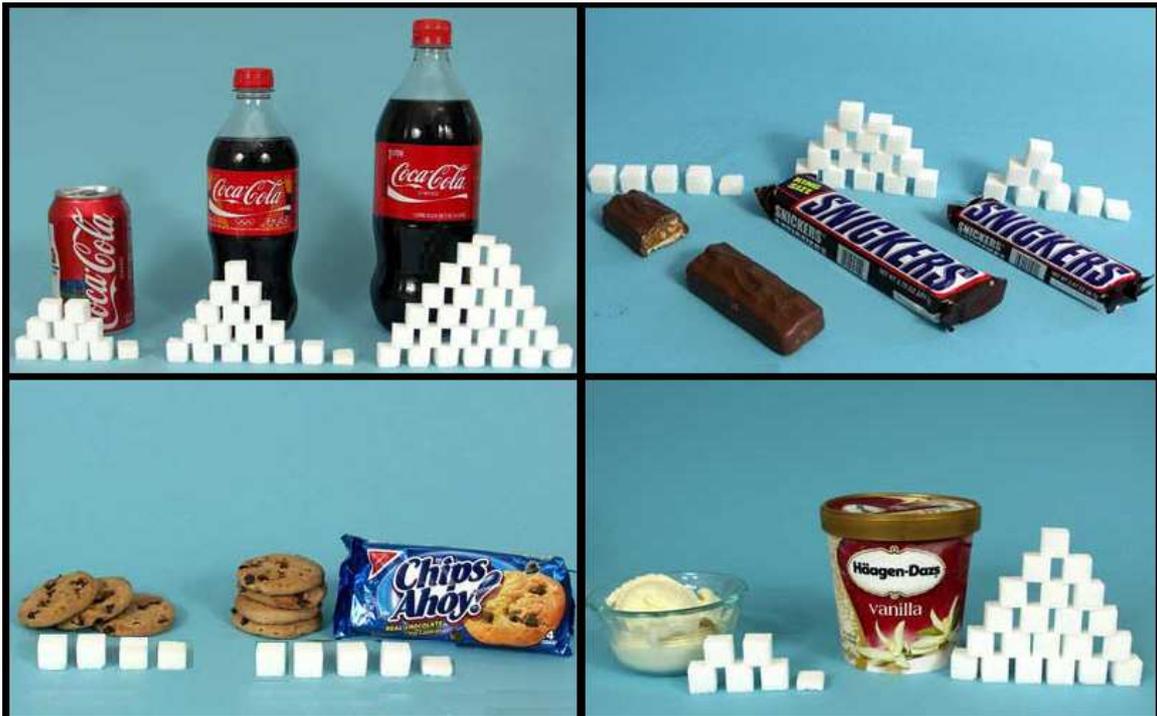


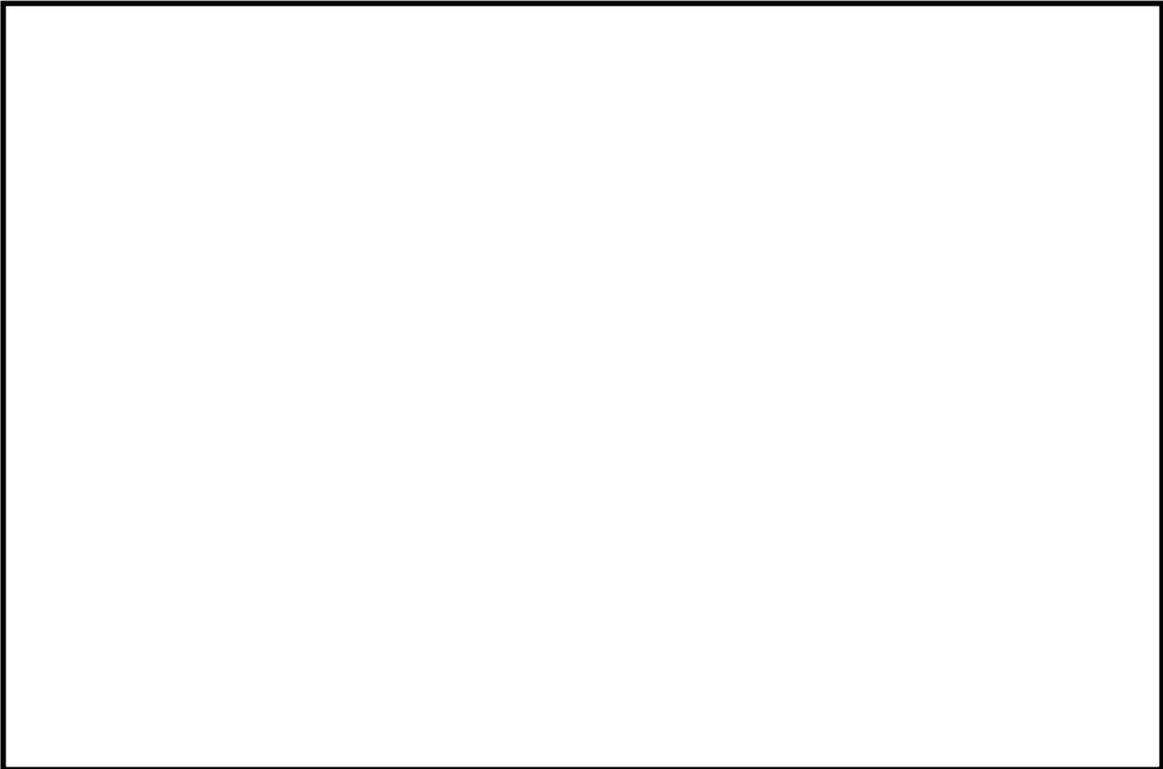
- 5.1 ¿Para qué necesitas más kilocalorías, para dormir o para bailar?
- 5.2 ¿Cuántas kilocalorías gastarías si andas 1 hora y 30 minutos?
- 5.3 ¿Cuántas horas deberían estar andando para gastar las mismas calorías que una hora nadando?
- 5.4 ¿y cuántas horas debería dormir para gastar las mismas kilocalorías que una hora nadando?

El azúcar es fundamental para nuestro cuerpo, pues es el nutriente que de forma más inmediata nos proporciona energía. Sin embargo, un consumo excesivo de ella, también genera problemas de salud y enfermedades como la diabetes.

Sin embargo, muchas veces no nos damos cuenta de la gran cantidad de azúcar que poseen algunos alimentos. Ahora es el momento de que lo vivencien.

6. Al igual que aparece en la imagen, deberán traer cereales que tengan en casa (ahora da igual la variedad: con chocolate, miel, etc.) para conocer la cantidad de azúcar que contiene cada uno de ellos, pesándolos y comparándolos. No se olviden de poner el mismo peso de cereales (por ejemplo 30 gramos) para que las proporciones sean reales.





Esta investigación está llegando a su fin, hemos trabajado mucho sobre este producto y somos casi unos expertos en el ámbito de la nutrición. Por ello, y como grandes publicistas, tenemos que comenzar a idear nuestro ¡¡¡¡producto final!!! UN PAQUETE DE DESAYUNO SANO, NUTRITIVO Y SABROSO.

Pero antes que nada es fundamental conocer su público objetivo para poder diseñar un producto que se ajuste a sus necesidades y que tenga una buena aceptación. Para ello deben descubrir qué desayunan sus compañeros de clase, por lo que tendrán que realizar una pequeña encuesta que nos permita obtener dicha información.

Deberán realizar un vaciado de datos y exponer las conclusiones que han obtenido de cada una de las preguntas, indicando, por ejemplo:

Primera pregunta:

- De las 20 personas encuestadas:
 - ⇒ 14 desayunan todos los días
 - ⇒ 2 nunca desayunan
 - ⇒ 2 se desayunan 4 veces en semana
 - ⇒ 2 desayunan solo los fines de semana

7. Con toda la información recopilada en la encuesta, así como con el conocimiento que ahora tiene sobre los valores nutricionales de los diferentes productos de cereales, es el momento de comenzar a diseñar el paquete de desayuno. Pero antes hay que recordar que....

Ningún alimento está compuesto exclusivamente por un único nutriente, aunque hay alimentos que poseen en mayor cantidad uno de ellos. Por ejemplo, la leche tiene mucha proteína pero es verdad que también tiene grasas, vitaminas, etc. Por ello se han creado grupos de alimentos con productos que aportan principalmente cada tipo de nutriente.

Si practicas deporte o vas todos los días corriendo al colegio debes consumir más calorías, etc.

Fíjense en la información obtenida en la encuesta para que diseñen un paquete de desayuno acorde a su público y sobre todo saludable para él.

Más requisitos:

- El departamento deberá dividirse en dos grupos, cada uno de ellos tendrá que crear un paquete de desayuno diferente.
- Un grupo tendrá que crear un desayuno donde se utilice CornFlakes de Kellog's junto con otros productos que complementen un desayuno sano y equilibrado.
- El otro grupo creará otro desayuno ofreciendo otros productos como alternativa a los cereales.
- Tendrán que crear:
 - Un eslogan
 - Un logotipo
 - Un diseño del envoltorio
 - Especificar de forma clara el etiquetado
 - Ingredientes
 - Valores nutricionales
 - Fecha de caducidad
 - Modo de conservación



Por tanto, a partir de las tablas que aparecen a continuación escojan diferentes combinaciones de alimentos y diseñen su desayuno saludable.

Desayuno para un niño de 12 años:

- Kilocalorías: 450 a 500 (aproximadamente)
- Debe contener los siguientes grupos de alimentos:
 - 1 ración de lácteos.
 - 1 ración de fruta.
 - 1 ración de hidratos. } Obligatorio.
- Opcional: otras proteínas y grasas.

	Gramos de 1 ración	Kcal de 1 ración
Melón	300	102
Sandía	300	90
Fresa	300	96
Papaya	200	86
Mandarina	200	106
Naranja	200	94
Kiwi	200	120
Ciruela	200	92
Pera	200	116
Piña	200	96
Cereza	100	50
Uva	100	69
Plátano	100	89

FRUTAS: (aportan muchas VITAMINAS e HIDRATOS DE CARBONO)

	Gramos de 1 ración	Kcal de 1 ración
Leche entera	254	124
Yogur	250	150
Queso amarillo	40	160

LÁCTEOS: aportan PROTEÍNAS y MINERALES.

	Gramos de 1 ración	Kcal de 1 ración
Jamón	40	115
Tortilla francesa	55	80

OTRAS PROTEÍNAS:
aportan PROTEÍNAS.

	Gramos de 1 ración	Kcal de 1 ración
Pan de barra	40	100
Pan de molde	40	130
Cereales	30	115
Gofio	30	115
Galletas (tipo maría)	31	133
Bollería (donut)	43	209

HIDRATOS: aportan
HIDRATOS

	Gramos de 1 ración	Kcal de 1 ración
Mantequilla	30	215
Crema de cacao	30	165

GRASAS: aportan
GRASAS

La información obtenida para la realización de estas tablas ha sido obtenida de las siguientes páginas webs, Consultadas el 16/10/2016.

- http://servicios.educarm.es/cnice/epssd3/sd3_00_00.html
- <https://www.healthychildren.org/Spanish/healthy-living/nutrition/Paginas/Energy-In-Recommended-Food-Drink-Amounts-for-Children.aspx>

El proyecto ha llegando a su fin, ahora como grandes publicistas deberán exponer al resto de compañeros todo lo que han aprendido sobre esta marca y en concreto sobre CornFlakes de Kellogg's. El objetivo es venderles los nuevos paquetes de desayuno de la mejor manera posible para que queden encantados con ellos.

Recuerden, realicen un buen trabajo, la recompensa → "publifest".

TU DESAYUNO

A continuación deberás responder a una pequeña encuesta que nos permitirá conocer, de forma general, información sobre tu desayuno y los alimentos y marcas que normalmente sueles consumir en ellos. Lee atentamente las preguntas y contesta en función de lo que se te indica en cada una de ellas. Muchas gracias.

Sexo:

Edad:

Primera pregunta:

¿Te desayunas todos los días? Marca con una x una única opción.

- Si
- No
- A veces ¿cuántas veces en la semana? _____

Segunda pregunta:

Si tu respuesta a la pregunta anterior es afirmativa, ¿cuándo sueles desayunar? Marca con una x la opción que realizas la mayor parte de los días.

En casa, antes de ir al colegio	
Caminando hacia el colegio	
En el transporte antes de llegar al colegio	
Otro: _____	

Tercera pregunta:

¿Cómo sueles venir al colegio? Marca con una X la opción más habitual, es decir, la que haces la mayoría de los días.

Caminando	
En bici	
En transporte (guagua, coche...)	
Corriendo	
Otro:	

Cuarta pregunta:

De los siguientes productos marca con una x cuáles sueles desayunar con más frecuencia, es decir, la mayor parte de los días durante la semana.

Puedes marcar hasta dos productos por grupo:

Grupo 1:

Fruta (indica cuál) _____	
Zumo natural	
Jugo envasado (indica la marca) _____	
Mermelada (indica la marca)	
Otro:	

Grupo 2:

Leche (indica la marca) _____	
Yogur (indica la marca) _____	
Batidos (indica la marca) _____	
Queso	
Jamón	

Huevo frito	
Tortilla francesa	
Otro:	

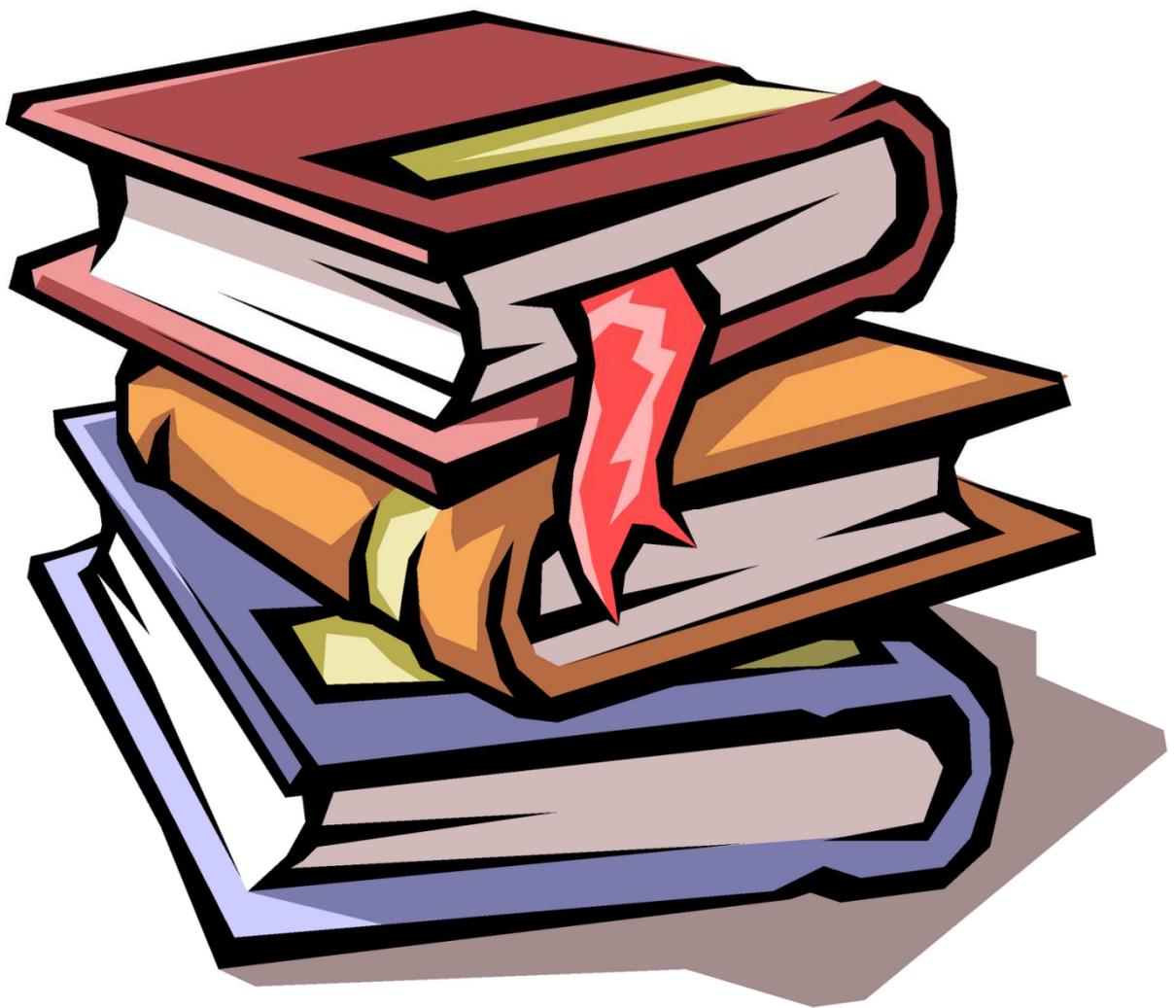
Grupo 3:

Cereales (indica la marca)_____	
Galletas (indica la marca)_____	
Bollería (indica la marca)_____	
Bocadillo	
Sandwich	
Golosinas	
Chocolate	
Gofio	
Otro:	

Grupo 4:

Frutos secos	
Mantequilla	
Chocolate para untar (indica la marca)_____	
Otros:	

*Consejo de
administración*



¿Conocen qué es un *Consejo de administración* ? Si la respuesta es negativa, es hora de averiguarlo. Debemos tener presente la enorme importancia que tiene pues la labor de un consejo editorial es fundamental para decidir si invertir y publicar un libro o, por el contrario, descartarlo.

¡ÁNIMO, ES HORA DE COMENZAR!

El objetivo de este proyecto es que se conviertan en miembros de un consejo de administración y sean ustedes quienes vuelvan a REEDITAR UN LIBRO, mejorando los aspectos que consideren oportuno y dejando aquellos que les hayan gustado. El propósito debe ser que tengan una gran aceptación por su público objetivo y que este disfrute y aprenda de él. Pero para que desarrollen un excelente trabajo y su objetivo se cumpla deberán realizar una importante investigación.

1. Deben tener claro qué es un consejo de administración y cuáles son sus funciones, para ello pueden visualizar este video.

<https://www.youtube.com/watch?v=MOeweGeUsR0>

Su público objetivo será alumnos de 6° de primaria, para ello deberán descubrir sus hábitos de lectura y gustos. Una buena manera para conocerlos es realizar una pequeña encuesta. A continuación les ofrecemos un ejemplo de cuestionario que podrán utilizar de ejemplo y/o modificar.

2. Vaciado de datos:

Expongan las conclusiones que han obtenido de cada una de las preguntas indicando, por ejemplo:

- De las 20 personas encuestadas:
 - ⇒ 12 están leyendo actualmente un libro.
 - ⇒ 8 no están leyendo ningún libro.

Deben organizarse y repartirse el trabajo, posteriormente deberán poner en común y pasar las respuestas a este dossier. Asimismo, como requisito para el vaciado de datos, deben realizar un diagrama de barras con la información obtenida en la segunda y tercera pregunta.

3. Ya poseen mucha información acerca de los gustos y hábitos de lectura de sus encuestados. Es el momento de trabajar de forma individual. Deben seleccionar un libro que les haya gustado y se hayan leído durante el curso, o en casa... y quieran que sea el libro elegido para ser reeditado. Debe ser atractivo y podrá acercarse a las características de su público objetivo o incluso todo lo contrario, pueden buscar y ofrecer un libro diferente que despierte su entusiasmo y quiera ser leído por todos ¡TIENEN TOTAL LIBERTAD!

Asimismo, para su elección deberán tener en cuenta y analizar estos aspectos para poder elegir el mejor libro de todos:

Conocer y analizar el contenido de la obra.

Revisión de la portada y título para que sea llamativo.

Análisis del texto:

- Género literario: narrativo, (cuentos, mitos, leyendas, novelas...); dramático (teatro...), etc.
- Dificultad en la comprensión del lenguaje.
- Posibles erratas.

Análisis de las ilustraciones:

- Papel que ocupan las ilustraciones en la historia.
- Relación ilustración y texto.
- Expresividad en las imágenes, lenguaje no verbal...

Investigar acerca del autor, aspectos relevantes de su vida, obras que ha escrito, etc.

Los valores que transmite la historia escrita, etc.

Si es acorde a la edad del público a la que se quiere ofrecer.

Explicar por qué ha sido digna de ser publicada.

4. Como hemos podido observar en el video, todos los miembros de un consejo de administración deben contar con la información necesaria sobre cada uno de los libros, es decir, análisis del texto, autor o autora, valores que transmite, etc. Igualmente, ustedes deben presentarla a sus compañeros para decidir cuál de las obras debe editarse de nuevo. Ahora es el momento de que ustedes se sientan y debatan exponiendo dicha información, convenciendo al resto de que su libro es el más adecuado para ser reeditado.



Figura 11: trabajadores consejo de administración

¿YA HAN LLEGADO A UN CONSENSO?...RECUERDEN, DEBEN CONVENCER CON BUENOS ARGUMENTOS.

Tras el debate hagan un listado de las razones comunes por las que finalmente se han decantado por el libro seleccionado.

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____
9. _____
10. _____

Ya han analizado y averiguado mucha información sobre el libro, es el momento de comenzar a tratar otra serie de aspectos que también es tarea de un consejo de administración.



ASPECTOS ECONÓMICOS

Fijar unos objetivos: ¿qué se pretende vender?, ¿a quién?, ¿cómo?, ¿para qué?...

Determinar el presupuesto. Deben decidir con qué presupuesto cuentan y tenerlo presente para destinar el dinero a las diferentes acciones publicitarias

La parte financiera de una empresa es muy importante para su correcto funcionamiento. El propósito de toda empresa es obtener las máximas ganancias, es decir, maximizar los beneficios y reducir los costes.

Los contables se han encargado de realizar un presupuesto de todos los gastos que supondrían volver a reeditar el libro que hemos seleccionado en el plazo de un mes.

5. De forma individual deberán realizar las diferentes actividades que encontrarán a continuación. Tras realizarlas deberán ponerlas en común y pasar los resultados a este dossier.

5.1 Calcula el gasto total.

Gastos Consejo editorial (en un mes)	Total Euros
Gastos de sueldos trabajadores	10.000 €
Gastos publicidad	3.000 €
Gastos de papel del libro	6.575 €
Gastos de impresión (blanco y negro)	9.500 €
Gastos de impresión (color)	1.350 €
Gastos ilustración	1.900 €
Gastos de la empresa (luz, agua, material de oficina...)	1.250 €
Total de Gastos mensuales	

5.2 Asimismo, los contables han decidido, después de realizar un estudio profundo de los costes, que un precio rentable para vender el libro sería el de 12€. Si a este precio tuviéramos que añadirle el 7% del Impuesto General Indirecto Canario (I.G.I.C). ¿A qué precio se vendería finalmente nuestro libro en los puntos de venta?

Realiza tus cálculos:

- 5.3 Una vez analizado e interpretado los gastos generados durante un mes. ¿Qué cantidad de libros deberíamos vender para cubrir los gastos si se vendieran al precio calculado anteriormente?

Realiza tus cálculos:

- 5.4 Y para obtener un 15% de beneficio ¿qué cantidad de libros se deberían vender?

Realiza tus cálculos:

MARKETING



Análisis de los puntos de venta. Deben estudiar dónde poder vender el producto. Por ejemplo, conocer las librerías de su pueblo, localizarlas, descubrir qué productos y servicios ofrece, etc.

- 6 En primer lugar deben realizar un listado de los diferentes comercios, en este caso en Valle de Guerra, donde creen que pueden vender su libro (librerías, estancos, centros comerciales...). Les proponemos que elijan las tres mejores opciones.

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

7. Gracias a *Google Earth* podemos “viajar” a casi cualquier parte del mundo con un solo clic. Es el momento de que “viajen” y localicen en el mapa los diferentes puntos de venta. Es más fácil que previamente tomen un punto de referencia, por ejemplo la plaza del pueblo.

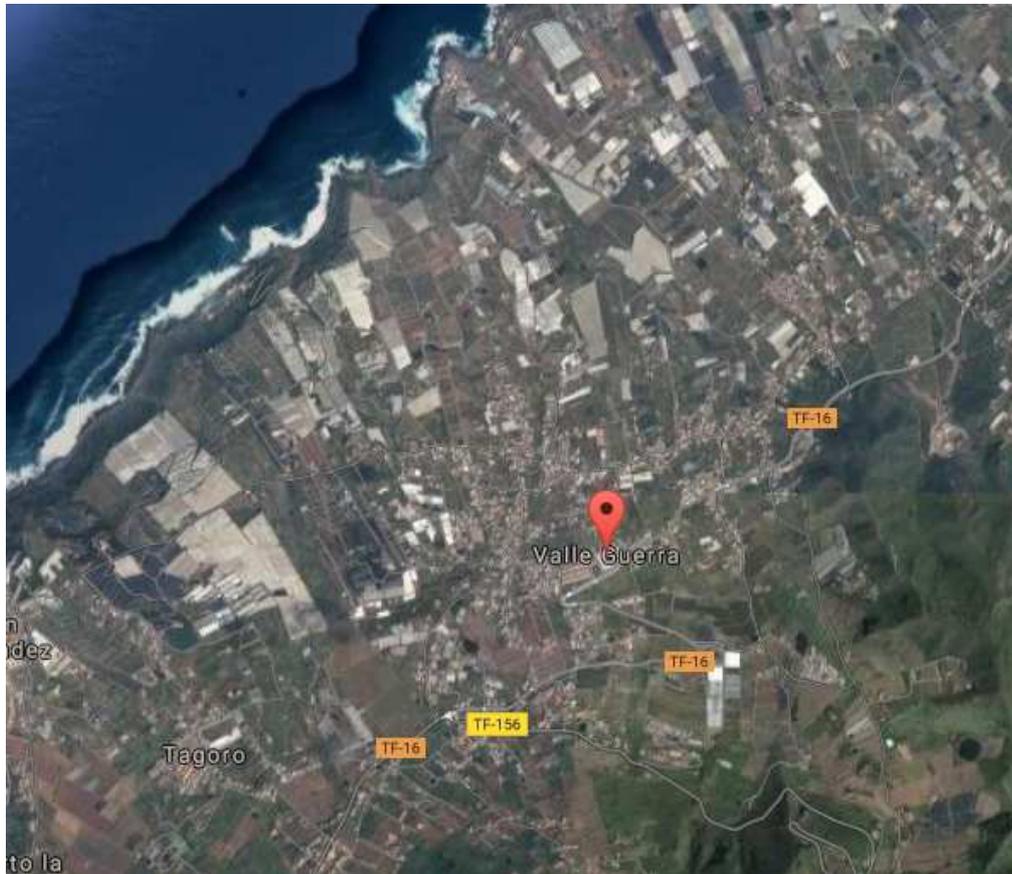


Figura 12: vista Valle de Guerra Google Earth

Una vez localizados, visítenlos y averigüen qué tipo de libros son los más que se venden (novelas, libros de textos, comics, etc.)

8. Reflexionen de forma individual.

Como todos sabemos nuestro colegio está en Valle de Guerra, pero ¿saben realmente si el nombre del pueblo de debe a que nos encontramos en un valle?

Apoyándose en Goggle Earth y con sus conocimientos sobre el tema, contesten y razonen la pregunta. ¡ÁNIMO!

9. A continuación les presentamos, en esta tabla, una distribución de la población de Valle de Guerra para que puedan analizar tanto al público objetivo como al público que también podría leer y gustarle el libro elegido. A estos últimos se les llama público potencial, es decir, público que podría convertirse en público objetivo. Las actividades que vienen a continuación deben hacerlas de forma individual para luego ponerlas en común y escribir las respuestas en este dossier.

Los datos obtenidos de esta tabla han sido obtenidos de la página web del Ayuntamiento de La Laguna.

Distribución de la población de Valle de Guerra por edad	
Rango de edad	Número de habitantes
0-9 años	461 habitantes
10-19 años	591 habitantes
20-29 años	599 habitantes
30-39 años	890 habitantes
40-49 años	1.113 habitantes
50-59 años	884 habitantes
60-69 años	634 habitantes
70-79 años	515 habitantes
80-89 años	275 habitantes
90-99 años	30 habitantes
TOTAL HABITANTES	5.992 habitantes

Consultado el 12/11/2016. <https://sede.aytolalaguna.es/public/social/poils/EntitiesStatByAge.aspx>

9.1 Una vez observado los datos de la tabla, realiza en el programa Excel un diagrama de barras para interpretar con claridad los datos.

9.2 ¿Qué cantidad de niños y niñas están dentro de la franja de edad de su público objetivo?

9.3 Calcula la edad media de los habitantes de Valle de Guerra.

Realiza tus cálculos:

9.4 Una vez hayas obtenido la edad media y observando el diagrama de barras. ¿Podrían decir si la población de Valle de Guerra es una población joven o envejecida? Razona tu respuesta.

COMUNICACIÓN

Tras llevar a cabo todo este trabajo y después de tomar las distintas decisiones es el momento de publicitar y dar a conocer la nueva reedición. Deberán:

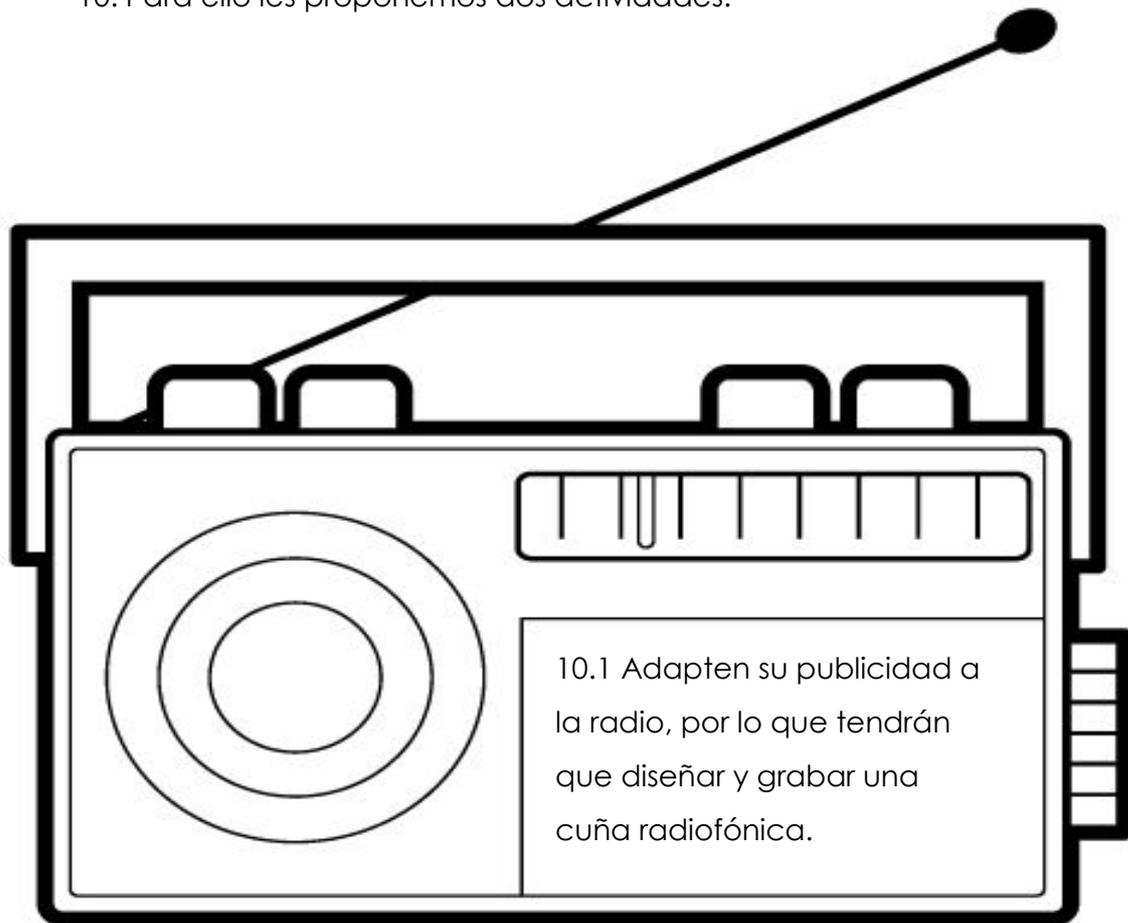


Elaboración del plan de medios: Deben analizar los medios en los que se encuentra su *target* y hacer un estudio general de dónde les conviene publicitarse de acuerdo al cliente al que quieren llegar, por ejemplos la biblioteca del centro, la página web del colegio...



Presentación del producto y lanzamiento de la publicidad. Con toda la información recopilada es el momento de mostrar la publicidad del producto, en este caso del libro a los clientes. Su intención es captarlos y motivarlos a la compra y hábito de lectura.

10. Para ello les proponemos dos actividades:



Requisitos:

Realicen una lluvia de ideas sobre el mensaje que quieren transmitir.

Escojan unas palabras clave y procuren resaltarlas más de una vez en la cuña.

Deben crear un mensaje corto, llamativo y original.

Creen el diálogo, frases y/o eslóganes que quieren comunicar.

Elijan la música.

La cuña no puede superar los 20 segundos.

Tengan muy claro su público objetivo y diseñen un mensaje.

Por otro lado, cada uno tendrá que crear un *banner* publicitario del nuevo libro reeditado utilizando la herramienta Power Point. Estos serán expuestos en el blog del colegio.

Requisitos:

Debe aparecer el nombre del libro y que se trata de una reedición.

No puede contener mucho texto. El mensaje debe ser claro y directo.

Debe aparecer la fecha de presentación del libro en el "PUBLIFEST".

El proyecto ha llegando a su fin, ahora deberán exponer al resto de compañeros todo lo que han aprendido sobre la marca y en concreto sobre el libro elegido para ser reeditado. El objetivo es presentarles el nuevo libro y que disfruten, descubran y aprendan con el mismo.

Recuerden, realicen un buen trabajo, la recompensa → "Publifest".

Encuesta Consejo de Administración

Sexo:

Edad:

Primera pregunta:

Sí	
No	

¿Te estás leyendo actualmente algún libro?

Segunda pregunta:

¿Con qué frecuencia sueles leer?

Un libro por semana	
Un libro cada dos semanas	
Un libro al mes	
Un libro cada tres meses	
Un libro al año	
Nunca me he leído un libro	
Otro: _____	

Tercera pregunta:

¿Qué tema te gusta más?, novelas, cuentos de...

Terror	
Ciencia Ficción	
Investigación	
Infantil	
Romántica	
Históricos	

Aventura	
Policíaca	
Otros: _____	

Cuarta pregunta:

Para elegir un libro en qué sueles fijarte. Marca con una x la o las opciones, puedes dar hasta tres respuestas.

La portada	
El tema del libro, siempre me leo el resumen de la contraportada	
Las ilustraciones	
La cantidad de páginas	
El autor	
Que tenga buenas críticas	
Otros: _____	

Quinta pregunta:

¿Con quién sueles leer?

Solo	
Con amigos	
En familia	
Otros: _____	

DOSSIER COLA CAO

* De los diferentes contenidos y criterios, en algunas ocasiones, hemos subrayado parte de ellos, para indicar que es ese fragmento el que verdaderamente vamos a tener más en cuenta, aquellos no subrayados, se trabajarán o evaluarán en su totalidad.

	Ciencias Sociales	Ciencias Naturales	Lengua Castellana y Literatura	Matemáticas	Educación Artística
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> Utilización de las tecnologías de la información y la comunicación para la búsqueda, selección y organización de información, y la presentación de conclusiones. Utilización de estrategias para el fomento de la cohesión del grupo y del trabajo cooperativo. Rechazo de estereotipos y de cualquier clase de discriminación social. Trato igualitario, digno y solidario a todas las personas. Localización de puntos y zonas en el planeta mediante la latitud y la longitud. <u>Interpretación y uso de la cartografía</u> (planos, mapas y globos terráqueos): <u>orientación y</u> 		<ul style="list-style-type: none"> <u>Producción de los textos orales de diferente tipo y con distintas finalidades o propósitos:</u> narrativos, descriptivos argumentativos, expositivos, instructivos, informativos, <u>persuasivos:identificando su estructura y progresión temática, para comunicar las propias ideas, opiniones y emociones.</u> Uso intencionado de la imagen como instrumento de comunicación y realización de carteles utilizando la tipografía más adecuada. Identificación y valoración crítica de los mensajes y 		<ul style="list-style-type: none"> Análisis de todo tipo de imágenes que existen en el entorno (fijas y en movimiento) y clasificación de estas atendiendo al tamaño y al formato. Apreciación de la importancia de la imagen en la publicidad y su repercusión en el consumo. Creación e improvisación de melodías y ritmos sencillos, usando tanto el lenguaje musical como el lenguaje no convencional.

	<p><u>desplazamientos en el espacio</u>. El uso de la brújula.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Análisis reflexivo sobre algunos mensajes publicitarios y reconocimiento de su influencia en nuestros hábitos. Desarrollo de actitudes de consumo responsable. • Distinción entre tipos de publicidad (educativa, consumista, etc.). 		<p>valores transmitidos por el texto.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Valoración de los medios de comunicación social y de las tecnologías de la información y la comunicación como instrumentos de aprendizaje y de acceso a informaciones y experiencias ajenas. • <u>Comprensión, memorización o recitado</u> de poemas, <u>canciones</u>, adivinanzas, trabalenguas, piezas teatrales, cómics, etc., <u>con el ritmo, entonación y dicción adecuados, para la mejora de la propia capacidad de expresión y comunicación.</u> • Actitud de respeto hacia los compañeros y las compañeras, y colaboración en situaciones de aprendizaje compartido. 		
--	--	--	---	--	--

<p>Crterios de evaluaci3n</p>	<p><u>Crterio de evaluaci3n 1:</u> Realizar, de manera individual y cooperativa, trabajos y presentaciones de distinto tipo mediante procesos de investigaci3n dirigidos a obtener informaci3n concreta y relevante sobre hechos, fen3menos y temas de car3cter social, geogr3fico o hist3rico, en diferentes textos y fuentes (directas e indirectas), analizarla y organizarla, apoy3ndose en el uso de las TIC, con la finalidad de alcanzar conclusiones y comunicarl as oralmente o por escrito, mostrando actitudes de cooperaci3n y participaci3n responsable, aceptaci3n respetuosa de las diferencias y tolerancia hacia las ideas y aportaciones ajenas.</p> <p><u>Crterio de evaluaci3n 3:</u> Participar de una manera eficaz y constructiva en la vida social usando o creando estrategias para resolver conflictos mediante el di3logo, valorar la importancia de una convivencia pacífica y tolerante sobre la base de los valores democr3ticos y los derechos humanos, universalmente compartidos,</p>		<p><u>Crterio de evaluaci3n 2:</u> <u>Participar en situaciones de comunicaci3n oral respetando las normas de esta forma de comunicaci3n y aplicando estrategias para hablar en p3blico en situaciones planificadas y no planificadas;</u> y producir textos orales de los g3neros m3s habituales, relacionados con los distintos 3mbitos de la interacci3n social, que respondan a diferentes finalidades, <u>empleando en ellos distintos recursos para expresar ideas, opiniones o emociones personales con la finalidad de satisfacer las necesidades comunicativas, buscar una mejora progresiva en el uso oral de la lengua y desarrollar la propia creatividad, valorando la importancia de un intercambio comunicativo asertivo.</u></p> <p><u>Crterio de evaluaci3n 3:</u> Interpretar textos de diversa</p>	<p><u>Crterio de evaluaci3n 2:</u> <u>Crear im3genes fijas y en movimiento a partir del an3lisis de diferentes manifestaciones artísticas en sus contextos cultural e hist3rico, utilizando las tecnologías de la informaci3n y la comunicaci3n de manera responsable y crítica, con el fin de expresar emociones y comunicarse visualmente empleando los principales medios de difusi3n audiovisual.</u></p> <p><u>Crterio de evaluaci3n 6:</u> Crear, interpretar e improvisar, solo o en grupo, composiciones sencillas, utilizando el lenguaje musical y las posibilidades sonoras y expresivas de la voz, del cuerpo, de los instrumentos musicales y los dispositivos electr3nicos, para expresar sentimientos o sonorizar situaciones, asumiendo la responsabilidad en la interpretaci3n y respetando las</p>
--------------------------------------	--	--	---	--

	<p>con una actitud de respeto hacia la diversidad cultural, religiosa y étnica y de rechazo a la violencia y a los prejuicios de cualquier tipo y a los estereotipos sexistas, con especial sensibilidad ante los problemas de identidad de género y las fobias vinculadas a la identidad sexual.</p> <p><u>Criterio de evaluación 5:</u> Realizar, interpretar y utilizar planos y mapas, teniendo en cuenta los signos convencionales y la escala gráfica para explicar las distintas formas de representar la superficie terrestre y localizar diferentes puntos o áreas del planeta, manejando los conceptos de paralelos, meridianos y coordenadas geográficas.</p> <p><u>Criterio de evaluación 8:</u> <u>Argumentar a través de ejemplos la influencia que ejerce la publicidad en la sociedad actual y directamente en nuestras vidas, a partir del análisis de su funcionamiento y sus técnicas</u> y de la distinción entre tipos de publicidad (educativa, consumista, etc.), tomando</p>		<p>índole y en diferentes soportes según su tipología, a través de la lectura en voz alta o silenciosa, por medio de la activación progresiva de estrategias para el desarrollo de habilidades de comprensión que permitan interpretar y resumir las ideas y opiniones contenidas en estos, formular juicios críticos, disfrutar de la lectura, acceder al conocimiento del mundo y aumentar la capacidad lectora, así como ampliar el vocabulario y fijar la ortografía.</p> <p><u>Criterio de evaluación 6:</u> Analizar de manera crítica diferentes tipos de textos en fuentes bibliográficas y digitales, utilizando las tic de forma adecuada y responsable, para buscar y tratar información, y para la realización de tareas o la elaboración de trabajos o proyectos personales, integrando en su trabajo el uso de distintos recursos para resolver dudas y</p>		<p>aportaciones de los demás.</p>
--	--	--	---	--	-----------------------------------

	conciencia del valor y usos del dinero, mediante el fomento de un consumo responsable, el control de gastos y el sentido del ahorro.		alcanzar una expresión adecuada, de manera que se construya un aprendizaje propio. <u>Criterio de evaluación 7:</u> <u>Dramatizar textos, en el contexto escolar, utilizando los recursos de los intercambios orales y aplicando las convenciones del género teatral en sus diferentes fases (planificación, ensayo, ejecución), en producciones propias, individuales, grupales o colectivas para mejorar la propia capacidad lingüística, comunicativa, expresiva, emocional y creativa, y para favorecer la autonomía y la confianza en las propias posibilidades.</u>		
Estándares de aprendizaje	7, 10, 16, 25, 26 y 70		3, 6, 51, 55 y 104		6. 50 y 53
Competencias	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia social y cívica • Competencia conciencia y expresiones culturales • Competencia en comunicación lingüística 				
Objetivos de la etapa	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar hábitos de trabajo individual y de equipo, de esfuerzo y responsabilidad en el estudio así como actitudes de confianza en sí mismo, sentido crítico, iniciativa personal, curiosidad, interés y creatividad en el aprendizaje. 				

	<ul style="list-style-type: none">• Conocer, apreciar y respetar los aspectos culturales, históricos, geográficos, naturales, sociales y lingüísticos más relevantes de la Comunidad Autónoma de Canarias, así como de su entorno, valorando las posibilidades de acción para su conservación.• Iniciarse en la utilización, para el aprendizaje de las tecnologías de la información y la comunicación desarrollando un espíritu crítico ante los mensajes que reciben y elaboran.• Valorar la higiene y la salud, aceptar el propio cuerpo y el de los otros, respetar las diferencias y utilizar la educación física y el deporte como medios para favorecer el desarrollo personal y social.
--	--

DOSSIER KELLOGG'S

	Ciencias Sociales	Ciencias Naturales	Lengua Castellana y Literatura	Matemáticas	Educación Artística
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis reflexivo sobre algunos mensajes publicitarios y reconocimiento de su influencia en nuestros hábitos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Utilización de las tecnologías de la información y comunicación para buscar y seleccionar información, simular procesos y presentar conclusiones. • Realización de proyectos. • <u>Valoración de la práctica de hábitos saludables para prevenir enfermedades</u> y reconocimiento de los efectos nocivos del consumo de alcohol y drogas. • Reconocimiento de diversas formas de energía (mecánica, térmica, química...), sus transformaciones y su aplicación en la vida cotidiana. • Búsqueda guiada de información en la Red. Tratamiento de la información. Control del tiempo y uso responsable de las tecnologías de la información y la comunicación. • Redacción de trabajos en procesadores de texto, con imágenes 	<ul style="list-style-type: none"> • Participación en situaciones de comunicación, espontáneas o dirigidas, utilizando un discurso ordenado, coherente y cohesionado, adaptándose al contexto, y aplicación de estrategias para hablar en público. • Interpretación de la información contenida en elementos paratextuales o gráficos del texto: título, ilustraciones o fotografías, tipografía en los titulares o en las portadas, gráficos, esquemas, mapas conceptuales 	<ul style="list-style-type: none"> • Planificación del proceso de resolución de problemas: comprender el enunciado, discriminar los datos y su relación con la pregunta, realizar un esquema de la situación, elaborar un plan de resolución, ejecutar el plan siguiendo la estrategia más adecuada, comprobar los resultados, responder y generalizar. • Multiplicación y división de números decimales. • La regla de tres y la reducción a la unidad en situaciones de proporcionalidad directa. • Recogida y registro de datos (cualitativos y cuantitativos), utilizando técnicas elementales de encuesta, observación, medición y experimentación. • Análisis crítico de informaciones estadísticas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Construcción de obras tridimensionales (esculturas, decorados...), eligiendo diferentes materiales para la planificación de la producción final. • <u>Análisis de todo tipo de imágenes que existen en el entorno</u> (fijas y en movimiento) y clasificación de estas atendiendo al tamaño y al formato. • Análisis de la temática de la

		y tablas, para realizar exposiciones en el aula.	sencillos... <ul style="list-style-type: none"> Identificación y valoración crítica de los mensajes y valores transmitidos por el texto. 		fotografía según sus intenciones y funcionalidad en la vida real. <ul style="list-style-type: none"> Apreciación de la importancia de la imagen en la publicidad y su repercusión en el consumo.
Criterios de evaluación	Criterio de evaluación 8: <u>Argumentar a través de ejemplos la influencia que ejerce la publicidad en la sociedad actual y directamente en nuestras vidas, a partir del análisis de su funcionamiento y sus técnicas y de la distinción entre tipos de publicidad (educativa, consumista, etc.)</u>	Criterio de evaluación 1: <u>Planificar, realizar y proponer proyectos de investigación, de forma individual y en equipo, mediante la recogida de información sobre hechos o fenómenos previamente delimitados de interés comunitario o social, haciendo predicciones y estableciendo conjeturas</u> —tanto de sucesos que ocurren de una forma natural como sobre los que se provocan— a través de un experimento o una experiencia, apreciando el cuidado por la seguridad propia y de sus compañeros y compañeras, cuidando las herramientas y haciendo un uso adecuado de los materiales, <u>con la finalidad de</u>	Criterio de evaluación 2: <u>Participar en situaciones de comunicación oral respetando las normas de esta forma de comunicación y aplicando estrategias para hablar en público en situaciones planificadas y no planificadas;</u> y producir textos orales de los géneros más habituales, relacionados con los distintos ámbitos de la interacción social, que respondan a diferentes finalidades, <u>empleando en</u>	Criterio de evaluación 1: Resolver problemas, estableciendo conexiones entre la realidad y las matemáticas, así como anticipar soluciones razonables, reflexionar sobre las estrategias aplicadas para su resolución y aplicar lo aprendido a situaciones similares futuras. Realizar los cálculos necesarios y comprobar las soluciones obtenidas, profundizando en problemas ya resueltos y planteando pequeñas variaciones en los datos, otras preguntas, etc., con ayuda de herramientas tecnológicas si fuera necesario. Expresar verbalmente o	Criterio de evaluación 1: <u>Realizar creaciones plásticas bidimensionales y tridimensionales</u> que permitan expresarse y comunicarse, tras la planificación y organización de los procesos creativos, identificando el entorno próximo y el imaginario, obteniendo la información necesaria

		<p><u>comunicar los resultados de forma oral, escrita o audiovisual, valorando la importancia del rigor, de la persistencia y la creatividad en la actividad científica.</u></p> <p><u>Criterio de evaluación 2:</u> Describir las principales características de las funciones vitales de relación y reproducción a partir de la identificación y localización de los principales aparatos y órganos implicados, de la explicación de su funcionamiento y del <u>reconocimiento de estilos de vida saludables y sus efectos sobre el cuidado y mantenimiento de los diferentes órganos y aparatos, con la finalidad de construir una visión integral del cuerpo humano y de la interdependencia de sus sistemas, así como de adoptar estilos de vida saludables y conocer las repercusiones para la salud de su modo de vida.</u></p> <p><u>Criterio de evaluación 4:</u> <u>Reconocer diversas formas de energía y las transformaciones energéticas que se producen en la vida cotidiana</u> y distinguir entre las fuentes de energías renovables y no renovables a partir de su origen, de sus</p>	<p><u>ellos distintos recursos para expresar ideas, opiniones o emociones personales con la finalidad de satisfacer las necesidades comunicativas, buscar una mejora progresiva en el uso oral de la lengua y desarrollar la propia creatividad, valorando la importancia de un intercambio comunicativo asertivo.</u></p> <p><u>Criterio de evaluación 3:</u> Interpretar textos de diversa índole y en diferentes soportes según su tipología, a través de la lectura en voz alta o silenciosa, por medio de la activación progresiva de estrategias para el desarrollo de habilidades de comprensión que permitan interpretar y resumir las ideas y opiniones contenidas en estos, formular juicios críticos, disfrutar de la lectura,</p>	<p>por escrito el proceso seguido.</p> <p><u>Criterio de evaluación 5:</u> Utilizar estrategias y algoritmos diversos para calcular de forma mental y escrita, con fluidez y precisión, con el fin de obtener información numérica en contextos de resolución de problemas.</p> <p><u>Criterio de evaluación 9:</u> Planificar y realizar sencillos estudios en los que, trabajando en equipo, tenga que plantear conjeturas, recoger, clasificar y organizar información de datos del entorno proporcionados desde distintos medios; interpretar y construir tablas y gráficas, y analizarlas utilizando parámetros estadísticos si procede; confirmar o refutar las conjeturas iniciales, extraer conclusiones, y comunicar la información con ayuda de medios informáticos, tomar decisiones y llevarlas a la práctica.</p>	<p>a través de la investigación en nuestro entorno, bibliografía, internet y medios de comunicación, <u>seleccionando los diferentes materiales y técnicas,</u> y aplicando un juicio crítico a las producciones propias y ajenas.</p> <p><u>Criterio de evaluación 2:</u> <u>Crear imágenes fijas y en movimiento a partir del análisis de diferentes manifestaciones artísticas en sus contextos cultural e histórico, utilizando las tecnologías de la información y la comunicación de</u></p>
--	--	--	---	--	--

		<p>características y del análisis de los beneficios y riesgos de su uso, exponiendo posibles actuaciones individuales y colectivas encaminadas a favorecer un desarrollo sostenible y equitativo del planeta usando para ello la lectura de textos y la búsqueda de información guiada en internet.</p> <p><u>Criterio de evaluación 7:</u> <u>Realizar, individual y cooperativamente, trabajos y presentaciones</u> sobre los grandes descubrimientos e inventos de la humanidad, <u>mediante la búsqueda, selección y organización de información en diferentes textos y fuentes, apoyándose en el uso de las TIC</u>, para hacer visible las aportaciones de la mujer, explicar algunos avances de la ciencia, extraer conclusiones sobre la influencia del desarrollo tecnológico en las condiciones de vida, comunicándolas oralmente y por escrito.</p>	acceder al conocimiento del mundo y aumentar la capacidad lectora, así como ampliar el vocabulario y fijar la ortografía.		<p><u>manera responsable</u> y crítica, con el fin de expresar emociones y comunicarse visualmente empleando los principales medios de difusión audiovisual.</p>
Estándares de aprendizaje	70	1, 15, 19, 20, 30, 56 y 79	3, 25, 41, 51 y 53	2, 36, 41, 53, 114 y 115	2 y 24
Competencias	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia aprender a aprender • Competencia matemática y competencias básicas en ciencia y tecnología • Competencia digital 				

Objetivos de la etapa	<ul style="list-style-type: none">• Desarrollar hábitos de trabajo individual y de equipo, de esfuerzo y responsabilidad en el estudio así como actitudes de confianza en sí mismo, sentido crítico, iniciativa personal, curiosidad, interés y creatividad en el aprendizaje.• Conocer, apreciar y respetar los aspectos culturales, históricos, geográficos, naturales, sociales y lingüísticos más relevantes de la Comunidad Autónoma de Canarias, así como de su entorno, valorando las posibilidades de acción para su conservación.• Iniciarse en la utilización, para el aprendizaje de las tecnologías de la información y la comunicación desarrollando un espíritu crítico ante los mensajes que reciben y elaboran.• Valorar la higiene y la salud, aceptar el propio cuerpo y el de los otros, respetar las diferencias y utilizar la educación física y el deporte como medios para favorecer el desarrollo personal y social.
------------------------------	---

DOSSIER CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

	Ciencias Sociales	Ciencias Naturales	Lengua Castellana y Literatura	Matemáticas	Educación Artística
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> • Defensa de planteamientos, ideas y argumentos frente a otras personas, con asunción de la crítica, aceptación de sugerencias y participación en procesos de autoevaluación y coevaluación. • <u>Explicación y valoración de la diversidad natural de los paisajes de la España continental e insular y elementos conformadores: relieve, clima e hidrografía.</u> • <u>Análisis reflexivo sobre algunos mensajes publicitarios y reconocimiento de su influencia en nuestros hábitos.</u> Desarrollo de actitudes de consumo responsable. 	<ul style="list-style-type: none"> • Utilización de diferentes fuentes de información (directas, libros,...) y de diversos materiales, teniendo en cuenta las normas de seguridad. • Utilización de las tecnologías de la información y comunicación para buscar y seleccionar información, simular procesos y presentar conclusiones. • Realización de proyectos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Producción de los textos orales de diferente tipo y con distintas finalidades o propósitos: narrativos, descriptivos argumentativos, expositivos, instructivos, informativos, persuasivos; identificando su estructura y progresión temática, para comunicar las propias ideas, opiniones y emociones. • Interpretación de la información contenida en elementos paratextuales o gráficos del texto: título, ilustraciones o fotografías, tipografía en los titulares o en las portadas, gráficos, esquemas, mapas conceptuales sencillos... • Identificación y valoración crítica de los mensajes y valores transmitidos por el 	<ul style="list-style-type: none"> • Planificación del proceso de resolución de problemas: comprender el enunciado, discriminar los datos y su relación con la pregunta, realizar un esquema de la situación, elaborar un plan de resolución, ejecutar el plan siguiendo la estrategia más adecuada, comprobar los resultados, responder y generalizar. • Resolución de problemas de la vida cotidiana de razón, conversión, combinación y comparación que impliquen la estructura sumativa y multiplicativa conjuntamente. • Multiplicación y división de números decimales. • Aplicación del cálculo de porcentajes a los aumentos y 	<ul style="list-style-type: none"> • Apreciación de la importancia de la imagen en la publicidad y su repercusión en el consumo.

			<p>texto.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Escucha y lectura expresiva, comprensiva y crítica de distintos tipos de textos literarios adecuados a su edad para desarrollar el gusto por la lectura y el hábito lector, como fuente de información, de deleite y de diversión. • <u>Construcción progresiva del propio plan lector: desarrollo de un criterio personal para la selección de lecturas y de la autonomía lectora,</u> programación de un tiempo semanal de lectura, <u>exposición de los argumentos de las lecturas realizadas,</u> <u>expresión de una opinión personal sobre el texto literario...</u> 	<p>disminuciones porcentuales.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La regla de tres y la reducción a la unidad en situaciones de proporcionalidad directa. • Recogida y registro de datos (cualitativos y cuantitativos), utilizando técnicas elementales de encuesta, observación, medición y experimentación. • <u>Organización y representación clara y ordenada de un mismo conjunto de datos: tablas de frecuencias, diagramas de sectores sencillos (mitades, tercios, cuartos, quintos y décimos), y de barras, y obtención de información a partir de ellos.</u> 	
Criterios de evaluación	<u>Criterio de evaluación 2:</u> Participar y cooperar en la realización de distintos trabajos y tareas colectivas con iniciativa,	<u>Criterio de evaluación 1:</u> <u>Planificar, realizar y proponer proyectos de investigación, de forma individual y en equipo,</u>	<u>Criterio de evaluación 2:</u> <u>Participar en situaciones de comunicación oral respetando las</u>	<u>Criterio de evaluación 1:</u> Resolver problemas, estableciendo conexiones entre la realidad y las matemáticas, así	<u>Criterio de evaluación 2:</u> <u>Crear imágenes fijas y en movimiento</u> a partir del análisis de diferentes

	<p>constancia, esfuerzo y sentido de la responsabilidad, mostrando flexibilidad para aprovechar la información, las ideas propias y ajenas, asumir los cambios, evaluar los procesos y resultados y presentar conclusiones innovadoras, con la finalidad de desarrollar la creatividad y el espíritu emprendedor.</p> <p><u>Criterio de evaluación 4:</u> <u>Identificar, describir y localizar en mapas las principales unidades del relieve de España y Europa, sus climas y vertientes hidrográficas, analizando su repercusión en los diferentes tipos de paisaje con el fin de valorar la diversidad y riqueza del territorio y la importancia de promover su conservación.</u></p> <p><u>Criterio de evaluación 8:</u> <u>Argumentar a través de ejemplos la influencia que ejerce la publicidad en la sociedad actual y directamente en nuestras vidas, a partir del análisis de su</u></p>	<p><u>mediante la recogida de información sobre hechos o fenómenos previamente delimitados de interés comunitario o social, haciendo predicciones y estableciendo conjeturas</u>—tanto de sucesos que ocurren de una forma natural como sobre los que se provocan— a través de un experimento o una experiencia, apreciando el cuidado por la seguridad propia y de sus compañeros y compañeras, cuidando las herramientas y haciendo un uso adecuado de los materiales, <u>con la finalidad de comunicar los resultados de forma oral, escrita o audiovisual, valorando la importancia del rigor, de la persistencia y la creatividad</u> en la actividad científica.</p>	<p><u>normas de esta forma de comunicación y aplicando estrategias para hablar en público en situaciones planificadas y no planificadas;</u> y producir textos orales de los géneros más habituales, relacionados con los distintos ámbitos de la interacción social, que respondan a diferentes finalidades, <u>empleando en ellos distintos recursos para expresar ideas, opiniones o emociones personales con la finalidad de satisfacer las necesidades comunicativas, buscar una mejora progresiva en el uso oral de la lengua y desarrollar la propia creatividad, valorando la importancia de un intercambio comunicativo asertivo.</u></p> <p><u>Criterio de evaluación 3:</u> <u>Interpretar textos de diversa índole y en diferentes soportes según su tipología,</u> a través de la lectura en voz alta o silenciosa, <u>por medio de la activación progresiva de estrategias para el</u></p>	<p>como anticipar soluciones razonables, reflexionar sobre las estrategias aplicadas para su resolución y aplicar lo aprendido a situaciones similares futuras. Realizar los cálculos necesarios y comprobar las soluciones obtenidas, profundizando en problemas ya resueltos y planteando pequeñas variaciones en los datos, otras preguntas, etc., con ayuda de herramientas tecnológicas si fuera necesario. Expresar verbalmente o por escrito el proceso seguido.</p> <p><u>Criterio de evaluación 4:</u> <u>Elegir y utilizar las operaciones pertinentes para la resolución de problemas que involucren las estructuras aditiva (suma o resta) y multiplicativa (multiplicación o división), incluyendo las situaciones de proporcionalidad y las potencias; enunciar problemas coherentes que se resuelvan con operaciones dadas y ofrecer representaciones gráficas</u></p>	<p>manifestaciones artísticas en sus contextos cultural e histórico, <u>utilizando las tecnologías de la información y la comunicación de manera responsable y crítica, con el fin de expresar emociones y comunicarse visualmente empleando los principales medios de difusión audiovisual.</u></p>
--	--	--	--	---	--

	<p><u>funcionamiento y sus técnicas</u> y de la distinción entre tipos de publicidad (educativa, consumista, etc.), tomando conciencia del valor y usos del dinero, mediante el fomento de un consumo responsable, el control de gastos y el sentido del ahorro.</p>		<p><u>desarrollo de habilidades de comprensión que permitan interpretar y resumir las ideas y opiniones contenidas en estos, formular juicios críticos, disfrutar de la lectura, acceder al conocimiento del mundo y aumentar la capacidad lectora, así como ampliar el vocabulario y fijar la ortografía.</u></p> <p><u>Criterio de evaluación 9:</u> Crear textos literarios de géneros diversos, en prosa o en verso, partiendo de la lectura expresiva, comprensiva y crítica de distintos tipos de textos literarios, tanto en la práctica escolar como en la lectura por propia iniciativa, reconociendo, interpretando y utilizando sus convenciones, con la finalidad de apreciar el valor de los mismos y construir de forma significativa el propio plan lector, buscar una mejora progresiva en el uso de la lengua y explorar los cauces que le ayuden a desarrollar la sensibilidad, la creatividad y el</p>	<p><u>adecuadas y argumentarlas.</u></p> <p><u>Criterio de evaluación 5:</u> Utilizar estrategias y algoritmos diversos para calcular de forma mental y escrita, con fluidez y precisión, con el fin de obtener información numérica en contextos de resolución de problemas.</p> <p><u>Criterio de evaluación 9:</u> Planificar y realizar sencillos estudios en los que, trabajando en equipo, tenga que plantear conjeturas, <u>recoger, clasificar y organizar información de datos del entorno proporcionados desde distintos medios; interpretar y construir tablas y gráficas, y analizarlas utilizando parámetros estadísticos si procede;</u> confirmar o refutar las conjeturas iniciales, extraer conclusiones, y comunicar la información con ayuda de medios informáticos, tomar decisiones y llevarlas a la práctica.</p>	
--	--	--	--	---	--

			sentido estético.		
Estándares de aprendizaje	6, 15, 16, 43 y 70	1 y 15	3, 6, 25, 41, 53, 58 y 59	4, 6, 5, 41, 47, 49 y 114	6
Competencias	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia matemática y competencias básicas en ciencia y tecnología • Competencia lingüística • Competencia aprender a aprender 				
Objetivos de la etapa	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar hábitos de trabajo individual y de equipo, de esfuerzo y responsabilidad en el estudio así como actitudes de confianza en sí mismo, sentido crítico, iniciativa personal, curiosidad, interés y creatividad en el aprendizaje. • Conocer, apreciar y respetar los aspectos culturales, históricos, geográficos, naturales, sociales y lingüísticos más relevantes de la Comunidad Autónoma de Canarias, así como de su entorno, valorando las posibilidades de acción para su conservación. • Iniciarse en la utilización, para el aprendizaje de las tecnologías de la información y la comunicación desarrollando un espíritu crítico ante los mensajes que reciben y elaboran. • Valorar la higiene y la salud, aceptar el propio cuerpo y el de los otros, respetar las diferencias y utilizar la educación física y el deporte como medios para favorecer el desarrollo personal y social. 				

Justificación estándares de aprendizaje**Dossier de Cola Cao**

Estándares de aprendizaje	Justificación
Analiza informaciones relacionadas con el área y maneja imágenes, tablas, gráficos, esquemas, resúmenes y las tecnologías de la información y la comunicación.	A lo largo de las diferentes investigaciones y actividades, los alumnos deberán manejar imágenes, tablas y textos, así como buscar información en internet y otras fuentes bibliográficas.
Realiza trabajos y presentaciones a nivel individual y grupal que suponen la búsqueda, selección y organización de textos de carácter geográfico, social e histórico.	El proyecto en sí está compuesto por diferentes actividades grupales e individuales donde los alumnos deben buscar información, por ejemplo sobre la historia de España y los países que poseyó en África tras la Conferencia de Berlín (actividad 2.1).
Desarrolla actitudes de cooperación y de trabajo en equipo, valora las ideas ajenas y reacciona con intuición, apertura y flexibilidad ante ellas.	A lo largo del proyecto y en las numerosas actividades grupales se pretende que los alumnos trabajen en grupo, respetando y valorando las diferentes opiniones.
Identifica y clasifica los diferentes tipos de mapas, incluyendo los planisferios, define qué es la escala en un mapa y utiliza e interpreta los signos convencionales más usuales que pueden aparecer en él.	Los alumnos, a partir del mapa antiguo del reparto africano, deberán responder a diferentes preguntas, por lo que tendrán que hacer una interpretación del mismo, entender la leyenda, etc.
Localiza diferentes puntos de la Tierra empleando los paralelos y meridianos y las coordenadas geográficas.	En las actividades 3.4 y 3.5 los alumnos tendrán que ser capaces de averiguar un punto de la tierra en el mapa dando sus coordenadas.
Valora con espíritu crítico la función de la publicidad y reconoce y explica las técnicas publicitarias más habituales, analizando ejemplos concretos.	Este es uno de los estándares que se repiten a lo largo de los diferentes dossiers pues, como se ha comentado, el nexo de unión para el desarrollo de los mismos radica en la publicidad y es fundamental conocer su importancia y poder en la sociedad. En este caso nos centramos en el producto Cola Cao.

Conoce e interpreta canciones de distintos lugares, épocas y estilos, valorando su aportación al enriquecimiento personal, social y cultural.	Los diferentes anuncios publicitarios de Cola Cao cuentan con diferentes canciones que reflejan la sociedad y forma de vida de cada momento. A partir de su visualización podrán comprender los diferentes valores que se vivían en las distintas épocas en España.
Se expresa con una pronunciación y una dicción correctas: articulación, ritmo, entonación y volumen.	A la hora de realizar el nuevo <i>jingle</i> para la marca es necesario que los alumnos pronuncien correctamente, con buen ritmo y volumen.
Valora la importancia de una convivencia pacífica y tolerante entre los diferentes grupos humanos sobre la base de los valores democráticos y los derechos humanos universalmente compartidos.	A través de las diferentes actividades, se trabajan valores como la igualdad, la no discriminación, el racismo, etc. para concienciar y que los alumnos aprendan a ser más tolerantes y respetuosos.
Comprende textos periodísticos y publicitarios. Identifica su intención comunicativa. Diferencia entre información, opinión y publicidad.	Los alumnos deberán analizar diferentes anuncios publicitarios de la marca, para extraer sus valores e ir construyendo un pensamiento crítico hacia ellos.
Sabe utilizar los medios informáticos para obtener información.	El uso de las TIC es fundamental para la búsqueda y selección de información en dicho proyecto.
Memoriza y reproduce textos orales breves y sencillos, cuentos, poemas, canciones, refranes adivinanzas, trabalenguas.	Para el producto final de este dossier los alumnos deberán memorizar la canción que han creado para exponerla al resto de la clase.
Elabora carteles con diversas informaciones considerando los conceptos de tamaño, equilibrio, proporción y color, y añadiendo textos en los que utiliza la tipografía más adecuada a su función.	En la actividad 5 los alumnos deberán diseñar un cartel con las similitudes y diferencias que encuentran entre dos vidas muy diferentes. Deberá ser un cartel llamativo, que a simple vista permita dejar clara la información.

Dossier de Kellogg's

Estándares de aprendizaje	Justificación
Valora con espíritu crítico la función de la publicidad y reconoce y explica las técnicas publicitarias más habituales, analizando ejemplos concretos.	Este es uno de los estándares que se repiten a lo largo de los diferentes dossiers pues, como se ha comentado, el nexo de unión para el desarrollo de los mismos radica en la publicidad y es fundamental conocer su importancia y poder en la sociedad. En este caso nos centramos en el producto Kellogg's.
Busca, selecciona y organiza información concreta y relevante, la analiza, obtiene conclusiones, comunica su experiencia, reflexiona acerca del proceso seguido y lo comunica oralmente y por escrito.	A lo largo del proyecto, los alumnos deberán ir superando diferentes retos que requieren buscar, analizar, seleccionar, etc. información con la finalidad última de comunicar al resto de compañeros lo que han aprendido.
Realiza un proyecto, trabajando de forma individual o en equipo y presenta un informe, utilizando soporte papel y/o digital, recogiendo información de diferentes fuentes (directas, libros, Internet), con diferentes medios y comunicando de forma oral la experiencia realizada, apoyándose en imágenes y textos escritos.	Este estándar resume las diferentes acciones que deben realizar los alumnos para llevar a cabo dicho proyecto.
Reconoce estilos de vida saludables y sus efectos sobre el cuidado y mantenimiento de los diferentes órganos y aparatos.	A través de las diferentes explicaciones y las diversas actividades pretendemos que los alumnos sean capaces de comprender la importancia que tiene la buena alimentación y la realización de ejercicio para sus vidas.
Identifica y valora hábitos saludables para prevenir enfermedades y mantiene una conducta responsable.	El propósito de nuestro producto final, la caja de desayuno saludable, es que los alumnos sean capaces de diseñar un desayuno que recoja los diferentes nutrientes necesarios para su alimentación. Haciéndolos conscientes de la importancia que tiene desayunar y hacerlo de forma saludable.
Identifica y explica algunas de las principales características de las diferentes formas de energía: mecánica, lumínica,	Los alumnos relacionarán la ingesta de alimentos con el aporte de energía que ofrecen los mismos con sus correspondientes nutrientes y calorías.

sonora, eléctrica, térmica, química.	
Efectúa búsquedas guiadas de información en la red.	Los alumnos en las diferentes actividades, deberán recurrir a internet para buscar y seleccionar información.
Analiza y comprende el enunciado de los problemas (datos, relaciones entre los datos, contexto del problema).	En este dossier se les plantea a los alumnos una serie de situaciones problemáticas en la que los alumnos tendrán que analizar y comprender.
Realiza operaciones con números naturales: suma, resta, multiplicación y división.	En las distintas situaciones problemáticas propuestas en el dossier, los alumnos deben calcular distintas operaciones para contestar de forma adecuada las preguntas. Como por ejemplo en la actividad 4.4.
Usa la regla de tres en situaciones de proporcionalidad directa: ley del doble, triple, mitad, para resolver problemas de la vida diaria.	Los alumnos tendrán que ser capaces de realizar reglas de tres para obtener soluciones concretas en los problemas que se les plantean en el dossier. Como es el caso de la actividad 4.3.
Realiza e interpreta gráficos muy sencillos: diagramas de barras, poligonales y sectoriales, con datos obtenidos de situaciones muy cercanas.	En la ejecución de la encuesta los alumnos deberán llevar a cabo el vaciado de datos de la encuesta planteada en un diagrama de barras.
Realiza análisis crítico argumentado sobre las informaciones que se presentan mediante gráficos estadísticos.	En la actividad 5 los niños tienen que realizar un análisis exhaustivo de las diferentes partes de la tabla que hemos diseñado, para poder contestar con éxito a las preguntas planteadas a continuación.
Escucha atentamente las intervenciones de los compañeros y sigue las estrategias y normas para el intercambio comunicativo mostrando respeto y consideración por las ideas, sentimientos y emociones de los demás.	Los alumnos, deberán llegar a consensos de forma pacífica, aceptar las diferentes opiniones...pues a lo largo del proyecto deberán realizar numerosas actividades de forma grupal y en la mayoría de ellos deberán debatir y fijar unos resultados que de forma pactada sean los que se reflejen en el dossier grupal.
Organiza y planifica el discurso adecuándose a la situación de comunicación y a las diferentes necesidades comunicativas (narrar, describir, informarse, dialogar) utilizando los recursos lingüísticos pertinentes.	Los alumnos, para presentar su proyecto final al resto de compañeros de la clase, deberán organizar su discurso para que sea comprensible y sobre todo persuasivo.
Interpreta el valor del título y las ilustraciones.	Los alumnos tendrán que analizar los envases de diferentes cereales, fijándose en la importancia de su

	diseño (colores, fotos, eslóganes...) para la posible venta.
Comprende textos periodísticos y publicitarios. Identifica su intención comunicativa. Diferencia entre información, opinión y publicidad.	Los alumnos en la actividad 1, deberá comprender los textos publicitarios que presentan en los diferentes carteles y envases de CornFlakes a lo largo de diferentes épocas.
Establece relaciones entre las ilustraciones y los contenidos del texto, plantea hipótesis, realiza predicciones e identifica en la lectura el tipo de texto y la intención.	A través del análisis de los diferentes envases de cereales, el alumno deberá comprender la relación entre el texto y las ilustraciones, para indicar su intención y luego poder crear una caja de cereales que recojan algunas de las estrategias publicitarias que han podido observar e identificar.
Confecciona obras tridimensionales con diferentes materiales planificando el proceso y eligiendo la solución más adecuada a sus propósitos en su producción final.	Los alumnos, en la actividad 1 deberán crear tridimensionalmente las diferentes cajas de cereales que ha habido a lo largo de la historia.
Analiza de manera sencilla y utilizando la terminología adecuada imágenes fijas atendiendo al tamaño, formato, elementos básicos (puntos, rectas, planos, colores, iluminación, función...).	Los alumnos, tendrán que realizar fotografías, por ejemplo en la actividad 6 teniendo en cuenta la iluminación, el entorno, etc.

Dossier de Consejo de Administración

Estándares de aprendizaje	Justificación
Busca, selecciona y organiza información concreta y relevante, la analiza, obtiene conclusiones, reflexiona acerca del proceso seguido y lo comunica oralmente y/o por escrito.	A lo largo del proyecto, los alumnos deberán ir superando diferentes retos que requieren buscar, analizar, seleccionar, etc. información con la finalidad última de comunicar al resto de compañeros lo que han aprendido.
Analiza informaciones relacionadas con el área y maneja imágenes, tablas, gráficos, esquemas, resúmenes y las tecnologías de la información y la comunicación.	A lo largo de las diferentes investigaciones y actividades, los alumnos deberán manejar imágenes, tablas y textos, así como buscar información en internet y otras fuentes bibliográficas.
Localiza en un mapa las principales unidades del relieve de España.	Gracias a la aplicación <i>GoogleEarth</i> , los alumnos deberán localizar las principales unidades del relieve de su pueblo (actividad 8) para indicar si se trata o no de un valle.
Valora con espíritu crítico la función de la publicidad y reconoce y explica las técnicas publicitarias más habituales, analizando ejemplos concretos.	Este es uno de los estándares que se repiten a lo largo de los diferentes dossiers pues, como se ha comentado, el nexo de unión para el desarrollo de los mismos radica en la publicidad y es fundamental conocer su importancia y poder en la sociedad. En este caso nos centramos en los libros y las estrategias utilizadas para su venta.
Realiza un proyecto, trabajando de forma individual o en equipo y presenta un informe, utilizando soporte papel y/o digital, recogiendo información de diferentes fuentes (directas, libros, Internet), con diferentes medios y comunicando de forma oral la experiencia realizada, apoyándose en imágenes y textos escritos.	Este estándar resume las diferentes acciones que deben realizar los alumnos para llevar a cabo dicho proyecto.
Reflexiona sobre el proceso de resolución de problemas: revisa las operaciones utilizadas, las unidades de los	En este dossier, los alumnos tendrán que buscar solución a las distintas situaciones problemáticas que se le plantea, con este estándar que hemos seleccionado pretendemos que comprueben que la soluciones obtenidas

resultados, comprueba e interpreta las soluciones en el contexto de la situación, busca otras formas de resolución, etc.	son las adecuadas.
Identifica e interpreta datos y mensajes de textos numéricos sencillos de la vida cotidiana (facturas, folletos publicitarios, rebajas...).	En la actividad 5 de este dossier, los alumnos deben analizar y comprender los datos de un presupuesto que les daremos.
Resuelve problemas de la vida cotidiana utilizando porcentajes y regla de tres en situaciones de proporcionalidad directa, explicando oralmente y por escrito el significado de los datos, la situación planteada, el proceso seguido y las soluciones obtenidas.	Los alumnos durante el planteamiento de preguntas tendrán que realizar sumas, restas, multiplicaciones y divisiones para obtener las soluciones de los problemas.
Realiza operaciones con números naturales: suma, resta, multiplicación y división.	En algunos casos los alumnos tendrán que realizar operaciones con números decimales como es el caso de la actividad 5.2.
Realiza operaciones con números decimales.	Durante el trabajo con el presupuesto, tendrán que realizar predicciones sobre los porcentajes de beneficios o pérdidas, como por ejemplo en la actividad 5.3.
Calcula porcentajes de una cantidad.	Los alumnos para obtener resultados favorables a la hora de realizar las actividades tendrán que llevar a cabo operaciones relacionadas con los porcentajes, además de usar reglas de 3 en alguna ocasión. Como por ejemplo, las actividades 5.3 y 5.4.
Realiza e interpreta gráficos muy sencillos: diagramas de barras, poligonales y sectoriales, con datos obtenidos de situaciones muy cercanas.	En la ejecución de la encuesta los alumnos deberán llevar a cabo el vaciado de datos de la encuesta planteada en un diagrama de barras.
Escucha atentamente las intervenciones de los compañeros y sigue las estrategias y normas para el intercambio comunicativo mostrando respeto y consideración por las	A lo largo del proyecto y en las numerosas actividades grupales se pretende que los alumnos trabajen en grupo, respetando y valorando las diferentes opiniones. Especialmente, en la actividad 4, deberán aceptar y respetar las diferentes intervenciones de los compañeros al exponer sus ideas para seleccionar su libro.

ideas, sentimientos y emociones de los demás.	
Se expresa con una pronunciación y una dicción correctas: articulación, ritmo, entonación y volumen.	Para crear una correcta cuña publicitaria, los alumnos tendrán que tener una buena pronunciación ritmo y entonación, mostrando un mensaje claro y motivante para el oyente (actividad 10.1).
Organiza y planifica el discurso adecuándose a la situación de comunicación y a las diferentes necesidades comunicativas (narrar, describir, informarse, dialogar) utilizando los recursos lingüísticos pertinentes.	Tanto para expresar as ideas de los correspondientes libros de cada alumnos, así como expresar los productos finales al resto de la clase, los alumnos deberán planificar su discurso adaptándolo a cada situación comunicativa.
Establece relaciones entre las ilustraciones y los contenidos del texto, plantea hipótesis, realiza predicciones e identifica en la lectura el tipo de texto y la intención.	El alumnos deberá relacionar las ilustraciones del libro con el texto, para comprender si existe conexión y si las imágenes aportan o no información al libro.
Expone los argumentos de lecturas realizadas dando cuenta de algunas referencias bibliográficas: autor, editorial, género, ilustraciones.	Los alumnos tendrán que analizar su libro, estudiando su autor, las ilustraciones, género...haciendo un estudio de todas sus partes para finalmente concluir que su libro es digno o no de ser reeditado (actividad 3).
Selecciona lecturas con criterio personal y expresa el gusto por la lectura de diversos géneros literarios como fuente de entretenimiento manifestando su opinión sobre los textos leídos.	Los alumnos deberán elegir un libro que luego defender como el más idóneo para ser reeditado exponiendo sus opiniones y argumentos.
Elabora carteles con diversas informaciones considerando los conceptos de tamaño, equilibrio, proporción y color, y añadiendo textos en los que utiliza la tipografía más adecuada a su función.	En este estándar nos referimos a la elaboración de un banner, otro de los productos finales de este dossier. Los alumnos deberán realizar su diseño teniendo en cuenta los colores, la legibilidad de la tipografía, la claridad del mensaje., etc.

ANEXO 6

Dossier Cola Cao

Estándares de aprendizaje evaluables	Escala de calificación				
	5	4	3	2	1
Analiza informaciones relacionadas con el área y maneja imágenes, tablas, gráficos, esquemas, resúmenes y las tecnologías de la información y la comunicación.					
Realiza trabajos y presentaciones a nivel individual y grupal que suponen la búsqueda, selección y organización de textos de carácter geográfico, social e histórico.					
Desarrolla actitudes de cooperación y de trabajo en equipo, valora las ideas ajenas y reacciona con intuición, apertura y flexibilidad ante ellas.					
Identifica y clasifica los diferentes tipos de mapas, incluyendo los planisferios, define qué es la escala en un mapa y utiliza e interpreta los signos convencionales más usuales que pueden aparecer en él.					
Localiza diferentes puntos de la Tierra empleando los paralelos y meridianos y las coordenadas geográficas.					
Valora con espíritu crítico la función de la publicidad y reconoce y explica las técnicas publicitarias más habituales, analizando ejemplos concretos.					
Conoce e interpreta canciones de distintos lugares, épocas y estilos, valorando su aportación al enriquecimiento personal, social y cultural.					
Se expresa con una pronunciación y una dicción correctas: articulación, ritmo, entonación y volumen.					
Valora la importancia de una convivencia pacífica y tolerante entre los diferentes grupos humanos sobre la base de los valores democráticos y los derechos humanos universalmente compartidos.					
Comprende textos periodísticos y publicitarios. Identifica su intención comunicativa. Diferencia entre información, opinión y publicidad.					
Sabe utilizar los medios informáticos para obtener información.					
Memoriza y reproduce textos orales breves y sencillos, cuentos, poemas, canciones, refranes adivinanzas, trabalenguas.					
Elabora carteles con diversas informaciones considerando los conceptos de tamaño, equilibrio, proporción y color, y añadiendo textos en los que utiliza la tipografía más adecuada a su función.					

Dossier Kellogg's

Estándares de aprendizaje evaluables	Escala de calificación				
	5	4	3	2	1
Valora con espíritu crítico la función de la publicidad y reconoce y explica las técnicas publicitarias más habituales, analizando ejemplos concretos.					
Busca, selecciona y organiza información concreta y relevante, la analiza, obtiene conclusiones, comunica su experiencia, reflexiona acerca del proceso seguido y lo comunica oralmente y por escrito.					
Realiza un proyecto, trabajando de forma individual o en equipo y presenta un informe, utilizando soporte papel y/o digital, recogiendo información de diferentes fuentes (directas, libros, Internet), con diferentes medios y comunicando de forma oral la experiencia realizada, apoyándose en imágenes y textos escritos.					
Reconoce estilos de vida saludables y sus efectos sobre el cuidado y mantenimiento de los diferentes órganos y aparatos.					
Identifica y valora hábitos saludables para prevenir enfermedades y mantiene una conducta responsable.					
Identifica y explica algunas de las principales características de las diferentes formas de energía: mecánica, lumínica, sonora, eléctrica, térmica, química.					
Efectúa búsquedas guiadas de información en la red.					
Analiza y comprende el enunciado de los problemas (datos, relaciones entre los datos, contexto del problema).					
Realiza operaciones con números naturales: suma, resta, multiplicación y división.					
Usa la regla de tres en situaciones de proporcionalidad directa: ley del doble, triple, mitad, para resolver problemas de la vida diaria.					
Realiza e interpreta gráficos muy sencillos: diagramas de barras, poligonales y sectoriales, con datos obtenidos de situaciones muy cercanas.					
Realiza análisis crítico argumentado sobre las informaciones que se presentan mediante gráficos estadísticos.					
Escucha atentamente las intervenciones de los compañeros y sigue las estrategias y normas para el intercambio comunicativo mostrando respeto y consideración por las ideas, sentimientos y emociones de los demás.					
Organiza y planifica el discurso adecuándose a la situación de comunicación y a las diferentes necesidades comunicativas (narrar, describir, informarse, dialogar) utilizando los recursos lingüísticos pertinentes.					
Interpreta el valor del título y las ilustraciones.					

Comprende textos periodísticos y publicitarios. Identifica su intención comunicativa. Diferencia entre información, opinión y publicidad.					
Establece relaciones entre las ilustraciones y los contenidos del texto, plantea hipótesis, realiza predicciones e identifica en la lectura el tipo de texto y la intención.					
Confecciona obras tridimensionales con diferentes materiales planificando el proceso y eligiendo la solución más adecuada a sus propósitos en su producción final.					
Analiza de manera sencilla y utilizando la terminología adecuada imágenes fijas atendiendo al tamaño, formato, elementos básicos (puntos, rectas, planos, colores, iluminación, función...).					

Dossier Consejo de Administración

Estándares de aprendizaje evaluables	Escala de calificación				
	5	4	3	2	1
Busca, selecciona y organiza información concreta y relevante, la analiza, obtiene conclusiones, reflexiona acerca del proceso seguido y lo comunica oralmente y/o por escrito.					
Analiza informaciones relacionadas con el área y maneja imágenes, tablas, gráficos, esquemas, resúmenes y las tecnologías de la información y la comunicación.					
Localiza en un mapa las principales unidades del relieve de España.					
Valora con espíritu crítico la función de la publicidad y reconoce y explica las técnicas publicitarias más habituales, analizando ejemplos concretos.					
Realiza un proyecto, trabajando de forma individual o en equipo y presenta un informe, utilizando soporte papel y/o digital, recogiendo información de diferentes fuentes (directas, libros, Internet), con diferentes medios y comunicando de forma oral la experiencia realizada, apoyándose en imágenes y textos escritos.					
Reflexiona sobre el proceso de resolución de problemas: revisa las operaciones utilizadas, las unidades de los resultados, comprueba e interpreta las soluciones en el contexto de la situación, busca otras formas de resolución, etc.					
Identifica e interpreta datos y mensajes de textos numéricos sencillos de la vida cotidiana (facturas, folletos publicitarios, rebajas...).					
Resuelve problemas de la vida cotidiana utilizando porcentajes y regla de tres en situaciones de proporcionalidad directa, explicando oralmente y por					

escrito el significado de los datos, la situación planteada, el proceso seguido y las soluciones obtenidas.					
Realiza operaciones con números naturales: suma, resta, multiplicación y división.					
Realiza operaciones con números decimales.					
Calcula porcentajes de una cantidad.					
Realiza e interpreta gráficos muy sencillos: diagramas de barras, poligonales y sectoriales, con datos obtenidos de situaciones muy cercanas.					
Escucha atentamente las intervenciones de los compañeros y sigue las estrategias y normas para el intercambio comunicativo mostrando respeto y consideración por las ideas, sentimientos y emociones de los demás.					
Se expresa con una pronunciación y una dicción correctas: articulación, ritmo, entonación y volumen.					
Organiza y planifica el discurso adecuándose a la situación de comunicación y a las diferentes necesidades comunicativas (narrar, describir, informarse, dialogar) utilizando los recursos lingüísticos pertinentes.					
Establece relaciones entre las ilustraciones y los contenidos del texto, plantea hipótesis, realiza predicciones e identifica en la lectura el tipo de texto y la intención.					
Expone los argumentos de lecturas realizadas dando cuenta de algunas referencias bibliográficas: autor, editorial, género, ilustraciones.					
Selecciona lecturas con criterio personal y expresa el gusto por la lectura de diversos géneros literarios como fuente de entretenimiento manifestando su opinión sobre los textos leídos.					
Elabora carteles con diversas informaciones considerando los conceptos de tamaño, equilibrio, proporción y color, y añadiendo textos en los que utiliza la tipografía más adecuada a su función.					

Enlaces webs figuras**DOSSIER COLA CAO**

- Figura 1: https://www.google.es/search?q=copyright+cola+cao&rlz=1C1AVNG_enES611ES611&espv=2&biw=1093&bih=530&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjw_4WvgrLQAhXDvBQKHRNgDF4Q_AUIBigB&dpr=1.25#tbm=isch&q=logo+cola+cao&imgsrc=QgifzsPuaEV3bM%3A
- Figura 2: https://www.google.es/search?q=mapa+division+de+africa+tropical&rlz=1C1AVNG_enES611ES611&espv=2&biw=1093&bih=530&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiny-_1hbLQAhUJWBQKHfR5CVkQ_AUIBigB&dpr=1.25#imgsrc=_AfGmhp31XH0mM%3A

DOSSIER KELLOGG´S

- Figura 3:
 - Figura 4:
 - Figura 5:
 - Figura 6:
 - Figura 7:
 - Figura 8:
 - Figura 9:
 - Figura 10:
- http://www.kelloggs.es/es_ES/our-history.html

DOSSIER CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

- Figura 11: https://www.google.es/search?q=imagen+consejo+editorial&rlz=1C1AVNG_enES611ES611&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjphf7Gk7LQAhWBsxQKHTABD1oQ_AUICCGB&biw=1093&bih=530&dpr=1.25#imgsrc=b3TId92U5uWdcM%3A