

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	Creación de un anuncio publicitario
AUTOR/A	Viviam Araica Amador
APARTADO (según el MCER)	Conocimiento sociocultural
NIVEL	B2 Avanzado
TIPO DE ACTIVIDAD	Redactar y leer un anuncio publicitario
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> - Adquirir destrezas en la creación e interpretación de diversas formas de representación de la información. - Desarrollar la creatividad de los alumnos. - Desarrollar capacidades asociadas al trabajo en grupo, tales como la cooperación, responsabilidad individual, toma de decisiones, organización y gestión del tiempo.
DESTREZA QUE PREDOMINA	Comprensión auditiva y expresión oral
CONTENIDO GRAMATICAL	Imperativo negativo y afirmativo Presente de Indicativo
CONTENIDO FUNCIONAL	
CONTENIDO LÉXICO	Vocabulario relacionado con la publicidad
DESTINATARIOS	Estudiantes de ELE
DINÁMICA	En grupos
MATERIAL NECESARIO	Grabadora y fichas adjuntas
DURACIÓN	3 horas
MANUAL (SI PROCEDE) CON EL QUE SE PUEDE UTILIZAR	Con el manual Abanico se puede hacer después de la unidad 3 "Busque, compare y si encuentra algo mejor..."
FUENTE DE INSPIRACIÓN	

DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD

Introducción:

El anuncio publicitario es una forma de expresión oral.

El texto del anuncio completa su función comunicativa cuando se lee en voz alta, es decir, cuando se anuncia, porque de esta forma podemos encontrar elementos sonoros y rítmicos que de alguna manera le dan vida a la publicidad.

Anunciar un producto nos puede ayudar a mejorar, desarrollar y promover las ventas de una empresa, a ampliar la necesidad de un producto y a mantener o perfeccionar la imagen de una empresa en el ámbito del consumidor.

Procedimiento:

- 1) En esta actividad se les pide que en grupos de tres, se redacte el anuncio para el cuentacuentos del centro.
- 2) En grupos de tres o en parejas leen el texto para que sepan lo que tienen que hacer.
- 3) Hablan entre ellos y acuerdan qué tipo de anuncio van a hacer.
- 4) A continuación se les pide que lo graben.
- 5) Tras haberlo grabado se comparan las grabaciones y se les distribuyen las fichas de evaluación para que la rellenen, valoren y evalúen a sus compañeros.
- 6) Por último se les recuerda que tiene que votar para elegir el mejor anuncio para el Cuentacuentos.

Metodología:

La actividad está basada en el aprendizaje del trabajo cooperativo, toma de decisiones, organización y gestión del tiempo-

Crear un anuncio publicitario, redactarlo y leerlo.

1. Hemos terminado otra unidad y ahora toca comprobar lo que has aprendido, por eso, vamos a redactar un anuncio publicitario para el concurso del Cuentacuento de tu centro de estudios. Para que no sea demasiado difícil hacerlo; a continuación, tienes unas pautas para escribirlo:



2. Antes de todo recuerda que hay distintas formas de publicidad en la radio.

a). Los anuncios radiofónicos presentan los siguientes formatos:

Cuña. Es un anuncio de corta duración (máximo 60 segundos) que se emite a lo largo de la programación. Es totalmente independiente de los programas en los que se inserta.

Comunicado. El locutor lee un texto publicitario que no lleva ningún tipo de arreglo o realización radiofónica.

Programa o microespacio publicitario. Son emisiones de distinta duración (de tres a treinta minutos) con contenido publicitario, de formato similar a cualquier espacio radiofónico. En ocasiones están presentados por el locutor del programa en que se emiten.

Publi—reportaje. Es un reportaje de contenido estrictamente comercial que se incluye a lo largo de la programación o en el transcurso de un programa.

Patrocinio. Una marca financia un programa radiofónico durante el cual sólo se emite publicidad de la misma.

b) **La estructura del anuncio radiofónico se puede presentar de esta manera:**

La llamada: Por medio de ella se capta la atención del oyente. Suele ser una frase original o un recurso sonoro sorprendente.

La presentación: Es la parte informativa del texto a través de la cual se da a conocer el producto.

La argumentación: En ella se trata de justificar por medio de argumentos más o menos adecuados la necesidad de adquirirlo.

La implicación: Es el cierre del texto publicitario. Se hace un llamado a los receptores y se les pide que compren lo anunciado.

3. Para empezar en grupos de tres, negociad y acordad el tipo de anuncio que vais a hacer y lo redactáis.



4. Una vez que habéis escrito, revisado y corregido el texto, cada uno de vosotros elige un papel determinado para grabar el anuncio.



5. Después de haber hecho la grabación se escuchan todos los anuncios y los alumnos evalúan rellenando la ficha de la actividad 7.



6. Tras haber cumplimentado la ficha cada grupo discute y valora las grabaciones de sus compañeros y por último se elige entre toda la clase, el mejor anuncio para el Cuentacuentos.



7. Ficha de evaluación del anuncio publicitario

Nombre del corrector:			
Nombre de los autores:			
Nota:		/35	

1. ¿Vocalizan bien?

Sí			No
3	2	1	0

2. ¿Entonan teniendo en cuenta la estructura de la frase?

Sí			No
3	2	1	0

3. ¿Hacen pausa o silencio cuando conviene?

Sí			No
3	2	1	0

4. ¿Interpretan correctamente los signos de puntuación?

Sí		No
2	1	0

5. ¿Se capta con facilidad el mensaje del anuncio?

Sí					No
5	4	3	2	1	0

6. ¿Enfatizan algunas palabras?

Sí					No
5	4	3	2	1	0

7. ¿Han cometido errores gramaticales relacionados con lo visto en la clase?

No				Sí	
5	4	3	2	1	0

8. ¿El ritmo es demasiado rápido?

Sí			No
3	2	1	0

9. ¿El tono es persuasivo/sugestivo?

Sí			No
3	2	1	0

10. ¿Crees que han utilizado el lenguaje publicitario?

Sí			No
3	2	1	0