



INSTITUTO ANA MARÍA JANER (A-1)

Planificación del período de apoyo y acompañamiento para la evaluación y promoción. Ciclo lectivo 2017

Asignatura: Práctica de la Comunicación Social II

Profesor/a: Eugenia Marisol Silvera Basallo

Curso: 5° "B"

EJE	CONTENIDOS NODALES	Contenidos pendientes (marcar)	Aprobado (A) o En Proceso (EP)	ACTIVIDADES	CONDICIONES REQUERIDAS PARA LAS CLASES Y MODALIDAD	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
Comunicación, cultura y consumo	Lo innato y lo adquirido. Naturaleza y cultura.			Ejercicios de lectura individual y colectiva. Interpretación de textos. Elaboración de ensayo o monografía articulando los contenidos trabajados.	Los alumnos deberán realizar trabajos adeudados y se exigirá la lectura de textos trabajados durante el ciclo lectivo.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Asistencia obligatoria del 75% de las horas ✓ Compromiso con la realización de distintos ejercicios durante el período de orientación.
	Evolución del término cultura. Dimensiones conflictivas.					
	Identidad.					
	Cultura y consumo.					
Marketing y publicidad	Obsolescencia programada.			Multiple choice. Análisis de casos aplicando conceptos trabajados. Preguntas abiertas.		
	Conceptos básicos del marketing: necesidades, deseos y demandas; oportunidades de mercado; segmentación, selección de mercados y posicionamiento en el mercado y desarrollo de la propuesta de valor.					
	El rol de la publicidad y las agencias de					



INSTITUTO ANA MARÍA JANER (A-1)

	publicidad.					
	Brief.					
La propaganda	Campañas de bien público.			Realización de campaña. Preguntas abiertas.		
	Temas de interés ciudadano. Relación entre opinión pública, medios de comunicación y poder político.			Relación de artículos periodísticos con los textos trabajados.		

Fecha:

Firma docente, alumno y padre/madre/tutor: