

I JORNADAS DE INTERCAMBIO DE EXPERIENCIAS SOBRE TECNOLOGÍA EN EDUCACIÓN SECUNDARIA

1.- DATOS IDENTIFICATIVOS:

- Emilio López Castillejo.
- I.E.S. Galileo Galilei. Alcorcón.

2.- DATOS DE LA EXPERIENCIA:

- **Título de la experiencia:** " Publicidad y Marketing ".
- **Etapa Educativa:** 1.er Ciclo de E.S.O.
- **Área:** Tecnología.
- **Justificación de la experiencia y desarrollo:**

La actividad que se presenta a continuación está destinada a los alumnos del primer ciclo fundamentalmente, esto no quiere decir que se descarte para ser usada con los alumnos del segundo.

Ésta puede desarrollarse en el aula convencional, pues no requiere de materiales y herramientas específicos del taller y su grado de complejidad es mínimo, lo que la hace adecuada para aquellos centros que no disponen de aula-taller para el primer ciclo o cuando la disponibilidad económica del departamento es mínima.

Es oportuno se utilice en el primer trimestre, ya que nos sirve para comentar simultáneamente a dicha actividad el funcionamiento del taller y la formación de equipos de trabajo. De esta forma, así lo tenemos planteado en nuestro departamento, no utilizaremos dicho taller para trabajar hasta que no existan los responsables suficientes para que funcione todo correctamente.

El principal **objetivo** es la introducción en el tema de proyectos, es decir, hacer que los alumnos descubran las fases de que consta un proyecto mediante la realización de un pequeño trabajo que no les suponga gran esfuerzo, y no tener que definir esas fases de una manera teórica.

También conocer la publicidad y la actividad comercial o Marketing, necesarias para facilitar la labor de cualquier Empresa y que ésta cumpla su cometido, que no es otro que hacer llegar sus productos a los consumidores de una manera efectiva y lo más directa posible.

Se trata de que los alumnos sigan los pasos oportunos para la realización de este sencillo trabajo mediante el diseño y confección de sus propios documentos, descubriendo lo esencial de un proyecto tecnológico. Hay veces que les damos tantos papeles para que rellenen al realizar un trabajo, que hace que los alumnos se quejen de la excesiva burocracia, destinada según ellos a otro tipo de áreas. Aunque de esta forma podemos observar tanto las habilidades como las carencias que tienen a la hora de expresarse y dibujar nuestros alumnos y así comentarlo con el resto de profesores que imparten clases al grupo, lo que hace de la Tecnología esa asignatura multidisciplinar que todos conocemos.

- Contenidos y metodología:

Para todo esto se define, por medio de su colaboración, lo que es una MARCA (todo signo o medio que distinga o diferencie bienes o servicios de un vendedor respecto de otro u otros) y las partes de que consta (nombre y logotipo), les mostramos transparencias en las que aparecen logotipos diversos de marcas conocidas, que nos sirven para alentar su interés sobre el tema y que pueden dar lugar a un pequeño debate. Dicho debate puede empezar por preguntar a los alumnos qué tipo de marcas conocen, para luego seguir relacionándolo con el problema del consumo excesivo en el que nos encontramos.

Así, hay veces que ha salido en estos debates el tema del tiempo que dura un anuncio publicitario en los medios de comunicación y el coste económico de dicho tiempo, lo que se hace imprescindible para el diseño atractivo de una marca, ya que la marca, desde el punto de vista del Marketing, es un instrumento de apoyo a la estrategia comercial. También es un instrumento de protección legal y se puede registrar a fin de que no sea utilizado por otras empresas competidoras. Esto puede ser debatido posteriormente en otras sesiones de clase, porque puede ser que a veces el nombre o logotipo de la marca ya esté registrado y no pueda utilizarse como hemos comentado.

También lo que es el MODELO (identificación de productos distintos dentro de una marca determinada), que a su vez puede tener su propio nombre y logotipo. Como ejemplo de modelos característicos tenemos el de los automóviles.

Y por último el envase y para qué sirve (forma de proteger físicamente y de presentar el producto).

Con todo ello, y teniendo en cuenta fundamentalmente las características que debe reunir una marca para que tenga una imagen favorable (nombre de sonido agradable, fácil de reconocer y recordar, sin graves problemas de pronunciación, de logotipo llamativo y con colorido, etc.), se les propone la idealización de una marca de un producto cualquiera.

Se trata pues, de que actúen de publicistas de una determinada marca, que es la que ellos tienen que diseñar, ateniéndose a las premisas dadas anteriormente, para que dicha marca llame la atención y pueda resultar beneficiosa para la posterior venta de productos que hipotéticamente se va a realizar con posterioridad.

El trabajo puede solicitarse que se haga de forma individual o por equipos, dependiendo también del tipo de

alumnado que nos encontremos. Así, si queremos que empiecen a trabajar en grupo (objetivo fundamental en Tecnología) lo haremos formando equipos con anterioridad, como hemos comentado anteriormente esto lo solemos dejar para más adelante si se quiere realizar dicha actividad al principio de curso y en el inicio de la primera evaluación.

Dicho trabajo constará de los siguientes elementos:

- PORTADA.

- BOCETO O BOCETOS.

- DISEÑO DEFINITIVO.

- MEMORIA.

La portada ha de ser también diseñada por ellos, en ella incluirán el nombre del alumno si se trata de un trabajo individual, o el del equipo si se realiza en grupo, el número de documento de trabajo para diferenciarlo de los posteriores, título, etc.

El boceto o bocetos se realizarán a mano alzada y en blanco y negro, para luego ser coloreado posteriormente el diseño definitivo que ha de ser elegido de entre uno de los bocetos o una mezcla de éstos. Lo que nos sirve para comentarles que tienen que aprender a elegir, por medio de votación o mediante el consenso de varios compañeros cuando se trate de un trabajo en grupo el boceto o dibujo de entre unos cuantos para luego llevar cualquier proyecto a la práctica.

La memoria, que será la última parte del trabajo tendrá los siguientes apartados:

OBJETO DEL PROYECTO.

(Algo idealizado que pertenezca a la actividad de un publicista, no lo típico "mandado por el profe").

- MOTIVACIONES-JUSTIFICACIÓN:

Tanto del nombre como del logotipo de la marca. ¿De dónde viene la idea de tu marca?

- CARACTERÍSTICAS GENERALES.

Sería la respuesta a la pregunta ¿Cómo es tu marca?, ¿Cómo la definirías?.

- INCIDENCIA DE LA MARCA EN LA POSIBLE VENTA.

Este punto pretende que de una manera imaginativa los alumnos comenten como podría beneficiar la venta del producto en cuestión después de haber desarrollado su marca.

- MATERIALES EMPLEADOS.

Este punto es interesante para la realización de posteriores proyectos y la elaboración de presupuestos, ya que aquí es poco significativo el uso de materiales.

- SLOGAN O ESLOGAN DE PROMOCIÓN.

Como eslogan de promoción de la marca pedimos sea una frase chocante y/o impactante y la definiremos como aquella que suele llegar a los consumidores de una manera efectiva para que se produzca la compra del producto. También decir que suele ser normalmente corta para así poder cumplir esas condiciones

También es importante la homogeneidad en la presentación de los trabajos/proyectos, para ello se pide a los alumnos que la entrega de éstos se haga en un formato igual para todos, a modo de ejemplo puede pedirse en "bolsas" de plástico con agujeros para las anillas de los archivadores, denominadas también portafolios, que son muy usadas por ellos, además de exigirse que el formato de papel sea el de DIN-A4 (que da juego para la explicación de sus medidas y de los diferentes formatos de papel, superiores e inferiores a éste).

Después de la entrega de los trabajos/proyectos puede pedirse la presentación de éstos al resto de la clase, en la que el profesor haga de mero espectador, siempre que antes haya incitado a los alumnos a formular preguntas de una forma ordenada, moderada por el propio expositor.

Hay que tener en cuenta que a la hora de proponer este trabajo se le debe temporizar, sobre todo para que no se alargue excesivamente y también para que no haya mucha diferencia entre los que acaben pronto y los que lo hagan más tarde. De esta forma no tendremos alumnos que estén sin hacer nada mientras otros terminan.

Para ello suele ser conveniente poner un tiempo de realización de unas 4 sesiones, teniendo en cuenta que hay veces que no podemos encontrar algo diferente a lo que ya hay, y nuestra imaginación llega hasta un determinado límite por mucho que proponamos y conozcamos diversas marcas. Lo que nos hace comentar a los alumnos que no es fácil imaginarse una marca de un producto determinado, y que existen programas de ordenador para los publicistas que les facilitan la labor, encontrando así una adecuada a las necesidades de la empresa donde trabajan y al producto determinado que quieren sacar a la venta.

Para aquellos que acaben rápido se les propone que ayuden a sus compañeros, o bien que diseñen otro u otros bocetos.

- Valoración de la experiencia:

La valoración sobre la realización de este trabajo es, en general, positiva aunque depende mucho del grupo de alumnos con los que nos encontremos. De ahí la flexibilidad en la propuesta de trabajo, o bien individual, o bien en grupo. Decir que el resultado más valorado es el trabajo individual.

Es interesante lo que dijimos al principio, que apenas utilizan material, lo que hace que no sea solamente valorada como buena por el alumnado, sino también por el profesorado y el departamento.

Esta actividad también sirve para diseñar las cajas que van a utilizar los equipos para guardar las construcciones de sus posteriores trabajos. Eso sí, se hará primero un boceto individual y posteriormente mediante el consenso o sorteo se elegirá el que va a ser el nombre del equipo, que va a servir para identificar sus trabajos (cajas) del resto de equipos y del resto de grupos que pasan por el aula-taller. Las cajas que mencionamos son de hojas DIN A4 vacías, muy utilizadas en todos los institutos.

- Evaluación:

La evaluación de este trabajo es sencilla, se valorará:

- La entrega ordenada del documento.
- La finalización en el plazo previsto.
- La calidad de los bocetos.
- La originalidad del nombre y el logotipo.
- La exposición oral.
- La participación en debates y preguntas a los compañeros.
- La actitud.
- La contestación por escrito a una prueba relacionada con los contenidos del tema.