GUÍA DE CLASES PRÁCTICA DE LA ASIGNATURA	
CARRERA: Tecnología Superior En Marketing	**ASIGNATURA:** Redacción Publicitaria
UNIDAD 1: Conceptos generales de Redacción Publicitaria	
TÍTULO DE LA CLASE PRÁCTICA: Evaluación crítica de los elementos de la comunicación publicitaria.	
OBJETIVO: Desarrollar la capacidad de redactar y crear conceptos publicitarios de forma creativa e innovadora.	
TIEMPO DE DURACIÓN: 10	

1. FUNDAMENTOS:

La clase práctica fomenta el desarrollo del pensamiento crítico y creativo en la evaluación de elementos de la comunicación publicitaria. A través de un informe escrito, los estudiantes analizarán herramientas y perfiles del redactor publicitario, fortaleciendo habilidades para conceptualizar y estructurar mensajes efectivos.

2. OBJETIVOS A ALCANZAR:

- Desarrollar actividades prácticas (Informe escrito) evaluando los diferentes elementos de la comunicación publicitaria, a través de un pensamiento crítico y utilizando los diferentes recursos propuestos para la materia.

3. BREVE DESCRIPCIÓN DE LAS CAPACIDADES PRÁCTICAS A DESARROLLAR:

***Habilidades de pensamiento**: Los estudiantes desarrollarán análisis crítico y razonamiento creativo para evaluar y conceptualizar los elementos clave de la comunicación publicitaria.*

***Destrezas sensoriales**: Identificarán recursos visuales y textuales en piezas publicitarias, evaluando su efectividad y coherencia en el mensaje.*

***Destrezas motoras:** Redactarán un informe estructurado, aplicando técnicas de escritura profesional y herramientas creativas propias del redactor publicitario.*

4. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE:

La evaluación del aprendizaje estará orientada a valorar la capacidad del estudiante para analizar y evaluar los diferentes elementos de la comunicación publicitaria mediante un informe escrito. Se considerará el cumplimiento de las indicaciones dadas, como la estructura adecuada del informe (introducción, desarrollo, conclusiones y referencias), la claridad en la redacción y la organización de ideas.

Asimismo, se evaluará la precisión en la aplicación de conceptos como el perfil del redactor publicitario, el uso de herramientas creativas y los pasos para desarrollar un

concepto publicitario.

Los instrumentos de evaluación, como cuestionarios, ejercicios prácticos y presentaciones orales, deberán reflejar un pensamiento crítico y creativo, evidenciando un dominio integral del contenido. Finalmente, se valorará la capacidad del estudiante para comunicar sus ideas de manera profesional, aplicando técnicas propias de la disciplina publicitaria.

5. PREPARACIÓN PREVIA DEL ESTUDIANTE:

Se recomienda al estudiante revisar previamente los conceptos clave de la comunicación publicitaria, como el perfil del redactor publicitario, sus herramientas y el proceso creativo para desarrollar un concepto publicitario.

Es indispensable consultar el texto básico de la asignatura, disponible en la plataforma Classroom, y complementar su estudio con la bibliografía recomendada, asegurándose de comprender las directrices y objetivos del ejercicio práctico.

El estudiante deberá realizar una búsqueda exhaustiva de información en fuentes confiables, preferentemente académicas, para profundizar en temas como la redacción publicitaria, las herramientas creativas y los pasos para comenzar un concepto publicitario.

Se sugiere organizar la información mediante un esquema preliminar que contemple las secciones principales del informe: introducción, análisis de los elementos de la comunicación publicitaria, evaluación crítica y conclusiones.

Además, se recomienda practicar la redacción de párrafos claros y concisos, aplicando técnicas de escritura publicitaria, y realizar una lectura crítica de informes similares para familiarizarse con el formato y estilo requeridos.

Estas actividades previas permitirán al estudiante desarrollar un pensamiento crítico y creativo, participar activamente en la clase práctica y elaborar un informe fundamentado y estructurado.

6. PROCEDIMIENTOS A EMPLEAR:

- **Selección del tema publicitario:**
  - Identificar un aspecto relevante relacionado con la comunicación publicitaria, como el perfil del redactor creativo, las herramientas utilizadas o el desarrollo de un concepto publicitario. Asegurarse de que el tema sea pertinente para la práctica y los objetivos establecidos.

- **Búsqueda y recopilación de información:**
  - Investigar en fuentes confiables, como libros especializados, artículos académicos y ejemplos de campañas publicitarias, para reunir información actualizada sobre los elementos de la redacción publicitaria y su contexto.

- **Organización del contenido:**
  - Elaborar un esquema que contemple las secciones principales del informe: introducción, análisis de los elementos publicitarios, evaluación crítica de los recursos utilizados y conclusiones. Incluir subtemas como las herramientas del redactor y los pasos para conceptualizar ideas publicitarias.

- **Análisis crítico y creativo:**
  - Examinar los elementos de la comunicación publicitaria seleccionados, evaluando su efectividad y pertinencia, y aplicando un enfoque crítico y creativo para identificar mejoras o innovaciones posibles.

- **Redacción inicial del informe:**
  - Escribir un primer borrador del informe siguiendo las Normas APA, asegurándose de incluir citas y referencias correctas, y manteniendo un estilo claro y profesional que integre los análisis realizados.

- **Revisión y ajustes:**
  - Revisar el borrador para corregir errores gramaticales, de formato y de contenido. Evaluar la claridad de las ideas y su coherencia con los objetivos del ejercicio, realizando ajustes según las observaciones del docente o compañeros.

- **Preparación para la presentación:**
  - Diseñar una presentación visual que resuma los puntos clave del informe, utilizando recursos gráficos y ejemplos para ilustrar los conceptos y evaluaciones realizadas.

- **Entrega y exposición final:**
  - Presentar el informe escrito junto con la exposición oral, argumentando las evaluaciones realizadas sobre los elementos de la comunicación publicitaria y demostrando un pensamiento crítico y creativo fundamentado. Cumplir con los requisitos de formato y plazos establecidos.

7. NORMAS DE SEGURIDAD:

- **Ambiente seguro:**

Es fundamental garantizar un entorno seguro y ordenado para la clase práctica. El aula debe contar con condiciones adecuadas de ventilación, iluminación y espacio para la realización de actividades dinámicas. Se deberá identificar y minimizar riesgos potenciales, como obstáculos o mobiliario inadecuado, que puedan interferir con la movilidad o la interacción grupal.

- **Supervisión:**

El docente deberá supervisar todas las actividades prácticas para asegurar que se desarrollen de manera segura y conforme a las normas establecidas. Esto incluye brindar orientación oportuna, resolver dudas y garantizar la correcta implementación

de las estrategias educativas diseñadas por los estudiantes.

- **Protocolos de interacción:**

Dado que la clase requiere trabajo en equipo e interacción continua, se promoverá el respeto mutuo, la comunicación asertiva y la prevención de conductas que puedan generar conflictos. Se establecerán reglas claras para garantizar un ambiente inclusivo y colaborativo.

- **Materiales y recursos:**

El uso de materiales educativos o tecnológicos deberá realizarse bajo la supervisión del docente. Los estudiantes deberán asegurarse de que los recursos sean utilizados de forma adecuada y en condiciones que eviten accidentes o daños.

- **Salud y bienestar:**

Se promoverá la atención a la salud física y emocional de los participantes. En caso de que un estudiante requiera atención por malestar o algún incidente, se activarán los protocolos correspondientes y se notificará de inmediato al personal responsable

8. FORMACIÓN EN VALORES Y DESARROLLO DE HABILIDADES BLANDAS. **(Revisar PEA)**

Durante el desarrollo de la asignatura Redacción Publicitaria, los estudiantes fortalecerán su capacidad para trabajar en equipo y resolver problemas relacionados con la creación de mensajes publicitarios. Se fomentarán valores como el respeto, la responsabilidad y la ética profesional en el desarrollo de piezas creativas para distintos medios.

9. CONCLUSIONES:

Al finalizar la clase práctica, los estudiantes identificarán los diferentes elementos de la comunicación publicitaria, analizarán su impacto en la efectividad del mensaje y evaluarán su pertinencia utilizando un enfoque crítico. Desarrollarán habilidades para conceptualizar mensajes creativos, aplicando técnicas propias de la redacción publicitaria y demostrarán su capacidad para estructurar un informe escrito que refleje un análisis detallado y fundamentado.

Además, fortalecerán su pensamiento crítico y creativo al proponer mejoras en los elementos evaluados, aplicarán herramientas del redactor publicitario en sus análisis y comunicarán sus hallazgos de manera profesional. Esto les permitirá conectar los conocimientos teóricos con aplicaciones prácticas, logrando un dominio integral de los conceptos abordados y su relación con la práctica publicitaria.

10. RECOMENDACIONES:

Se recomienda a los estudiantes continuar profundizando en los elementos de la

comunicación publicitaria mediante el análisis de campañas reales, identificando los aspectos que contribuyen a la efectividad del mensaje y proponiendo mejoras creativas. Es fundamental practicar la conceptualización de mensajes, utilizando herramientas del redactor publicitario para estructurar ideas claras y persuasivas.

Asimismo, se sugiere reforzar las habilidades de redacción profesional, asegurando que los informes escritos sean coherentes, bien organizados y fundamentados en análisis críticos. Revisar ejemplos destacados de redacción publicitaria y participar en actividades grupales de discusión permitirá enriquecer las perspectivas creativas y críticas.

Finalmente, se invita a los estudiantes a reflexionar sobre la conexión entre los conceptos teóricos y su aplicación práctica, utilizando ejercicios de simulación para perfeccionar la presentación de sus hallazgos. La integración de estas recomendaciones fortalecerá su capacidad para abordar desafíos publicitarios con un enfoque estratégico y creativo.

GUÍA DE CLASES PRÁCTICA DE LA ASIGNATURA	
CARRERA: Tecnología Superior En Marketing	**ASIGNATURA:** Redacción Publicitaria
UNIDAD 2: Redacción en un texto	
TÍTULO DE LA CLASE PRÁCTICA: Creación de un afiche publicitario deportivo: análisis e identificación de sus elementos clave.	
OBJETIVO: Examinar una estructura creativa en la redacción de un texto en base de la información de acuerdo a su actividad empresarial	
TIEMPO DE DURACIÓN: 10	

1. **FUNDAMENTOS:**

   La clase práctica fomenta el análisis y diseño de afiches publicitarios, en este caso deportivos, desarrollando habilidades para identificar y aplicar elementos clave como titulares, subtítulos, cuerpo de texto y slogans. Esta actividad fortalece la creatividad y precisión en la comunicación visual, integrando conceptos teóricos con aplicaciones prácticas en contextos publicitarios profesionales.

2. **OBJETIVOS A ALCANZAR:**
   - Desarrollar un afiche publicitario para revista deportiva analizando e identificando cada uno de sus elementos.

3. BREVE DESCRIPCIÓN DE LAS CAPACIDADES PRÁCTICAS A DESARROLLAR:

Habilidades de pensamiento*: Los estudiantes desarrollarán análisis crítico y razonamiento creativo para identificar, estructurar y relacionar los elementos de un afiche publicitario deportivo.*

Destrezas sensoriales*: Evaluarán la coherencia visual y textual del afiche, identificando el impacto de los titulares, subtítulos y gráficos.*

Destrezas motoras: *Diseñarán y redactarán afiches publicitarios, integrando elementos visuales y textuales con precisión y creatividad.*

4. **EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE:**

La evaluación del aprendizaje estará orientada a valorar la capacidad del estudiante para diseñar y desarrollar un afiche publicitario deportivo, identificando y aplicando los elementos clave como titulares, subtítulos, cuerpo de texto, gráficos y slogans. Se considerará el cumplimiento de las indicaciones, incluyendo la organización estructurada del proyecto (introducción, análisis, diseño y conclusiones), la claridad en la redacción, y la coherencia en la integración de los elementos.

Asimismo, se evaluará la creatividad y precisión en la aplicación de enfoques para titulares, subtítulos y slogans, considerando su relación con la gráfica y el mensaje del

afiche. Los instrumentos de evaluación, como cuestionarios, ejercicios prácticos y presentaciones orales, deberán reflejar un pensamiento crítico y creativo, evidenciando el dominio de las técnicas y conceptos publicitarios. Finalmente, se valorará la profesionalidad en la presentación del diseño y el uso adecuado de recursos visuales, demostrando habilidades metodológicas y comunicativas aplicadas al contexto publicitario.

5. PREPARACIÓN PREVIA DEL ESTUDIANTE:

Se recomienda al estudiante realizar una revisión detallada de los elementos fundamentales de un afiche publicitario, como titulares, subtítulos, cuerpo de texto, slogans y su relación con la gráfica.

Es indispensable consultar el texto básico de la asignatura disponible en la plataforma Classroom, y complementar este material con bibliografía recomendada para profundizar en conceptos clave y ejemplos prácticos.

El estudiante deberá investigar fuentes confiables que aborden la creación y diseño de afiches publicitarios en revistas deportivas, enfocándose en las bases para redactar titulares y subtítulos, los enfoques creativos aplicables, y las reglas básicas para desarrollar slogans efectivos.

Es aconsejable organizar la información recopilada mediante un esquema que contemple las partes del afiche, sus interrelaciones y los aspectos a evaluar.

Además, se sugiere practicar la redacción de titulares y subtítulos claros y atractivos, junto con la elaboración de slogans alineados con las temáticas deportivas, incorporando métricas y conceptos creativos.

Revisar ejemplos de afiches similares permitirá familiarizarse con el formato y estilo esperado, facilitando la elaboración de un diseño publicitario que cumpla con los objetivos del ejercicio práctico. Estas actividades preparatorias aseguraron que el estudiante participara activamente en la clase práctica, demostrando habilidades analíticas y creativas.

6. PROCEDIMIENTOS A EMPLEAR:

- **Selección del tema publicitario:**
  - Elegir una temática deportiva específica para el afiche, como un evento, producto o marca, asegurándose de que sea relevante y atractiva para el público objetivo de una revista deportiva.

- **Búsqueda y recopilación de información:**
  - Investigar en fuentes confiables sobre las mejores prácticas en la creación de titulares, subtítulos, cuerpo de texto y slogans, revisando ejemplos de afiches publicitarios deportivos para inspirarse y comprender su estructura y diseño.

- **Análisis de los elementos publicitarios:**
  - Identificar las partes principales de un anuncio, evaluando cómo titulares, subtítulos y slogans se relacionan con la gráfica y el cuerpo de texto para comunicar un mensaje claro y atractivo.

- **Organización del contenido:**
  - Elaborar un esquema que contemple los elementos del afiche publicitario: diseño visual, redacción de textos y alineación gráfica, considerando la coherencia entre cada uno de ellos.

- **Diseño preliminar del afiche:**
  - Crear un borrador del afiche integrando los conceptos aprendidos, enfocándose en la claridad y el impacto visual. Incluir titulares y subtítulos relevantes, un cuerpo de texto breve y un slogan creativo alineado con la temática.

- **Revisión y ajustes:**
  - Evaluar el diseño preliminar para identificar posibles mejoras en la estructura, estilo y mensaje del afiche. Realizar ajustes según las observaciones del docente o compañeros de clase.

- **Preparación para la presentación:**
  - Diseñar una breve exposición que explique las decisiones creativas detrás del afiche, destacando el análisis y la integración de los elementos publicitarios utilizados.

- **Entrega y presentación final:**
  - Presentar el afiche publicitario terminado, justificando el uso de los elementos y técnicas seleccionadas. Acompañar la entrega con la exposición oral, demostrando un dominio integral del proceso de diseño publicitario en el contexto deportivo.

7. NORMAS DE SEGURIDAD:

- **Ambiente seguro:**

Es fundamental garantizar un entorno seguro y ordenado para la clase práctica. El aula debe contar con condiciones adecuadas de ventilación, iluminación y espacio para la realización de actividades dinámicas. Se deberá identificar y minimizar riesgos potenciales, como obstáculos o mobiliario inadecuado, que puedan interferir con la movilidad o la interacción grupal.

- **Supervisión:**

El docente deberá supervisar todas las actividades prácticas para asegurar que se desarrollen de manera segura y conforme a las normas establecidas. Esto incluye brindar orientación oportuna, resolver dudas y garantizar la correcta implementación de las estrategias educativas diseñadas por los estudiantes.

- **Protocolos de interacción:**

Dado que la clase requiere trabajo en equipo e interacción continua, se promoverá el respeto mutuo, la comunicación asertiva y la prevención de conductas que puedan generar conflictos. Se establecerán reglas claras para garantizar un ambiente inclusivo y colaborativo.

- **Materiales y recursos:**

El uso de materiales educativos o tecnológicos deberá realizarse bajo la supervisión del docente. Los estudiantes deberán asegurarse de que los recursos sean utilizados de forma adecuada y en condiciones que eviten accidentes o daños.

- **Salud y bienestar:**

Se promoverá la atención a la salud física y emocional de los participantes. En caso de que un estudiante requiera atención por malestar o algún incidente, se activarán los protocolos correspondientes y se notificará de inmediato al personal responsable

8. FORMACIÓN EN VALORES Y DESARROLLO DE HABILIDADES BLANDAS. **(Revisar PEA)**

Durante el desarrollo de la asignatura Redacción Publicitaria, los estudiantes fortalecerán su capacidad para trabajar en equipo y resolver problemas relacionados con la creación de mensajes publicitarios. Se fomentarán valores como el respeto, la responsabilidad y la ética profesional en el desarrollo de piezas creativas para distintos medios.

9. CONCLUSIONES:

Al finalizar la clase práctica, los estudiantes identificarán y analizarán los elementos clave que conforman un afiche publicitario, como titulares, subtítulos, cuerpo de texto, gráfica y slogans, comprendiendo su función e interrelación en la comunicación visual.

Diseñarán un afiche publicitario deportivo aplicando técnicas de redacción creativa y conceptos de diseño, asegurándose de transmitir mensajes claros y atractivos. Además, evaluarán la coherencia y efectividad de los elementos seleccionados, proponiendo mejoras en función del público objetivo y del propósito del mensaje.

Finalmente, fortalecerán su capacidad para integrar conocimientos teóricos con aplicaciones prácticas, desarrollarán habilidades críticas y creativas para la producción de materiales publicitarios y demostrarán un dominio integral en la creación de afiches efectivos, preparados para contextos reales del ámbito publicitario.

10. RECOMENDACIONES:

Se recomienda a los estudiantes continuar explorando ejemplos de afiches publicitarios destacados, analizando cómo los elementos visuales y textuales se combinan para transmitir mensajes efectivos. Practicar la creación de titulares y slogans adaptados a

diferentes contextos deportivos permitirá mejorar la creatividad y precisión en la redacción.

Además, es importante reforzar las habilidades de diseño gráfico mediante el uso de herramientas digitales o manuales, experimentando con colores, tipografías y composiciones para lograr un impacto visual adecuado. Participar en discusiones grupales sobre las decisiones creativas facilitará la identificación de áreas de mejora y enriquece las perspectivas individuales.

Finalmente, se sugiere reflexionar sobre la conexión entre los objetivos del afiche y el público objetivo, ajustando los elementos para garantizar relevancia y efectividad. Este enfoque práctico y reflexivo fortalecerá las habilidades analíticas y creativas necesarias para abordar retos reales en la comunicación publicitaria.

GUÍA DE CLASES PRÁCTICA DE LA ASIGNATURA	
CARRERA: Tecnología Superior En Marketing	**ASIGNATURA:** Redacción Publicitaria
UNIDAD 3: Cuñas, Jingles y otras versiones de Publicidad Radial	
TÍTULO DE LA CLASE PRÁCTICA: Creación de un jingle publicitario y cuña radial con su guión técnico estructurado.	
OBJETIVO: Describir los diferentes tipos de lenguaje de acuerdo al target.	
TIEMPO DE DURACIÓN: 10	

3. FUNDAMENTOS:

La clase práctica fomenta la creatividad y habilidades técnicas en la producción publicitaria, permitiendo a los estudiantes diseñar jingles y cuñas radiales efectivas. A través del desarrollo de guiones técnicos y el uso del lenguaje radiofónico, se fortalece la capacidad de transmitir mensajes persuasivos y emocionales, conectando teoría y práctica en un entorno publicitario realista.

4. OBJETIVOS A ALCANZAR:

- Desarrollar un ejercicio práctico elaborando un jingle publicitario y cuña radial, con su respectivo guión técnico.

3. BREVE DESCRIPCIÓN DE LAS CAPACIDADES PRÁCTICAS A DESARROLLAR:

***Habilidades de pensamiento**: Los estudiantes desarrollarán razonamiento creativo y analítico para estructurar mensajes publicitarios efectivos en jingles y cuñas radiales..*

***Destrezas sensoriales**: Identificarán tonalidades, ritmos y efectos sonoros que refuercen la transmisión emocional y persuasiva del mensaje.*

***Destrezas motoras:** Redactarán guiones técnicos y ajustarán elementos sonoros, coordinando texto, ritmo y efectos en una producción coherente.*

4. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE:

La evaluación del aprendizaje estará orientada a valorar la creatividad y precisión técnica de los estudiantes en la elaboración de un jingle publicitario y una cuña radial, junto con su respectivo guión técnico. Se considerará el cumplimiento de las indicaciones establecidas, incluyendo la estructura adecuada del guión (introducción, desarrollo y cierre), la integración de elementos sonoros y la coherencia en la transmisión del mensaje.

Además, se evaluará la capacidad del estudiante para aplicar conceptos clave del lenguaje radiofónico, como la estructura de la cuña, el uso expresivo del sonido y la relación entre ritmo y emociones en el jingle. Los instrumentos de evaluación, como

cuestionarios, ejercicios prácticos y proyectos finales, deberán evidenciar el dominio técnico y conceptual, así como la habilidad para conectar los elementos teóricos con aplicaciones prácticas en la producción radial.

Finalmente, se valorará la originalidad y efectividad en la comunicación del mensaje publicitario, así como la profesionalidad en la presentación del proyecto, demostrando competencias en escritura de guiones, diseño sonoro y manejo de recursos creativos en el contexto de la publicidad radiofónica.

5. PREPARACIÓN PREVIA DEL ESTUDIANTE:

Para una preparación adecuada, se recomienda al estudiante seleccionar un tema relevante relacionado con el mensaje publicitario que desea transmitir mediante el jingle y la cuña radial. Este tema debe ser pertinente al contexto de la actividad y atractivo para el público objetivo. Es esencial realizar una búsqueda exhaustiva de ejemplos destacados en el ámbito publicitario radiofónico, enfocándose en la estructura de cuñas y el diseño de jingles efectivos.

El estudiante deberá revisar el material básico de la asignatura, disponible en la plataforma Classroom, y consultar bibliografía complementaria que profundice en el concepto y la estructura de las cuñas, las técnicas de redacción de guiones y el uso del sonido como medio de expresión emocional. También se sugiere estudiar ejemplos prácticos para identificar cómo se combinan los elementos sonoros, rítmicos y textuales en un mensaje cohesivo.

Además, es fundamental que el estudiante practique la redacción de guiones técnicos, asegurándose de incluir las indicaciones necesarias para la grabación y edición del jingle y la cuña. Organizar las ideas en un esquema que contemple las partes del mensaje, el tono emocional, y los efectos sonoros facilitará la creación de un producto publicitario bien estructurado. Esta preparación garantizará una participación activa y fundamentada en la clase práctica.

6. PROCEDIMIENTOS A EMPLEAR:

- **Selección del mensaje publicitario:**
  - Identificar un tema o producto relevante para el jingle y la cuña radial, asegurándose de que sea atractivo y pertinente para el público objetivo.

- **Búsqueda y recopilación de información:**
  - Investigar ejemplos de jingles y cuñas publicitarias, prestando atención a la estructura, el tono y los elementos sonoros utilizados. Revisar fuentes confiables sobre técnicas de redacción de guiones y lenguaje radiofónico.

- **Organización del contenido:**
  - Elaborar un esquema que contemple los elementos principales de la cuña y el jingle: introducción, desarrollo y cierre. Incluir las instrucciones técnicas para la grabación y edición en el guión.

- **Diseño inicial del jingle y la cuña:**
  - Crear un borrador del guión técnico, detallando los textos, los efectos de sonido, las pausas y los ritmos. Integrar el uso del sonido para expresar emociones y reforzar el mensaje publicitario.

- **Redacción y ajustes:**
  - Redactar el guión técnico del jingle y la cuña, cuidando la claridad, la coherencia y la creatividad del mensaje. Revisar el borrador para corregir errores y mejorar la integración de los elementos sonoros y textuales.

- **Grabación y edición:**
  - Utilizar herramientas de audio para grabar y editar el jingle y la cuña, asegurándose de que el sonido refleje adecuadamente las emociones y el impacto deseado.

- **Revisión del producto final:**
  - Escuchar y evaluar el jingle y la cuña terminados, identificando posibles mejoras en la calidad del audio, la sincronización y la claridad del mensaje.

- **Presentación final:**
  - Exponer el jingle y la cuña al grupo, justificando las decisiones creativas y técnicas tomadas durante el desarrollo del proyecto. Entregar el guión técnico junto con el producto grabado, cumpliendo con los requisitos establecidos.

7. NORMAS DE SEGURIDAD:

- **Ambiente seguro:**

Es fundamental garantizar un entorno seguro y ordenado para la clase práctica. El aula debe contar con condiciones adecuadas de ventilación, iluminación y espacio para la realización de actividades dinámicas. Se deberá identificar y minimizar riesgos potenciales, como obstáculos o mobiliario inadecuado, que puedan interferir con la movilidad o la interacción grupal.

- **Supervisión:**

El docente deberá supervisar todas las actividades prácticas para asegurar que se desarrollen de manera segura y conforme a las normas establecidas. Esto incluye brindar orientación oportuna, resolver dudas y garantizar la correcta implementación de las estrategias educativas diseñadas por los estudiantes.

- **Protocolos de interacción:**

Dado que la clase requiere trabajo en equipo e interacción continua, se promoverá el respeto mutuo, la comunicación asertiva y la prevención de conductas que puedan

generar conflictos. Se establecerán reglas claras para garantizar un ambiente inclusivo y colaborativo.

- **Materiales y recursos:**

El uso de materiales educativos o tecnológicos deberá realizarse bajo la supervisión del docente. Los estudiantes deberán asegurarse de que los recursos sean utilizados de forma adecuada y en condiciones que eviten accidentes o daños.

- **Salud y bienestar:**

Se promoverá la atención a la salud física y emocional de los participantes. En caso de que un estudiante requiera atención por malestar o algún incidente, se activarán los protocolos correspondientes y se notificará de inmediato al personal responsable

8. FORMACIÓN EN VALORES Y DESARROLLO DE HABILIDADES BLANDAS. (Revisar PEA)

Durante el desarrollo de la asignatura Redacción Publicitaria, los estudiantes fortalecerán su capacidad para trabajar en equipo y resolver problemas relacionados con la creación de mensajes publicitarios. Se fomentarán valores como el respeto, la responsabilidad y la ética profesional en el desarrollo de piezas creativas para distintos medios.

9. CONCLUSIONES:

Al finalizar la clase práctica, los estudiantes identificarán los principios clave del lenguaje radiofónico, analizarán la estructura y los elementos esenciales de un jingle publicitario y una cuña radial, y comprenderán su función en la comunicación persuasiva.

Diseñarán y producirán mensajes publicitarios efectivos, integrando creatividad y técnica en la redacción de guiones y el manejo de elementos sonoros. Además, evaluarán la calidad y coherencia de sus producciones, propondrán ajustes basados en la retroalimentación recibida y fortalecerán sus habilidades para transmitir mensajes claros y atractivos a través del medio radiofónico.

Finalmente, desarrollarán competencias prácticas para conectar los conocimientos teóricos con aplicaciones reales en el ámbito publicitario, demostrando un dominio integral en la creación de contenidos adaptados a formatos radiales.

10. RECOMENDACIONES:

Se recomienda a los estudiantes continuar explorando ejemplos de jingles y cuñas radiales exitosas, analizando cómo se integran los elementos sonoros y textuales para lograr mensajes persuasivos. Practicar la redacción de guiones en diferentes contextos publicitarios les permitirá afianzar la claridad y creatividad en su comunicación.

Además, se sugiere experimentar con herramientas de edición de audio, perfeccionando

habilidades técnicas y ajustando detalles como ritmo, tono y efectos sonoros. Participar en sesiones de retroalimentación colaborativa ayudará a identificar áreas de mejora y a enriquecer el proceso creativo con perspectivas diversas.

Finalmente, es importante que los estudiantes reflexionen sobre cómo los principios aprendidos pueden aplicarse a situaciones reales, ajustándose a las necesidades del público objetivo y del mercado. Este enfoque fortalecerá su capacidad para producir contenidos publicitarios de calidad, alineados con los objetivos de comunicación y las expectativas profesionales del medio radiofónico.