|  |  |
| --- | --- |
| ESCUELA: Francisco Zarco | C.T. 10DPR1269O |
| CAMPO FORMATIVO: LENGUAJE, ETICA NATURALEZA Y SOCIEDADES. |
| EJES ARTICULADORES:* Inclusión
* Pensamiento critico
* Interculturalidad critica
* Igualdad de genero
* Vida saludable
* Lectura y escritura en el acercamiento a las culturas
* Artes y experiencias estéticas
 |
| APRENDIZAJE PRIORITARIO A NIVEL ESCUELA: Anuncios publicitarios. |
| METODOLOGÍA DE APRENDIZAJE: Proyectos comunitarios |
| ESCENERIO: ESCOLAR |
| \*PROYECTO INTEGRADOR DEL LTG QUE TOMARÁN COMO REFERENCIA:  |
| CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNIDAD O SABERES QUE SE APROVECHARÁN: |
| TIEMPO DURANTE EL QUE SE DESARROLLARÁ: 3 SEMANAS |
| CONTENIDOS DEL PROGRAMA SINTÉTICO QUE SE CORRELACIONAN (POR FASE) |
| CONTENIDOFASE 3 (1 Y 2°) | CONTENIDOFASE 4 (3° Y 4°) | CONTENIDOFASE 5 (5° Y 6°) |
| * , identificación del sentido, utilidad y elaboración de avisos, carteles , anuncios publicitarios y letreros en la vida cotidiana
 | * Análisis e intercambio de comentarios sobre empaques de productos y anuncios publicitarios
 | * interpretación y producción de anuncios publicitarios de productos o servicios ofrecidos en la comunidad.
 |
| PROCESO DE DESARROLLO DE APRENDIZAJES (1°) | PROCESO DE DESARROLLO DE APRENDIZAJES (2°) | PROCESO DE DESARROLLO DE APRENDIZAJES (3°) | PROCESO DE DESARROLLO DE APRENDIZAJES (4°) | PROCESO DE DESARROLLO DE APRENDIZAJES (5°) | PROCESO DE DESARROLLO DE APRENDIZAJES (6°) |
| Identifica la intención comunicativa de letreros, carteles, avisos y otros textos públicos que se encuentran en su contexto escolar y, en general, comunitario. Propone ideas para la escritura colectiva de letreros, carteles y/o avisos que contribuyan a lograr propósitos individuales y colectivos propios. | Define el sentido comunicativo de anuncios publicitarios, que se encuentran en su contexto escolar y, en general, comunitario. Elabora en forma individual y/o colectiva avisos publicitarios, escribe textos breves con formato de letreros, carteles y avisos, a partir de un propósito comunicativo establecido | Reconoce y reflexiona sobre información que contienen los empaques y otros recursos publicitarios de productos diversos. Comprende de manera particular la relevancia de leer advertencias en el etiquetado de los productos por consumir y/o adquirir. Identifica mensajes, recursos gráficos y audiovisuales utilizados en diversos anuncios publicitarios. Analiza y comenta mensajes publicitarios para identificar beneficios y perjuicios derivados del consumo de los productos publicitados. Reflexiona acerca de las ventajas del consumo responsable y de la toma de decisiones con base en la información que se señala en los productos. | Comprende advertencias e instrucciones incluidas en empaques y etiquetas de productos, así como la finalidad de sus anuncios publicitarios. Identifica emisor, receptor y propósito de anuncios publicitarios difundidos en diferentes medios y reflexiona sobre su veracidad. Reflexiona y comenta sobre la función persuasiva del lenguaje publicitario y el desarrollo del pensamiento crítico ante la publicidad. | Analiza anuncios publicitarios impresos y electrónicos, e identifica sus características y funciones. Reflexiona sobre los recursos empleados para persuadir a los consumidores, como las imágenes que utilizan y, en particular, las características del lenguaje escrito; por ejemplo, uso de adjetivos, rimas, juegos de palabras, metáforas y comparaciones, así como la brevedad. Identifica los productos y servicios ofrecidos en su comunidad que desea publicitar. Elabora anuncios publicitarios en los que emplea distintas estrategias textuales para persuadir a su público objetivo, cuidando la distribución gráfica; por ejemplo, el tamaño y colocación de texto e imagen, así como la claridad. Difunde con los miembros de la comunidad los anuncios publicitarios elaborados | Recopila y analiza anuncios publicitarios elaborados con distintos fines; por ejemplo, comerciales, políticos y sociales. Reflexiona sobre las características y funciones de las frases publicitarias empleadas en anuncios publicados en medios impresos y electrónicos, y analiza el uso de estereotipos, frases sugestivas, juegos de palabras y demás recursos lingüísticos y gráficos. Adopta una postura crítica ante los mensajes publicitarios y discute sobre ella con sus compañeros. Elabora anuncios publicitarios sobre los productos y servicios ofrecidos en su comunidad, en los que considera la disposición gráfica y el uso de adjetivos, frases adjetivas, adverbios y figuras retóricas como analogías, metáforas, comparaciones, rimas, hipérboles y demás juegos de palabras. Difunde con los miembros de la comunidad los anuncios publicitarios elaborados, así como su postura crítica ante los mensajes publicitarios analizados. |
| PROPUESTA DIDÁCTICA (se debe respetar la estructura del tipo de metodología de aprendizaje elegida) |
| FECHA | ACTIVIDADES EN COMÚN A NIVEL ESCUELA |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
| ACTIVIDADES ESPECÍFICAS POR GRADO (pueden ser por fase) |
| FASE 3 | FASE 4 | FASE 5 |
| 1° | 2° | 3° | 4° | 5° | 6° |
|  |  |  |  |  |  |
| EVALUACIÓN FORMATIVA  |
| * Observación (Registro del acercamiento que van teniendo con el saber y la vida diaria)
* Reflexión (Registro de la reflexión que llevan los estudiantes sobre el proceso que están teniendo, sus avances y retos)
* Retroalimentación (Aspectos en los que cada docente tuvo que intervenir para retroalimentar los contenidos)
 |

PROPUESTA DE FORMATO PARA DESARROLLAR EL PROGRAMA ANALÍTICO

(MODIFICABLE A PARTIR DEL CODISEÑO QUE REALICEN POR ESCUELA)

\*Este apartado no es obligatorio, pero la estructura de los Proyectos que vienen en los Libros de Proyectos integradores de primer grado, les puede servir para el codiseño de su propuesta didáctica.