

PROGRAMA A CORUÑA Y EL CONSUMO DE LA OMIC

Publicidad

Objetivo

Fomentar en el alumnado una actitud crítica frente a la publicidad, analizando las técnicas persuasivas utilizadas y su influencia en las decisiones de consumo, para promover un consumo responsable, consciente e informado.

Descripción

Los talleres del área de Publicidad están orientados a que el alumnado comprenda cómo influyen los mensajes publicitarios en sus hábitos de consumo y en la construcción de valores y estereotipos. A través de actividades prácticas y participativas, se analizan distintos formatos publicitarios y las estrategias empleadas para captar la atención y fomentar la compra.

Estas actividades contribuyen al desarrollo del pensamiento crítico, la educación en valores y la alfabetización mediática, facilitando su integración en el currículo educativo y en la programación del centro como actividades complementarias vinculadas a competencias clave.

1. PUBLICIDAD EN LOS MEDIOS

Objetivos

Este taller tiene como objetivo que el alumnado analice la publicidad en los distintos medios de comunicación, desarrollando una actitud crítica ante los mensajes publicitarios y los estereotipos que transmiten. Asimismo, se pretende fomentar un consumo responsable y consciente.

Información curricular

Este taller permite al alumnado comprender la evolución y el impacto de la publicidad en la sociedad, favoreciendo el desarrollo del pensamiento crítico en relación con los mensajes comerciales. Contribuye a la educación en valores y a la alfabetización mediática, en coherencia con los objetivos curriculares y el desarrollo de las competencias clave del alumnado. Además, facilita su integración como actividad complementaria en la programación del centro.

Descripción de la actividad

Análisis de anuncios en diferentes medios para identificar técnicas publicitarias, estereotipos y mensajes implícitos.

Edad recomendada

Alumnado de Educación Primaria, ESO, Bachillerato y Ciclos Formativos

2. PUBLICIDAD “VERDE”

Objetivos

Este taller tiene como objetivo que el alumnado reconozca las estrategias de marketing asociadas a la publicidad ambiental, desarrollando una actitud crítica frente a la publicidad ambiental engañosa. Asimismo, se pretende fomentar un consumo responsable y consciente.

Información curricular

Permite al alumnado analizar el uso de mensajes ambientales en la publicidad, favoreciendo el pensamiento crítico y la educación en sostenibilidad. Contribuye a la educación ambiental y al consumo responsable, en coherencia con los objetivos curriculares y las competencias clave del alumnado. Además, facilita su integración como actividad complementaria en la programación del centro.

Descripción de la actividad

Análisis de campañas publicitarias que utilizan argumentos ecológicos, identificando prácticas engañosas o poco rigurosas.

Edad recomendada

Alumnado de ESO, Bachillerato, Ciclos Formativos.

3. NUESTROS SENTIDOS Y EL CONSUMO

Objetivos

Este taller tiene como objetivo que el alumnado comprenda cómo los estímulos sensoriales influyen en las decisiones de consumo, desarrollando una actitud crítica ante las técnicas utilizadas para inducir la compra.

Información curricular

Favorece la comprensión del comportamiento del consumidor a través de los sentidos, contribuyendo al desarrollo del pensamiento crítico y la educación en consumo responsable, en coherencia con los objetivos curriculares y las competencias clave. Además, facilita su integración como actividad complementaria en la programación del centro.

Descripción de la actividad

Actividades prácticas que permiten experimentar cómo los sentidos influyen en la percepción de productos y decisiones de compra.

Edad recomendada

Alumnado de Educación Infantil y Primaria

4. LA PUBLICIDAD DE LOS ALIMENTOS

Objetivos

Este taller tiene como objetivo que el alumnado conozca la regulación de la publicidad alimentaria y desarrolle una actitud crítica frente a los mensajes relacionados con propiedades nutricionales y saludables.

Información curricular

Permite al alumnado comprender la influencia de la publicidad en los hábitos alimentarios, favoreciendo el pensamiento crítico y la educación para la salud. Contribuye al desarrollo de competencias relacionadas con el consumo responsable, en coherencia con los objetivos curriculares. Además, facilita su integración como actividad complementaria en la programación del centro.

Descripción de la actividad

Análisis de anuncios de alimentos, identificando mensajes publicitarios y valorando su veracidad.

Edad recomendada

Alumnado de Educación Primaria, ESO, Bachillerato y Ciclos Formativos.

PROGRAMA A CORUÑA E O CONSUMO DA OMIC

Publicidade

Obxectivo

Fomentar no alumnado unha actitude crítica fronte á publicidade, analizando as técnicas persuasivas empregadas e a súa influencia nas decisións de consumo, co fin de promover un consumo responsable, consciente e informado.

Descrición

Os obradoiros da área de Publicidade están orientados a que o alumnado comprenda como inflúen as mensaxes publicitarias nos seus hábitos de consumo e na construción de valores e estereotipos. A través de actividades prácticas e participativas, analízanse distintos formatos publicitarios e as estratexias utilizadas para captar a atención e fomentar a compra.

Estas actividades contribúen ao desenvolvemento do pensamento crítico, á educación en valores e á alfabetización mediática, facilitando a súa integración no currículo educativo e na programación do centro como actividades complementarias vinculadas ás competencias clave.

1. PUBLICIDADE NOS MEDIOS

Obxectivos

Este obradoiro ten como obxectivo que o alumnado analice a publicidade nos distintos medios de comunicación, desenvolvendo unha actitude crítica ante as mensaxes publicitarias e os

estereotipos que transmiten. Así mesmo, preténdese fomentar un consumo responsable e consciente.

Información curricular

Este obradoiro permite ao alumnado comprender a evolución e o impacto da publicidade na sociedade, favorecendo o desenvolvemento do pensamento crítico en relación coas mensaxes comerciais. Contribúe á educación en valores e á alfabetización mediática, en coherencia cos obxectivos curriculares e co desenvolvemento das competencias clave do alumnado. Ademais, facilita a súa integración como actividade complementaria na programación do centro.

Descrición da actividade

Análise de anuncios en diferentes medios para identificar técnicas publicitarias, estereotipos e mensaxes implícitas.

Idade recomendada

Alumnado de Educación Primaria, ESO, Bacharelato e Ciclos Formativos

2. PUBLICIDADE “VERDE”

Obxectivos

Este obradoiro ten como obxectivo que o alumnado recoñeza as estratexias de marketing asociadas á publicidade ambiental, desenvolvendo unha actitude crítica fronte á publicidade ambiental enganosa. Así mesmo, preténdese fomentar un consumo responsable e consciente.

Información curricular

Permite ao alumnado analizar o uso de mensaxes ambientais na publicidade, favorecendo o pensamento crítico e a educación en sustentabilidade. Contribúe á educación ambiental e ao consumo responsable, en coherencia cos obxectivos curriculares e as competencias clave do alumnado. Ademais, facilita a súa integración como actividade complementaria na programación do centro.

Descrición da actividade

Análise de campañas publicitarias que utilizan argumentos ecolóxicos, identificando prácticas enganadoras ou pouco rigorosas.

Idade recomendada

Alumnado de ESO, Bacharelato, Ciclos Formativos ou persoas adultas

3. OS NOSOS SENTIDOS E O CONSUMO

Obxectivos

Este obradoiro ten como obxectivo que o alumnado comprenda como os estímulos sensoriais inflúen nas decisións de consumo, desenvolvendo unha actitude crítica ante as técnicas empregadas para inducir a compra.

Información curricular

Favorece a comprensión do comportamento consumidor a través dos sentidos, contribuíndo ao desenvolvemento do pensamento crítico e á educación en consumo responsable, en coherencia cos obxectivos curriculares e as competencias clave. Ademais, facilita a súa integración como actividade complementaria na programación do centro.

Descrición da actividade

Actividades prácticas que permiten experimentar como os sentidos inflúen na percepción dos produtos e nas decisións de compra.

Idade recomendada

Alumnado de Educación Infantil e Primaria

4. A PUBLICIDADE DOS ALIMENTOS**Obxectivos**

Este obradoiro ten como obxectivo que o alumnado coñeza a regulación da publicidade alimentaria e desenvolva unha actitude crítica fronte ás mensaxes relacionadas coas propiedades nutricionais e saudables.

Información curricular

Permite ao alumnado comprender a influencia da publicidade nos hábitos alimentarios, favorecendo o pensamento crítico e a educación para a saúde. Contribúe ao desenvolvemento de competencias relacionadas co consumo responsable, en coherencia cos obxectivos curriculares. Ademais, facilita a súa integración como actividade complementaria na programación do centro.

Descrición da actividade

Análise de anuncios de alimentos, identificando mensaxes publicitarias e valorando a súa veracidade.

Idade recomendada

Alumnado de Educación Primaria, ESO, Bacharelato e Ciclos Formativos.