

HASTA AGOTAR STOCK



Ficha Técnica

Curso al que está dirigida la actividad	4° básico
Asignatura	Lenguaje
Objetivo de aprendizaje transversal	Utilizar las TICs que resuelvan las necesidades de información, comunicación, expresión y creación dentro del entorno educativo y social inmediato.
Objetivo de aprendizaje	Evaluar críticamente mensajes publicitarios, identificando al emisor, explicando cuál es la intención del emisor, identificando a quién está dirigido el mensaje y fundamentando cómo llegaron a esa conclusión
Documento curricular de referencia	Bases Curriculares 1° a 6° básico, 2013.
Contenido de Educación Financiera	Factores que influyen en las decisiones financieras de las personas, como la publicidad y la presión de los pares.
Aprendizaje de educación para un consumo responsable	Comprender que una serie de factores externos tales como la publicidad pueden afectar las elecciones financieras.
Sugerencia de material de apoyo para la realización de la actividad	📖 Capítulo “Hasta agotar stock” de la serie Canal 72.

Inicio

Invitar a los estudiantes a ver el capítulo “Hasta agotar stock” y conversar en conjunto acerca de lo que más les gustó del video y por qué.

Pedir a los alumnos y alumnas una breve síntesis del capítulo y que indiquen lo más importante que aprendieron.

En grupo, pedirles que recuerden o inventen una historia similar que hayan vivido y qué fue lo que hicieron.

Pedirles a los alumnos y alumnas que recuerden y mencionen algunas promociones publicitarias que estén vigentes o han ocurrido en el pasado y que expliciten qué recuerdan de los productos, las condiciones y/o características de sus publicidades. Compartir qué promociones compraron y cómo fue su experiencia al hacerlo.

Desarrollo

Pedirles que mencionen qué están coleccionando en estos momentos y si saben cuánto han gastado.

Preguntarles ¿Qué cosas podrían coleccionar que no significara gastos? Traerlas y mostrarlas al resto del curso.

En grupo, solicitarles que hagan un cartel donde expliquen en qué tienen que fijarse en las promociones.

Mostrarles la página del SERNAC y ver dónde pueden hacer una consulta o, si es necesario, un reclamo en caso que alguna publicidad no cumpla con lo indicado.

Redactar un reclamo para que aprendan a hacerlo.

Cierre

Las siguientes, son las ideas centrales o conceptos clave de esta actividad, las principales ideas trabajadas que debieran plasmarse en el aprendizaje de los y las estudiantes. Le servirán de apoyo para el cierre de la actividad:

- ¿Por qué Milena y Octavio querían coleccionar las figuritas?
- ¿Estaban interesados en el cereal?
- ¿Qué condiciones tiene que cumplir una promoción?
- ¿Cuál fue el principal aprendizaje del capítulo?
- ¿Qué compromiso podrían asumir con respecto a las promociones?
- La importancia de saber que cuando hay una promoción, tienen que explicar claramente las bases.
- Hay muchas cosas que se pueden coleccionar y que no implican gastos.
- Aprender a reconocer cuándo la publicidad está afectando tu decisión de consumo.

Material Anexo

No se considera para esta actividad.