

Materia: Español

Proyecto 12: Analizar una campaña oficial y llevar a cabo una

Aprendizaje esperado: Analiza el contenido de campañas oficiales. Diseña una campaña escolar para proponer soluciones a un problema.

Ámbito: Participación social **Número de sesiones:** 10

Nombre del docente: _____ Mónica Alejandra Aviña Gómez

Nombre del alumno: _____

Grado, grupo y turno: _____

¿Cuál es el propósito de este proyecto?

En este proyecto analizarás una campaña oficial para redactar un comentario sobre ésta. Posteriormente, y con los conocimientos adquiridos, planificarás y llevarás a cabo tu propia campaña.

Actividad 1.- Lee detenidamente el siguiente texto

“Una campaña publicitaria es una estrategia de comunicación que llevan a cabo las empresas para difundir un producto, servicio o material de la marca a su mercado meta, con el objetivo de fijarla en la mente de sus consumidores potenciales”.

¿Qué es una campaña publicitaria?

Una campaña publicitaria es un conjunto de piezas creadas con el objetivo de difundir una marca, más precisamente un producto o un servicio.

Para que la acción sea considerada una campaña es fundamental que exista unidad entre las piezas. Esto es, que presenten la misma idea, el mismo slogan, los mismos estilos y colores, entre otros aspectos similares.

Cada campaña publicitaria debe contar con un concepto determinado, así como un tema.



Para que una campaña publicitaria ofrezca resultados de acuerdo con lo esperado, es necesario que la situación sea bien analizada y que los objetivos mercadológicos y de propaganda queden explícitos, es decir que sean claros.

¿Cuáles tipos de campaña publicitaria existen?

1. Campaña Publicitaria Institucional

Este tipo de acción posibilita que la empresa se haga conocida. Esto es, tiene como objetivo hacer que una marca sea conocida o pueda informar sobre una novedad a la mayor parte de los clientes.

2. Campaña Social

La campaña de este tipo suele ser un espacio cultural delimitado por muchas metas. En ella, es posible incluir componentes del pasado, de la actualidad y del futuro deseados para la empresa y sociedad.

Por lo general, una campaña publicitaria con esta función busca ser base de nuevas creencias o cultura. Incluso, las campañas sociales son fuente de inspiración para importantes cambios en la sociedad, estas nos ayudan a unirnos como sociedad durante un desastre natural o **pandemia**.

3. Campaña Gubernamental

Tiene como objetivo cambiar o potencializar la imagen de un gobierno. Es hecha por el gobierno en el afán de conquistar el apoyo más expresivo de los ciudadanos, estimular el voto en las próximas elecciones y otros diversos objetivos.


4. Campaña Electoral

En el período electoral es común que los postulantes a cargos públicos y sus apoyadores hagan campañas buscando votos.

5. Campaña de lanzamiento de marca, producto o servicio

Esta es una de las principales estrategias de marketing de las empresas y suele ocasionar buenos resultados. Así, es indispensable que se genere una impresión positiva del objeto de campaña.

Actividad 2.- Después de leer el texto busca en internet ejemplos de campañas de acuerdo a su definición y llena la tabla con lo que se te pide:

Tipo de campaña	Ejemplo de campaña	En tus palabras ¿Por qué crees que es este tipo de campaña?
<p>Campaña Publicitaria Institucional</p>	 <p><i>Atención alumnos de nuevo ingreso</i></p> <p>Ahora que eres parte de nuestra comunidad universitaria, tramita tu credencial de estudiante.</p> <p>Click aquí</p> <p>¡Yo soy UNEDL, UNEDL 50 años Todos!</p>	<p>Porque la Universidad Enrique Díaz de León (que es una institución) está informando sobre una novedad o acción a la mayor parte de sus clientes, así como dice la definición.</p>
<p>Campaña Social</p>		
<p>Campaña Gubernamental</p>		
<p>Campaña Electoral</p>		
<p>Campaña de lanzamiento de marca, producto o servicio</p>		

Actividad 3.- Continuemos leyendo

En cuanto al mensaje:

Los mensajes que se difunden durante una campaña tienen ciertas características:

- a) Guardan cierta similitud, ya sea porque incluyen algún lema o frase que resume lo que se pretende lograr durante la campaña, el cual siempre estará presente en los mensajes (Por ejemplo, en una campaña de la secretaría de Salud para prevenir la obesidad, el lema que se repite en los mensajes es: “Chécate, mídete, muévete, más vale prevenir”)
- b) Son cortos, claros y precisos
- c) Buscan persuadir, es decir, convencer a alguien de llevar a cabo alguna acción (consumir algún producto o servicio, hacer algo, decir algo, etc)

Pasos para realizar una campaña:

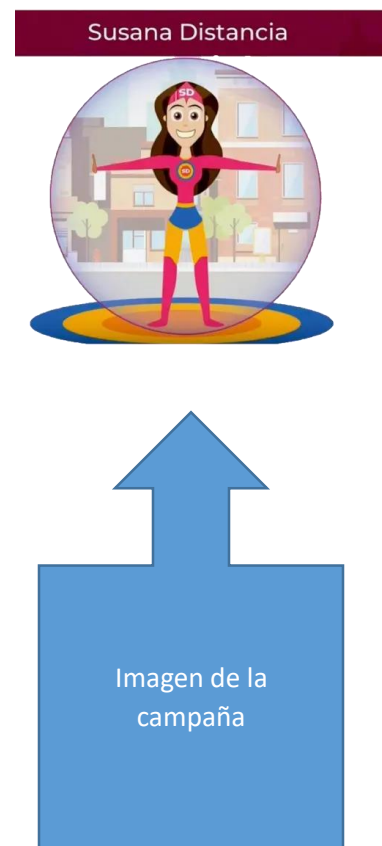
(La definición de cada uno de los puntos está en el audio que se adjunta, descárgalo y escúchalo)

- 1. Descripción del producto, servicio o idea**
- 2. Establecer objetivos**
- 3. Definición del público objetivo**
- 4. Determinación del ámbito geográfico**
- 5. Diseño del mensaje**
- 6. Plan de medios o acción**
- 7. Presupuesto**
- 8. Medición de eficacia**

El logotipo de la campaña. Un logotipo, es decir un pequeño símbolo gráfico que representa la campaña, aumenta su visibilidad y hace que los mensajes sean más memorables. Debería ser una imagen única, clara y simple que se pueda reconocer de inmediato.

Actividad 4.- Para verificar que entendieras cada uno de los pasos llenaremos juntos esta tabla, tomando como modelo la campaña social “SUSANA DISTANCIA”.

<i>PASOS</i>	<i>Descripción</i>
<i>Descripción del producto, servicio o idea</i>	Es una campaña social que busca que los habitantes de México mantengan una distancia corporal de por lo menos 1.5 metros para evitar el contagio del Covid 19
<i>Establecer objetivos</i>	Que dicha campaña llegue a todos los sectores de la población y así evitar el contagio masivo
<i>Definición del público objetivo</i>	Toda la población de México
<i>Determinación del ámbito geográfico</i>	Los 32 estados de la republica
<i>Diseño del mensaje</i>	Mantén “SUSANA DISTANCIA”
<i>Plan de medios o acción</i>	Está campaña está presente en todos los medios de comunicación: Televisión, Radio, Internet, Prensa escrita, etc.
<i>Presupuesto</i>	El presupuesto se desconoce
<i>Medición de eficacia</i>	Su eficacia se podrá medir con el número de contagios en el país, se busca que este número sea muy por debajo de los registrados en Europa.



Actividad 5.-

Ahora que a grandes rasgos ya sabes qué es una campaña te toca crear la tuya.

Harás una campaña social en la que invitarás a toda tu familia a reciclar durante 10 días. Te comparto esta tabla que irás llenando con los datos requeridos:

Acciones:	Respuestas
¿Qué tipo de campaña llevarás a cabo?	
Escribe su definición (se te proporcionó al inicio del texto)	
Temática de tu campaña	El reciclaje durante la cuarentena
Descripción de la idea de la campaña	
Establecer el objetivo	
Definición del público objetivo	

Determinación del ámbito geográfico	
Diseño del mensaje	
Plan de medios (dónde y cómo lo vas a difundir)	
Presupuesto (cuánto y cómo lo vas a gastar)	
Medición de la eficacia (después de 10 días)	
Imagen diseñada para la campaña	

Indicaciones finales:

Después de imprimir y contestar la totalidad de esta guía de estudio, deberás hacer una hoja de presentación con tus datos generales y un dibujo representativo de tu campaña publicitaria

Posteriormente digitaliza o toma foto y envíalas al correo de tu maestra a más tardar el día 16 de Mayo (monica.avina@est150jal.edu.mx)

Recuerda que esta guía será revisada y formará parte de tu evaluación continua del 3er trimestre.

¡Tu esfuerzo de hoy es el éxito del mañana!

Gracias por trabajar duro =)