

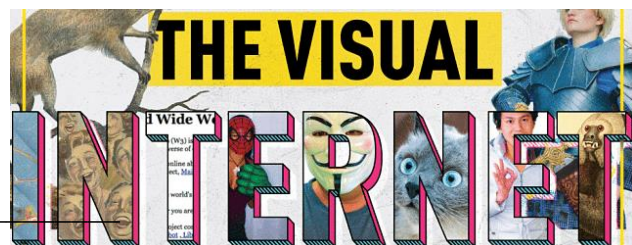


GUIA DE APRENDIZAJE UNIDAD N° 1 SEMANA N° 8

RECURSO: Guía

ASIGNATURA: TECNOLOGÍA

NOMBRE ESTUDIANTE:



CURSO: 8° año **LETRA** A B **FECHA:** _____

OBJETIVO DE LA CLASE: Difundir producto tecnológico creado, utilizando medios visuales en internet .

Introducción: ¿Hemos llegado al final de nuestro proyecto? O ¿estamos comenzando? Iniciamos nuestro proyecto artesanal a partir de una necesidad, un problema, ¿qué vamos a hacer? ¿cómo lo voy a elaborar? ¿a quién va dirigido mi producto? Etc, muchas interrogantes. Primero dijimos ¿qué hago?, diseñamos, bosquejamos, pensamos. Con que materiales , herramientas e insumos cuento; el costo de materiales ,presupuesto. En Cuanto voy a vender mi producto, para pagar los materiales que ocupo y obtener una ganancia . Elaboramos una memoria Técnica ...

Esta semana la vamos a dedicar, a difundir nuestro producto , para que lo podamos vender y poder masificar su producción Pero ¿Cómo lo Hago?. Utilizando las herramientas de internet , hacer una buena publicidad , que contenga todos los elementos para que no queden dudas y no te estén preguntando por lo que se omitió en la publicidad.

Actividad

- 1) Diseña un plan de difusión de tu producto por internet (WhatsApp, Instagram, Facebook, etc..)
- 2) Lee y analiza los recursos escritos que te envío.
- 3) Saca tus ideas de lo leído e integra lo que mas te sirva para tu publicidad
- 4) Envíame tu publicidad a mi correo con el valor del producto y sus características, donde adquirirlo, como pagarlo, formas de distribución etc.

Publicidad, una herramienta para vender
Al igual que la promoción, venta personal, relaciones públicas y estrategias digitales, la publicidad cumple con la función de comunicar o **promocionar un producto o servicio**. Pero ¿cuál es la función específica de la publicidad? Existe un fin comercial donde hablamos de construir y fortalecer marcas en la mente y corazón del consumidor,



CORREO INSTITUCIONAL DOCENTE: Luis.silva@colegio-mineraelteniente.cl

buscando su preferencia; poder influir en los sentimientos, creencias y comportamiento de las personas depende de comunicar de manera correcta lo que deseamos.

Al realizar el diseño de nuestra comunicación debemos tener claros los objetivos comerciales que deseamos alcanzar, el público al que nos dirigimos, nuestras ventajas sustanciales, la etapa del ciclo del producto e incluso el contexto por el que atraviesa la sociedad. Esto nos ayudará a definir el tono, cómo hablarle a nuestros posibles clientes para que se identifiquen con nuestra marca.

El público al que nos dirigimos influirá mucho en los medios que utilizaremos e incluso la frecuencia o impacto que éstos tendrán y es entonces cuando nos enfrentamos con un amplio abanico de opciones de medios, que nos lleva ante la gran pregunta ¿cómo tomar una decisión?

La primer pregunta va a ser cuánto tiene presupuestado y qué se desea alcanzar, respondiendo esto puede elegir entre la famosa y efectiva fórmula de equilibrar **frecuencia** (número de repeticiones dentro de un mismo medio) y **alcance** (mezcla de medios que realizará).

Es decir, si tienes un presupuesto limitado la recomendación es tener menor alcance y mayor frecuencia, de esta forma construyes en pocos medios pero de manera más efectiva. Nunca optes por estar en todos lados y en ningún lado, porque lo único que tendrás como resultado es un gasto en medios sin resultados.

Cada medio tiene beneficios y virtudes que debemos analizar en el momento de hacer nuestra mezcla de medios:

INTERNET

Un medio de resultados inmediatos.

100% medible.

Traspasan fronteras: acceso global y alcance global.

Permanencia.

* Puede variar y si no se realizan acciones concretas que guíen al usuario puede perderse al cliente.



El universo de opciones de medios cada día crece conforme se desea llegar al consumidor de manera más directa y eficiente. La decisión en qué invertir depende de elegir una mezcla adecuada, construir de manera apropiada, medir resultados frecuentemente y diseñar mensajes utilizando el modelo AIDA: “Atraer la Atención hacia el mensaje, suscitar Interés por el producto o servicio, despertar Deseo de adquirirlo o utilizarlo y provocar la Acción de comprarlo”.

UNIDAD TECNICO PEDAGOGICO 2020 –APRENDIENDO EN LINEA MINERAL

CORREO INSTITUCIONAL DOCENTE: Luis.silva@colegio-mineraelteniente.cl

