

TABLA FINAL DE RELACIONES UD PUBLICIDAD

Bloque	Contenidos	Objetivos	Objetivos de aprendizaje	Actividad
1. La publicidad	a. Concepto de la publicidad. b. Estadísticas publicitarias. c. Estrategias y medios publicitarios. d. Estereotipos que fomenta la publicidad.	Conocer el significado y las estrategias propias de la publicidad y conocer el concepto de publicidad engañosa.	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer el concepto de publicidad, publicidad ilícita y engañosa. • Reconocer las estrategias propias de la publicidad. • Diferenciar los tipos de medios publicitarios. • Identificar los diferentes estereotipos (sociales, de género, de consumo, etc.) que promueve la publicidad. 	Actividad 1: Publicidad es... Actividad 2: Medios publicitarios convencionales y no convencionales. Actividad 3: los mensajes que transmiten la Publicidad y los estereotipos.
2. Alimentación: derecho humano o negocio: las estrategias de la industria alimentaria	a. Concepto de publicidad ilícita. b. El etiquetaje de los alimentos. c. Engaños basados en reclamos “saludables”, “Funcionales”, “nutricionales”, “naturales” “caseros”.	Entender las estrategias de la industria alimentaria (especialmente las publicitarias) para aumentar las ventas de sus productos.	<ul style="list-style-type: none"> • Comprender el etiquetaje de los productos alimentarios de consumo. • Conocer los reclamos que utiliza la industria para conseguir atraer al consumidor a sus productos. 	Actividad 4: Analicemos etiquetas. Actividad 5: ¿Publicidad lícita o ilícita? Tribunal de reclamos publicitarios.

<p>3. Levantando sospechas y buscando alternativas para consumir mejor: la información necesaria y la que recibimos antes de comprar.</p>	<p>a. Visiones de la industria alimentaria sobre la alimentación. b. Relación de la Industria alimentaria con las administraciones públicas. c. Relación de la Industria alimentaria con los medios de comunicación. d. La Industria alimentaria y la ciencia</p>	<p>Fomentar un cambio de hábitos hacia un consumo más informado y responsable.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comprender el término Consumidor Medio normalmente informado y razonablemente atento. • Comprender la influencia y las relaciones entre la industria alimentaria y las personas e instituciones científicas y las que hacen las leyes. • Aprender a diferenciar entre "hecho" y "opinión". • Desarrollar una actitud de "sospecha" y "rigor" en la búsqueda de la verdad, frente a artículos y opiniones supuestamente científicos sobre la alimentación y la salud. 	<p>Actividad 6: Los siete mandamientos de la agroindustria, ¿ciertos o falsos?</p> <p>Actividad 7: El Comité</p> <p>Actividad 8: Recursos de mi territorio</p>
--	--	--	---	--