

PROYECTO INTEGRADO PARA TERCERO

LA AGENCIA DE PUBLICIDAD

- . Cada grupo es una agencia de publicidad que va a elaborar una campaña de concienciación sobre el cuidado del medioambiente.
- . Cada agencia elabora una campaña en radio, en prensa escrita y en televisión.
- . Representantes de cada medio, presentarán la campaña ante una empresa, que actúa como jurado con especialistas (Nuria, Rocío Caro y otros profes o alumnos de bachillerato).

ACTIVIDADES

<p>IDENTIDAD DE LA AGENCIA: Buscar un <u>logo</u>, una <u>imagen</u> y un <u>nombre</u> que defina cada una. Pueden ser agencias especializadas en sensibilización sobre temas sociales (violencia, acoso, alcohol...)</p>	<p>Entre toda la clase se recogen ideas y se vota lo que más guste a la mayoría. La idea es que piensen que este es uno de los trabajos que van a realizar, pero que pudieran ser contratados para otras campañas publicitarias. Al final de cada anuncio que produzcan han de aparecer el nombre (la imagen) y el logo. Ha de haber un <u>par de alumnos que coordinen</u> todo el proceso, que son como el director y el subdirector de la agencia. Han de velar porque se cumplan las <u>directrices generales</u> que se han de cumplir en todos los grupos. Estas directrices han de consensuarse en cada clase después de una lluvia de ideas: ¿Qué soluciones podemos aportar? ¿Cómo podemos sensibilizar a la sociedad? ¿Cómo poner en valor el cuidado del medioambiente? ¿En qué aspectos nos vamos a centrar? ¿Cómo podemos innovar para crear mensajes nuevos y diferentes que nos distingan del resto de las campañas? Establecemos tres o cuatro líneas básicas y cuidamos que</p>	<p>Hay una agencia por curso que va a presentar cada una de las campañas en todos los medios. Representantes de cada clase la presentará ante la empresa que contrata la campaña.</p> <p>PRODUCTOS:</p> <p>NOMBRE AGENCIA A, B, C Y D NOMBRE DE DIRECTIVOS A,B, C Y D DIRECTRICES GENERALES A,B,C,D</p>
---	--	--

	<p>se tengan en cuenta en nuestros anuncios en cualquier medio.</p> <p>.</p>	
<p>CAMPAÑA EN RADIO: El programa de radio ha de contener:</p> <ul style="list-style-type: none"> .Ráfagas de música y efectos sonoros . Fragmento de una canción . Una historia narrada (elaborada con un guion previo) . Un eslogan. 	<p>El grupo encargado de la campaña en radio ha de tener un director y un ayudante, guionistas, creativos, cantantes, actores y técnicos (graban, montan, suben a Internet). Uno de ellos ha de presentar la campaña ante la empresa junto a los directores. Actuará también de secretario anotando en un cuaderno de bitácora la marcha de todo el trabajo.</p>	<p>Cada clase tiene un grupo de publicistas de radio:</p> <p>PRODUCTOS GUIONES Y BORRADORES DE TODO EL TRABAJO.</p> <p>ANUNCIO RADIO A,B,C,D GRABADOS EN UN PODCAST Y SUBIDO A SOUNDCLOUD</p>
<p>CAMPAÑA EN TV: El anuncio en tv ha de contener:</p> <ul style="list-style-type: none"> . Un pequeño corto para lo que han de elaborar un guion previo y un storyboard o un pequeño cómic. .Música que pueden grabar o adaptar ellos mismos. . Un narrador que presente y cierre el anuncio con el eslogan. . El logo, la imagen y nombre de la agencia. <p>.</p>	<p>El grupo encargado de la campaña en tv ha de tener un director y un ayudante, guionistas, creativos, cantantes, actores y técnicos (graban, montan, suben a Internet). Uno de ellos ha de presentar la campaña ante la empresa junto a los directores. Actuará también de secretario anotando en un cuaderno de bitácora la marcha de todo el trabajo</p>	<p>Cada clase tiene un grupo de publicistas de TV</p> <p>PRODUCTOS GUIONES Y BORRADORES DE TODO EL TRABAJO.</p> <p>VÍDEOS DEL ANUNCIO A,B,C,D GRABADOS Y SUBIDOS A YOUTUBE</p>
<p>CAMPAÑA EN PRENSA ESCRITA</p>	<p>El grupo encargado de la prensa escrita, realiza toda la publicidad en papel. Han de elaborar anuncios para periódicos (que son más sencillos), anuncios en revistas, folletos, octavillas para repartir... Este grupo es menos numeroso. Basta con el coordinador y un creativo o guionista y un dibujante o diseñador. Uno de ellos presentará también su campaña y actuará también de secretario anotando en un</p>	<p>Cada clase tiene un grupo de publicistas en prensa escrita</p> <p>PRODUCTOS</p> <p>CARTEL DIPTICOS INFORMATIVOS OCTAVILLAS ANUNCIO EN PRENSA</p> <p>(todos son distintos diseños con una base común)</p>

	cuaderno de bitácora la marcha de todo el trabajo	
OTROS TIPOS DE PUBLICIDAD: REDES, PRESENTACIONES DIGITALES, PÁGINAS WEB	Si hay muchos alumnos en clase y hay un grupo para poder realizar otro tipo de campaña, podrían dedicarse a realizar campañas en redes sociales o a crear un canal de youtube o una página web o una presentación para colgar toda la campaña o un tablón de Pinterest o Padlet para ir colgando todo el trabajo.	Puede ser un grupo independiente o un grupo formado por los técnicos de los equipos anteriores. (Puedo hacerlo yo también) PRODUCTOS .TABLÓN EN PADLET O PINTEREST . PRESENTACIÓN GENIALLY . BLOG O PÁGINA WEB

ESTRUCTURA DE LOS EQUIPOS

DIRECTIVOS DE LA AGENCIA DE PUBLICIDAD

CREATIVOS	GUIONISTAS	CANTANTES	ACTORES	TÉCNICOS	OTROS
COORDINADORES DEL GRUPO DE RADIO (DIRECTOR Y AYUDANTE)					

CREATIVOS	GUIONISTAS	CANTANTES	ACTORES	TÉCNICOS	OTROS
COORDINADORES DEL GRUPO DE TV (DIRECTOR Y AYUDANTE)					

CREATIVOS	GUIONISTAS	DIBUJANTES O DISEÑADORES	TÉCNICOS	OTROS
COORDINADORES DEL GRUPO DE PRENSA ESCRITA (DIRECTOR Y AYUDANTE)				

CRONOGRAMA

NOVIEMBRE	PRESENTAMOS EN GENERAL DEL PROYECTO	15 MIN.
ÚLTIMA SEMANA DE DICIEMBRE	REPARTIMOS TAREAS Y DEJAMOS LOS GRUPOS CREADOS ANTES DE IRNOS DE VACACIONES. LES PEDIMOS QUE CONSULTEN CAMPAÑAS, ANUNCIOS Y QUE SE FORMEN UN POCO SOBRE EL	1 HORA

	TEMA	
PRIMERA SEMANA DE ENERO	ESTABLECEMOS LAS DIRECTRICES GENERALES DE LA AGENCIA, DESPUÉS DE HABER REFLEXIONADO EN GRAN GRUPO SOBRE LOS PROBLEMAS MEDIOAMBIENTALES MÁS IMPORTANTES, ESPECIALMENTE EN NUESTRO ENTORNO.	1 HORA
SEGUNDA SEMANA DE ENERO	REUNIMOS LOS EQUIPOS PARA QUE SE DISTRIBUYAN Y PLANIFIQUEN EL TRABAJO	1 HORA
ENERO, FEBRERO Y MARZO	TRABAJAN POR SU CUENTA DURANTE ESTE TIEMPO, AUNQUE SE PUEDE DEDICAR UN RATO DE UNA HORA SEMANAL A REVISAR LOS DIARIOS DE TRABAJO DE CADA GRUPO.	
ÚLTIMA SEMANA DE MARZO	PUESTA EN COMÚN DE LA MARCHA DEL TRABAJO. COMPARTIMOS LOS MATERIALES Y VAMOS COLGANDO AQUELLOS QUE PASEN EL CONTROL DE CALIDAD.	1 HORA
MAYO	PRESENTACIÓN DE LA CAMPAÑA ANTE EL JURADO TERMINAMOS DE COLGAR TODOS LOS MATERIALES.	1 HORA
5 DE JUNIO	PRESENTACIÓN DE TODOS LOS ESPACIOS WEB QUE SE HAN CREADO CON TODOS LOS ANUNCIOS LOS PRESENTADORES DE TODO EL PROYECTO SERÁN LOS DIRECTIVOS DE CADA CAMPAÑA O EL EQUIPO DEL GRUPO SELECCIONADO.	

Ya iremos buscando materiales para que investiguen un poco: anuncios, campañas, cortos, etc.. y así les dirigimos un poco las búsqueda de información.

También podemos hacer una rúbrica para evaluar todo el proceso de forma común.