



I.E NUESTRA SEÑORA DEL DIVINO AMOR



SESIÓN DE APRENDIZAJE N° 01

I.- DATOS GENERALES:

1.1.Profesor (a):	Eleana Cano Zeballos	Grado:	3
1.2.Nivel:	Secundario	Sección:	A y B
1.3.Tiempo:	90	fecha	17-07
II. TÍTULO DE LA SESIÓN			
«Marketing Inverso: Desenmascarando la Publicidad»			

ENFOQUE TRANSVERSAL	COMPETENCIA TRANSVERSAL	CAMPO TEMÁTICO
Ambiental, orientación al bien común (responsabilidad) y búsqueda de la excelencia	Gestiona su aprendizaje de manera autónoma	Anuncio publicitario

ESTÁNDAR:

III. APRENDIZAJES ESPERADOS			
COMPETENCIA	CAPACIDADES	DESEMPEÑOS	CRITERIO DE EVALUACIÓN
Escribe diversos tipos de textos en su lengua materna.	Adecúa el texto a la situación comunicativa. Organiza y desarrolla las ideas de forma coherente y cohesionada. Utiliza convenciones del lenguaje escrito de forma pertinente.	Redacta un texto contra-publicitario (<i>subvertising</i>) estructurado de forma coherente y cohesionada.	Emplea figuras literarias y recursos retóricos con intención irónica o crítica. • Adapta el formato gráfico-textual para desmitificar trampas de consumo.
Lee diversos tipos de textos escritos en su lengua materna.	Obtiene información del texto escrito	Identifica las estrategias persuasivas e intencionalidad en textos publicitarios y comerciales.	Deduce el propósito implícito en anuncios y

	Infiere e interpreta información del texto. Reflexiona y evalúa la forma, el contenido y el contexto del texto escrito		ofertas de crédito. Contrasta el valor real de un producto frente a su costo financiero acumulado
--	--	--	---

Propósito de la sesión:

IV. SECUENCIA DIDÁCTICA

Inicio:

La docente entra al aula
 Establece las normas de convivencia
 El docente proyecta un anuncio publicitario real o simulado: *"Consigue el último smartphone por solo 15 soles semanales en 36 cuotas"*.
 Se analiza el uso del lenguaje visual y persuasivo (colores, tipografía grande para la cuota baja, letra imperceptible para los intereses).
 El docente realiza el cálculo en la pizarra: $\$15 \times 4 \text{ semanas} \times 36 \text{ meses} = \$2,160$ por un teléfono que al contado cuesta $\$900$.

Desarrollo

Los estudiantes leen en parejas un caso comercial (ej. *créditos de consumo, ventas de electrodomésticos a plazos, membresías "gratuitas" con cobros automáticos*).

Descomponen el texto publicitario identificando:

"Comprar esto te dará estatus / felicidad instantánea".

TCEA (Tasa de Costo Efectivo Anual), intereses compuestos, penalidades.

Cada equipo diseña su **Afiche de Marketing Inverso** siguiendo esta guía de redacción:

- **Nuevo Titular/Eslogan:** Debe usar la ironía, metáforas o paradojas (ej. De *"Estrena hoy"* a *"Endéudate hoy por los próximos tres años"*).
- **Cuerpo de texto explicativo:** Redacción de un párrafo expositivo breve que explique el impacto real de esa decisión financiera en el presupuesto personal.
- **La "Letra Chica" Revelada:** Convertir las cláusulas invisibles en llamados de atención claros sobre la TCEA e intereses.
- Utilizan plantillas de diseño digital (Canva) o materiales físicos (cartulinas, recortes) para ensamblar el afiche, cuidando la tipografía, la jerarquía visual y la relación imagen-texto.

Cierre

• **Galería del Consumidor Crítico:** Se pegan o proyectan los afiches alrededor del aula. Los estudiantes realizan un recorrido breve (*museum walk*).

• **Reflexión Metacognitiva:**

- *¿Cómo cambia nuestra percepción de las ofertas cuando leemos críticamente los textos financieros?*
- *¿Qué recurso lingüístico (ironía, metáfora, contraste) nos ayudó mejor a transmitir la verdad del crédito?*

IV. EVALUACION

- **FINALIDAD=** formativa
- **PRODUCTO=** rubrica
- **INSTRUMENTO=** lista de cotejo

V. MATERIALES O RECURSOS A UTILIZAR

- Texto, Lapicero, papelotes, cañón, laptop, periódicos
-

Docente

V.B Coordinación.