

SESIÓN DE APRENDIZAJE – COMUNICACIÓN

“Convencemos con nuestras ideas: difundimos nuestro emprendimiento”

I. DATOS INFORMATIVOS

Dato	Información
Institución Educativa	IE “Cruz Conga”
Área	Comunicación
Grado – sección	4º de secundaria - Única
Duración	2 horas pedagógicas (90 minutos)
Docente	Diomedes Absalon Delgado Fuentes
Fecha	08 / 10/ 2026
Proyecto articulador	“¿Cómo contribuye mi institución en mi comunidad?” Cooperativa Escolar de Emprendimientos Rurales
Título	Convencemos con nuestras ideas: difundimos nuestro emprendimiento

II. APRENDIZAJES ESPERADOS

Situación significativa: Los equipos de la IE Cruz Conga están preparando emprendimientos vinculados con necesidades y recursos locales, como productos lácteos, alimentos, productos agrícolas o servicios. Para presentarlos en la Feria de Innovación y Rendición de Cuentas, necesitan comunicar su propuesta con claridad, creatividad y honestidad. Una publicidad atractiva no debe prometer beneficios que no puede demostrar.

Reto: ¿Cómo podemos presentar nuestro emprendimiento para que las personas comprendan su valor y se interesen, sin utilizar información engañosa?

Propósito de aprendizaje: Diseñar un afiche publicitario y preparar una presentación oral breve para difundir el emprendimiento del equipo, utilizando argumentos verificables, recursos visuales pertinentes y lenguaje ético.

Enfoques transversales: Orientación al bien común (responsabilidad y transparencia); enfoque ambiental (uso responsable de recursos); búsqueda de la excelencia (revisión y mejora del mensaje).

Competencia	Capacidades priorizadas	Desempeño precisado para la sesión	Criterios de evaluación	Evidencia / producto	Instrumento
Escribe diversos tipos de textos en su lengua materna.	Adecúa el texto a la situación comunicativa; organiza y desarrolla ideas; utiliza convenciones del lenguaje escrito; reflexiona y evalúa la forma, contenido y contexto.	Elabora un afiche publicitario adecuado al público y propósito; organiza información relevante del emprendimiento, usa recursos verbales y visuales y revisa que el mensaje sea coherente y veraz.	Adecuación al público; claridad y organización; información comprobable; uso pertinente de eslogan e imágenes; revisión del texto.	Afiche publicitario con nombre, eslogan, producto/servicio, beneficio comprobable e invitación.	Lista de cotejo / rúbrica breve.
Se comunica oralmente en	Obtiene e interpreta	Presenta un pitch de hasta 2	Secuencia lógica;	Pitch de 2 minutos y	Lista de cotejo /

su lengua materna.	información; adecúa, organiza y desarrolla ideas; utiliza recursos no verbales y paraverbales; interactúa estratégicamente; reflexiona y evalúa.	minutos, explica la necesidad, solución y beneficios de su emprendimiento, responde una pregunta y utiliza voz, postura y gestos adecuados.	argumentos sustentados; claridad y fluidez; recursos expresivos; respuesta respetuosa a preguntas.	participación en retroalimentación.	rúbrica breve.
--------------------	--	---	--	-------------------------------------	----------------

III. SECUENCIA DIDÁCTICA

Procesos pedagógicos / momento	Estrategias y actividades	Tiempo	Recursos
INICIO Motivación y recuperación de saberes previos	1. El docente saluda, presenta el vínculo con la Cooperativa Escolar y comunica el propósito y los criterios de evaluación. 2. Muestra o lee dos mensajes: A) “¡El mejor queso de Cajamarca! ¡Compra hoy y te harás rico!” B) “Queso elaborado por nuestro equipo con leche local. Conoce nuestra propuesta y forma de preparación”. 3. En parejas, identifican cuál inspira más confianza y por qué. Distinguen un beneficio comprobable de una exageración. 4. Recuperan saberes: ¿qué debe incluir un afiche? ¿qué hace convincente una exposición? ¿qué prácticas publicitarias son engañosas? 5. Presenta el reto: “¿Cómo difundimos nuestro emprendimiento con creatividad y honestidad?”	15 min	Pizarra, plumones, mensajes impresos o escritos en la pizarra.
DESARROLLO Adquisición de información	6. El docente explica la estructura del mensaje publicitario: nombre del emprendimiento, eslogan breve, producto/servicio, necesidad que atiende, beneficio verificable, dato de contacto o lugar de presentación e invitación. 7. Explica el pitch de 2 minutos: problema/necesidad → solución → producto/servicio → beneficio → diferenciación → sostenibilidad → invitación. 8. Revisa con el aula tres reglas éticas: no inventar resultados ni certificaciones; no ocultar información importante; no prometer beneficios que no se pueden demostrar.	15 min	Pizarra, ejemplo de afiche, ficha de trabajo, cuadernos.
DESARROLLO Aplicación y producción	9. En equipos de 4–5, asignan roles: coordinador/a, redactor/a, diseñador/a, portavoz y verificador/a de información. Pueden rotar según el tamaño del grupo. 10. Completan la ficha “Nuestro mensaje en 6 pasos”: público, necesidad, propuesta, beneficio comprobable, evidencia y llamado a la acción. 11. Elaboran un afiche en papelote o cartulina. Debe contener título visible, eslogan breve, imagen o dibujo, descripción concreta y una invitación a visitar el stand.	35 min	Papelotes/cartulinas, plumones, regla, lápices, colores, borrador, ficha de trabajo, celular opcional para diseño o cronómetro.

	12. Redactan el pitch usando el guion de la ficha. Ensayan una vez y controlan el tiempo. El verificador comprueba que las afirmaciones sean verdaderas y que el precio o beneficio, si aparece, coincida con los datos del equipo. 13. El docente acompaña con preguntas: ¿qué necesidad atienden?, ¿qué evidencia respalda ese beneficio?, ¿qué frase podría interpretarse como engañosa?, ¿qué información necesita el público?		
DESARROLLO Socialización y retroalimentación	14. Cada equipo presenta su afiche y realiza un pitch de hasta 2 minutos. 15. Dos compañeros brindan retroalimentación: “Una fortaleza es...” y “Una mejora posible es...”. El docente prioriza claridad, veracidad, organización y adecuación al público. 16. Los equipos hacen una mejora concreta en su afiche o guion antes de incorporarlo al portafolio del proyecto.	15 min	Afiche, rúbrica breve, reloj o cronómetro.
CIERRE Evaluación y metacognición	17. Aplican autoevaluación rápida: ¿nuestro mensaje es claro?, ¿podemos demostrar lo que afirmamos?, ¿invitamos al público sin presionarlo ni engañarlo? 18. Ticket de salida: escribir una frase del mensaje que mejoraron y explicar por qué. 19. Cierre del docente: la comunicación ética fortalece la confianza y prepara a los equipos para la Feria de Innovación y Rendición de Cuentas.	10 min	Ficha de autoevaluación, cuaderno, portafolio.

IV. EVALUACIÓN

Evaluación formativa: observar durante la planificación, elaboración, ensayo y presentación. Registrar evidencias, brindar retroalimentación descriptiva y permitir una mejora antes de cerrar el producto.

Criterio	Logrado	En proceso	Requiere apoyo
El afiche se adecúa al público y al propósito.	☐	☐	☐
Organiza con claridad el nombre, eslogan, producto/servicio, beneficio e invitación.	☐	☐	☐
La información es verdadera y las afirmaciones pueden sustentarse.	☐	☐	☐
Usa imágenes, tamaño de letra y colores que facilitan la lectura.	☐	☐	☐
El pitch presenta problema, solución, beneficio y cierre en secuencia lógica.	☐	☐	☐
Expone con claridad, voz audible y postura adecuada, dentro de 2 minutos.	☐	☐	☐
Escucha preguntas y responde con respeto y argumentos.	☐	☐	☐

Retroalimentación docente: Fortaleza observada: _____

Siguiente paso de mejora: _____

V. BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA

Ministerio de Educación del Perú. Currículo Nacional de la Educación Básica (CNEB).

Ministerio de Educación del Perú. Programa Curricular de Educación Secundaria, área de Comunicación.

Proyecto interdisciplinario de Educación Financiera de la IE Cruz Conga (2026): “¿Cómo contribuye mi institución en mi comunidad?”

VI. ANEXOS – FICHA DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE

Anexo 1. Creamos un mensaje que convence con honestidad

Equipo: _____ Emprendimiento: _____

1. ¿A quién queremos comunicar nuestra propuesta? (público objetivo)

2. ¿Qué necesidad o problema hemos identificado?

3. ¿Qué ofrecemos para responder a esa necesidad?

4. ¿Cuál es el beneficio principal y qué evidencia tenemos para afirmarlo?

5. ¿Qué nos diferencia de otras alternativas? (mencionar algo real y verificable)

6. ¿Cómo cuidamos los recursos o reducimos residuos?

7. Eslogan (breve, fácil de recordar y honesto):

8. Invitación al público:

Anexo 2. Guion para el pitch de 2 minutos

Parte	Frase de apoyo para completar
1. Problema	En nuestra comunidad hemos identificado que...
2. Solución	Por ello, nuestro equipo propone...
3. Producto o servicio	Nuestro emprendimiento ofrece...
4. Beneficio comprobable	Esto puede ayudar a...; lo sustentamos con...
5. Diferenciación	Nos diferenciamos porque...
6. Sostenibilidad	Utilizamos responsablemente... / reducimos...
7. Invitación	Los invitamos a visitar nuestro stand para...

Anexo 3. Revisión por pares

☐ El mensaje se entiende en una primera lectura.

☐ El eslogan es breve y se relaciona con el producto.

☐ La información es verificable y no contiene promesas exageradas.

☐ El afiche se lee a distancia y las imágenes ayudan a comprender.

- ☐ El pitch dura como máximo 2 minutos y tiene un cierre claro.
- ☐ El equipo explica el beneficio y escucha sugerencias con respeto.

Una fortaleza del equipo: _____

Una mejora concreta que sugerimos: _____

Anexo 4. Ejemplo orientador (adaptar a la idea real del equipo)

Emprendimiento: “Sabores de Cruz Conga” (ejemplo ficticio).

Eslogan: “Tradición local, hecha con responsabilidad”.

Mensaje: “Presentamos una propuesta de producto elaborado con insumos de nuestra comunidad. Nuestro equipo está mejorando el uso de envases y registrando sus costos para ofrecer información clara. Visita nuestro stand y conoce cómo lo elaboramos”.

Nota: no afirmar que un producto es orgánico, certificado, más saludable o el más barato si el equipo no cuenta con evidencia que lo demuestre.