SESIÓN DE APRENDIZAJE N° 05

TÍTULO: "Planificamos el BLOG ESCOLAR para difundir nuestros emprendimientos autónomos "

I. DATOS INFORMATIVOS:

DOCENTE	Keleny Valdivia Coacalla		
GRADO/SECCIÓN	**ÁREA CURRICULAR**	**FECHA**	**TIEMPO**
5° "A, B, C y D"	Comunicación	08 de junio al 12 de junio	80 minutos

II. VALOR INSTITUCIONAL:

Valor	Actitudes
Respeto	Reconoce el valor inherente de cada persona y de sus derechos, escuchando con apertura las opiniones de sus compañeros y mostrando empatía frente a los desafíos individuales en el aula durante el trabajo cooperativo.
Responsabilidad	Asume de manera autónoma las consecuencias de sus actos, cumple puntualmente con sus deberes escolares y grupales, y se compromete activamente con el desarrollo de la fase de planificación de su propuesta digital.

III. ENFOQUES TRANSVERSALES:

Enfoque	Valor	Actitudes
Enfoque de Orientación al Bien Común	Responsabilidad y Solidaridad	Los estudiantes demuestran un compromiso con el bienestar colectivo al compartir recursos, colaborar en equipos inclusivos y diseñar la planificación de un blog que promueva mensajes de autoestima, hábitos saludables o emprendimientos responsables para la comunidad de Paucarpata.
Enfoque Inclusivo o de Atención a la Diversidad	Respeto por las diferencias	Docentes y estudiantes demuestran altas expectativas sobre todos los compañeros, adaptando las actividades mediante pautas DUA (como el uso de minipizarras y roles dinámicos) para que el estudiante con TDAH y todos los miembros del aula participen activamente según sus estilos de aprendizaje.

IV. COMPETENCIAS TRANSVERSALES:

Competencia transversal	Capacidades	Desempeños precisados (criterios)
Se desenvuelve en los entornos virtuales generados por las TIC	• Personaliza entornos virtuales. • Gestiona información del entorno virtual. • Interactúa en entornos virtuales. • Crea objetos virtuales en diversos formatos.	Organiza y modela la estructura informativa e identidad visual de un entorno digital (matriz del blog escolar) que responda a necesidades promocionales y de difusión colectiva, seleccionando de forma estratégica elementos de diseño y comunicación interactiva.
Gestiona su aprendizaje de manera autónoma	• Define metas de aprendizaje. • Organiza acciones estratégicas. • Monitorea y ajusta su desempeño.	Determina metas de aprendizaje viables asociadas a sus potencialidades para la producción textual, organizando un plan de acción con tiempos definidos en su equipo para completar la matriz del "Antes" de la escritura de forma eficiente.

V. PROPÓSITOS DE APRENDIZAJES:

Competencia	Capacidades	Desempeños precisados (Criterios)	Evidencias	Instrumentos 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.	• Adecúa la matriz de planificación del blog escolar promocional a la situación comunicativa considerando el propósito comunicativo, el tipo textual, las características del género discursivo (secciones, links, hipervínculos) y el destinatario, eligiendo estratégicamente el registro formal adaptado al entorno virtual. • Organiza y desarrolla de forma lógica las ideas de su propuesta de microemprendimiento local en la matriz de planificación, garantizando la coherencia e identidad visual de la marca (logotipo, isotipo, imagotipo o isologo) sin digresiones ni vacíos de información, proyectando el bienestar socioemocional del entorno. • Utiliza convenciones del lenguaje escrito, como las normas de acentuación gráfica y ortografía	Planificación escrita de la estructura discursiva e identidad visual del blog	Lista de Cotejos

Competencia	Capacidades	Desempeños precisados (Criterios)	Evidencias	Instrumentos de evaluación
		literal, al redactar los términos técnicos y las metas del proyecto dentro de la matriz.		

VI. SECUENCIA DIDÁCTICA: Procesos pedagógicos

I. INICIO

Situación significativa: Los estudiantes de 5.° de secundaria de la IE Paola Frassinetti en Paucarpata reflexionan sobre la necesidad de consolidar su autonomía socioemocional y proyectar metas para su futuro a través de microemprendimientos locales eco-saludables o tecnológicos. Saben que un emprendimiento requiere visibilidad, por lo que se plantean el reto de diseñar un canal masivo de difusión: un Blog Escolar Promocional. Sin embargo, reconocen que antes de programar o escribir en la web, es indispensable planificar meticulosamente el contenido, el público y la identidad visual de la marca para que su propuesta sea clara, ética y convincente.

Motivación

- Los estudiantes observan la proyección de un video del emprendimiento de un joven con bajos recursos.
- La docente presenta en la pizarra una silueta.

Recuperación de saberes previos

La docente realiza un dictado ortográfico veloz de 5 términos clave de la sesion: Comercialización, Persuasiòn, Visualización, Emprendedurismo, Hipervìnculo y realiza las siguientes preguntas:

- ¿Han escuchado alguna vez la palabra marketing? ¿Dónde?
- Cuando una empresa quiere dar a conocer un producto, ¿qué hace para que las personas lo conozcan?
- ¿Qué entienden por persuadir?

Conflicto cognitivo:

La docente lanza el siguiente desafío problematizador al grupo:

"Si tenemos una excelente idea de negocio autónomo para mejorar los hábitos saludables en Paucarpata, pero decidimos omitir la matriz de planificación y pasamos directo a publicar posts improvisados con diseños llamativos, ¿por qué un blog con estética atractiva pero sin planificación discursiva ni segmentación del público está condenado al fracaso comercial y comunicativo?

Dar a conocer el propósito de la sesión:

La docente escribe y sistematiza el propósito en una esquina visible de la pizarra:

"Planificamos en equipos la estructura discursiva e identidad visual de un blog escolar ('Fase del Antes'), para difundir emprendimientos autónomos."

II. PROCESO

Los estudiantes observan la proyección de diapositivas y la docente explica de forma concisa la **estructura de un blog escolar**.

- La docente introduce los conceptos clave de la taxonomía de la identidad visual de una marca, ejemplificando detalladamente:
  - **LOGOTIPO:** representación de la marca basada *únicamente en texto* (tipografía).
  - **ISOTIPO:** representación de la marca a través de *solo un símbolo o icono visual*, sin letras.
  - **IMAGOTIPO:** combinación interdependiente de *texto y símbolo*, los cuales funcionan juntos pero pueden separarse visualmente sin perder significado.
  - **ISOLOGO:** integración indivisible de *texto y símbolo en un solo elemento unificado*; no se pueden separar porque forman una sola pieza gráfica.

Equipos: los estudiantes se agrupan por afinidad en equipos de trabajo cooperativo de 5 integrantes (6 grupos en total), garantizando confianza.

La docente distribuye a los grupos la **"FICHA DE PLANIFICACIÓN DEL BLOG"** (Ver Anexo 1).

- ***Pauta DUA:*** el estudiante con TDAH se integra en su grupo de afinidad. La docente le asigna de manera explícita el rol estratégico de **"Gestor de Tiempos y Diseñador Gráfico de Bocetos"**.

Planificación: los estudiantes dialogan en sus equipos para consensuar la propuesta de emprendimiento autónomo que responda a una necesidad real del distrito de Paucarpata (por ejemplo: comercialización de jugos energéticos nativos para combatir el sedentarismo, blogs de soporte socioemocional entre pares, apps de delivery eco-amigable).

- Los estudiantes completan colaborativamente la matriz de planificación escrita atendiendo a las preguntas del proceso didáctico: *¿Para qué escribiremos el blog? (Propósito), ¿A quiénes estará dirigido? (Destinatario), ¿Qué secciones tendrá? (Estructura).*
- Los estudiantes diseñan el boceto manual de su identidad de marca en el cuadrante de la matriz, decidiendo justificadamente si emplearán un **logotipo, isotipo, imagotipo o isologo**, y aplicando los términos técnicos de marketing digital aprendidos.
- La docente recorre los 6 equipos de trabajo para retroalimentar.

Socialización: Los estudiantes participan en una dinámica de socialización exprés ("Pitch de Planificación"). El relator de cada equipo expone en exactamente 120 segundos la estructura básica planificada de su blog y exhibe el boceto gráfico de su marca.

- Los estudiantes de los demás equipos escuchan de manera asertiva y respetuosa, anotando observaciones clave en sus cuadernos.

CIERRE (20 minutos)

Los estudiantes completan en parejas la Ficha de Coevaluación entre Pares (Ver Anexo 2), donde registran de forma manuscrita comentarios descriptivos y sugerencias de mejora técnica sobre el desempeño de sus compañeros de equipo respecto a la puntualidad, el respeto por las opiniones y la calidad de sus aportes en la matriz.

Metacognición:

Los estudiantes responden de forma oral y escrita en un formato "Ticket de Salida" a las siguientes interrogantes metacognitivas:

- En internet y redes sociales es muy común encontrarnos con comentarios destructivos, "haters" o casos de ciberbullying que buscan atacar la seguridad de los jóvenes y sabotear sus proyectos o marcas personales, **¿cómo te ayuda la matriz de planificación que hiciste hoy a tomar decisiones correctas para blindar tu autoestima y autonomía frente a las críticas de las redes?**

Trabajo de extensión: La docente solicita que en casa diseñen (a mano o digital impreso) una tarjeta de presentación con formato de perfil de instagram para su blog y la peguen en su cuaderno para la próxima clase.

VII. RECURSOS Y MATERIALES:

Para el docente	Para el estudiante
Proyector multimedia y computadora. Diapositivas explicativas sobre la estructura de un blog escolar y marketing digital. Video motivacional de emprendimiento juvenil. Silueta de cartulina para la pizarra (Fase de Motivación). Lista de términos para el dictado veloz y plumones de colores para pizarra. Fichas impresas de Planificación (Anexo 1) y Coevaluación (Anexo 2).	Cuaderno de trabajo del área de Comunicación. Lapiceros, lápices, colores, regla y borrador (para el diseño del boceto manual de marca). "Ficha de Planificación del Blog" distribuidas por equipo. "Ticket de Salida" impreso o cortado para la metacognición. Dispositivo móvil o acceso a internet en casa (para la extensión de creación del código QR).

VIII.INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN:

LISTA DE COTEJOS

LISTA DE COTEJOS

Área: Comunicación **Grado:** 5.° de secundaria

Competencia: Escribe diversos tipos de textos escritos en lengua materna.

Evidencia de aprendizaje: Ficha de planificación del proyecto o servicio Innovador

- **Estudiante:** _____ **Fecha:** _____
- **Equipo de trabajo N.°:** _____

N°	Indicadores específicos de logro	Si	No	Sugerencias
1	Identifica con precisión un problema real de su contexto, definiendo claramente la intención del proyecto y el público objetivo o beneficiario en la comunidad.			
2	Describe de forma detallada y comprensible en qué consiste la idea innovadora, especificando las características esenciales de su producto o servicio.			
3	Sustenta con claridad de qué manera el proyecto es posible de realizar (viabilidad), detallando los recursos mínimos o pasos iniciales para su ejecución.			
4	Responde a todas las preguntas de la ficha manteniendo un orden lógico, un vocabulario técnico adecuado y una coherencia directa entre el problema y el servicio propuesto.			
5	Escribe sus respuestas aplicando de manera correcta las reglas de tildación, uso de mayúsculas y signos de puntuación, garantizando la legibilidad de la ficha.			

IX. ANEXOS

DIAPOSITIVAS

FICHA DE PLANIFICACIÒN

Transformando vidas, construyendo país
PERÚ
I.E. PAOLA FRASSINETTI
Fe y alegría 45
En todo amar y servir

FICHA DE PLANIFICACIÓN DEL BLOG PROMOCIONAL

I. DATOS GENERALES

Nombre del emprendimiento:_____ Fecha:_____
Tipo de emprendimiento: ☐ Producto ☐ Servicio
Integrantes:

_____
_____
_____

II. ANÁLISIS DEL EMPRENDIMIENTO

Indicaciones: describe con claridad qué ofrecerás y cuál es el valor de tu propuesta.

¿Qué producto o servicio promocionarán?

_____
_____

¿Qué necesidad, problema o interés busca atender?

_____
_____

¿Qué beneficios ofrece a las personas?

☐ Ahorro de tiempo ☐ Ahorro de dinero
☐ Comodidad ☐ Aprendizaje
☐ Entretenimiento ☐ Creatividad
☐ Otro: _____

¿Qué lo diferencia de otras opciones similares?

_____
_____
_____

III. PÚBLICO OBJETIVO

Indicaciones: identifica a quién estará dirigido el blog y quiénes podrían interesarse por tu propuesta.

Destinatarios principales

☐ Estudiantes ☐ Docentes ☐ Público en general
☐ Padres de familia ☐ Comunidad educativa

Características del público

☐ Busca información útil. ☐ Busca resolver una necesidad.
☐ Busca productos novedosos. ☐ Busca servicios prácticos.
☐ Busca entretenimiento. ☐ Otro: _____

¿Por qué este público podría interesarse en nuestro emprendimiento?

_____
_____
_____

IV. PROPÓSITO COMUNICATIVO DEL BLOG

Indicaciones: todo texto tiene una intención. Define qué deseas lograr mediante tu blog.

Finalidad principal

☐ Informar ☐ Promocionar ☐ Convencer
☐ Difundir ☐ Invitar a participar

Después de leer el blog, ¿qué esperas que haga el lector?

☐ Solicitar información. ☐ Adquirir el servicio o producto ☐ Recomendar el emprendimiento. ☐ Otro: _____

Mensaje principal que deseamos transmitir

_____
_____
_____

V. PLANIFICACIÓN DEL CONTENIDO DEL BLOG

Indicaciones: organiza la información que aparecerá en el blog para facilitar la comprensión de los lectores.

Secciones que tendrá el blog:

_____
_____
_____

VI. PLANIFICACIÓN DEL TEXTO PROMOCIONAL

Indicaciones: el texto promocional busca persuadir al lector resaltando beneficios y motivándolo a actuar.

Beneficio principal que destacaremos

_____

Beneficios complementarios

1. _____
2. _____
3. _____

Argumentos para convencer al lector

Argumento	Desarrollo
Argumento 1	_____ _____
Argumento 2	_____ _____
Argumento 3	_____ _____

VII. RECURSOS PROMOCIONALES

Indicaciones: selecciona los recursos que utilizarás para captar la atención del lector.

☐ Fotografías. ☐ Logotipo. ☐ Eslogan.
☐ Promociones. ☐ Testimonios. ☐
Otros:_____

Eslogan del emprendimiento

_____
_____

VIII. IDENTIDAD VISUAL

Indicaciones: diseña los elementos visuales que representarán al emprendimiento y fortalecerán su imagen.

Elemento visual seleccionado

☐ Logotipo (nombre escrito con diseño).
☐ Isotipo (símbolo o imagen).
☐ Imagotipo (texto e imagen separados).
☐ Isologo (texto e imagen integrados).

Justifica tu elección

_____
_____

Boceto preliminar

Colores que representarán la marca

☐ Azul ☐ Verde ☐ Rojo ☐ Amarillo ☐ Morado ☐Otro: _____

¿Qué mensaje transmiten esos colores?

_____
_____
_____

X. DIFUSIÓN DEL BLOG

Indicaciones: define cómo darás a conocer tu blog para llegar a más lectores.

SUBDIRECTORA

DOCENTE