

FICHA DE ACTIVIDAD RECME 2.0

ID de ficha: RECME23_AES_A_136

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	PARTICIPANTES A PARTIR DE ...	GRUPO DE PARTICIPANTES	
		MINIMO	MAXIMO
Será oro o no será	14 años en adelante	2	36

DURACIÓN DE LA ACTIVIDAD	ESPACIO			
40 minutos	FISICO	<input checked="" type="checkbox"/>	VIRTUAL	<input checked="" type="checkbox"/>
	ABIERTO	<input checked="" type="checkbox"/>	CERRADO	<input checked="" type="checkbox"/>

MODO DE PARTICIPACIÓN	TIPO DE ACTIVIDAD	NIVEL DE ACTIVIDAD	COSTO
Choose an item.	Choose an item.	Choose an item.	Choose an item.

ETIQUETAS SUGERIDAS (Progresión, Vida de grupo, Especialidades, Competencias, IDS, ODS, VAL, Marco Simbólico, etc.)

TEMAS TRANSVERSALES							
PAZ	DIVERSIDAD	GENERO	RESILIENCIA	VOLUNTARIADO	CUIDADO AMBIENTAL	DERECHOS HUMANOS	ECONOMIA
							
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

REQUERIMIENTOS PREVIOS
Tolerancia, respeto, actitud de empatía

LA ACTIVIDAD CONTRIBUYE A DESARROLLAR		
CONOCIMIENTOS Reconocer que las redes sociales actualmente tienen un peso muy grande en nuestra vida cotidiana. Haga clic aquí para escribir texto. Haga clic aquí para escribir texto. Haga clic aquí para escribir texto.	HABILIDADES Respeto Autoestima Conocimiento personal Empatía Creatividad	ACTITUDES Actitud positiva Actitud flexible Actitud colaboradora Haga clic aquí para escribir texto.



FICHA DE ACTIVIDAD RECOME 2.0

LO QUE NECESITO PARA LA ACTIVIDAD

MATERIALES	RECURSOS
Servicio de Internet	

MEDIDAS DE SEGURIDAD

Navegación segura

DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD (PASO A PASO)

DURACION

<p>Primera parte</p> <p>Por equipo, investigar dos grandes campañas de publicidad.</p> <ol style="list-style-type: none"> Una campaña que haya tenido un impacto en la sociedad por lo real que fue, por el acercamiento que tuvo a las personas (ver anexo 1). Una campaña que haya ocasionado un conflicto, discriminación (ver anexo 2). <p>Segunda parte</p> <p>Representar las campañas ante el resto de la sección.</p> <ul style="list-style-type: none"> Explicarán de qué forma podría mejorar o de qué forma lo harían diferente. Si la mayoría de estas campañas están enfocadas a mujeres. Cuáles son las diferencias en campañas entre hombres y mujeres. <p>Por último, platicar qué piensan sobre las campañas publicitarias.</p>	30 minutos
---	------------

CIERRE DE LA ACTIVIDAD (PASO A PASO)

DURACION

<p><i>Para pensar/nos y para sentir/nos</i></p> <p>Reflexionar que somos seres humanos con imperfecciones y con cualidades, que no todo lo que vemos en internet y redes sociales siempre es real y que debemos aprender que somos responsables de las cosas que consumimos en internet.</p>	10 minutos
--	------------

VARIABLES

POSIBILIDAD DE COMPLEMENTAR CON OTRAS SECCIONES



FICHA DE ACTIVIDAD RECOME 2.0

PARA EXPLORAR

Anexo 1:

Always: <https://www.youtube.com/watch?v=s82iF2ew-yk>

American Eagle: <https://www.youtube.com/watch?v=CNWULCfO9yQ>

Dove: <https://www.youtube.com/watch?v=-8nsLo-46YI>

Nike: <https://www.youtube.com/watch?v=UNf2xUKZRAM>

Anexo 2: <https://expansion.mx/mercadotecnia/2017/10/09/dove-no-esta-sola-5-campanas-protagonizadas-por-mujeres-que-causaron-polemica>

https://www.youtube.com/watch?v=VXSjUN_fkLU

EVALUACION

INFORMACION ADICIONAL

AUTOR	PROVINCIA	FECHA DE ELABORACION
Colección Educativa	NACIONAL	24 de mayo de 2023

