



# Institución Educativa Juan XXIII

Resolución de Aprobación 11 75 del 31 de octubre de 2012  
Resolución de Aprobación Media Técnica: 1263 del 7 de Febrero de 2017  
**DANE: 105001006556 – NIT: 900585184-1**

## PLAN DE APOYO

<b>ASIGNATURA/ÁREA:</b> EMPRENDIMIENTO	<b>FECHA:</b>
<b>PERIODO:</b> TERCERO	<b>GRADO(S):</b> SEXTOS
<b>NOMBRE DEL DOCENTE:</b> WENDY KATHERINE BERNAL GIRALDO	
<b>NOMBRE DEL ESTUDIANTE:</b>	
<b>FECHA DE ENTREGA:</b> INDICADA POR DIRECTIVAS	<b>FECHA DE SUSTENTACIÓN:</b> INDICADA POR DIRECTIVAS
<b>LOGROS:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Valora la importancia del proceso de la comunicación en diferentes contextos.</li><li>• Identifica los tipos, barreras y medios que intervienen en el proceso de la comunicación.</li><li>• Realiza ejercicios sobre los diferentes tipos, barreras y medios de comunicación.</li></ul>	
<b>RECURSOS:</b> Computador con conexión a internet, hojas de bloc, lápices, cartulina. .	

### ACTIVIDADES

1. Entregar el cuaderno desestresado con todas las actividades desarrolladas por el docente en clase.
2. El estudiante deberá realizar una exposición en el que mostrará los diferentes elementos que contiene el Branding de su propia empresa de juguetes:

- Nombre

El nombre es el elemento del branding por excelencia. Se refiere a la palabra o conjunto de palabras que se utilizan para identificar una empresa, producto, servicio o concepto.

- Logo o logotipo

El logotipo es un símbolo de identificación visual de una marca.

Un buen logotipo otorga una altísima capacidad de recordación dentro de la mente del consumidor.

- Slogan

Un slogan es una frase que resume la propuesta de valor o el propósito fundamental de una marca.

Su papel, más allá de la recordación y el posicionamiento, es inspirar a los consumidores y mostrarles lo que una marca defiende y lo que sus productos pueden ayudarles a conseguir.

- Comunicación

Se trata de la forma como una marca transmite su esencia, valores y atributos por medio de la comunicación visual o escrita.

El tono de comunicación se refleja en todas las piezas de contenido y en todos los canales de la marca:

Redes sociales: publicaciones, videos, respuestas a comentarios, interacciones con los usuarios, etc.

Sitio web y blog: posts y artículos, descripciones de productos,

Correo electrónico: campañas de Email Marketing, newsletters, etc.

Medios tradicionales: spots publicitarios, cuñas radiales, anuncios en prensa, etc.

3. El día de la sustentación el estudiante deberá presentar un examen escrito de los temas vistos durante el 3 periodo.