

**TABLA EXPLICATIVA PROCESO CAMPAÑA PUBLICITARIA / DESIGN THINKING - EDIA 2: ¡TIENE TRUCO!  
ESQUEMA DEL PROCESO (GUÍA DIDÁCTICA)**

	PASOS PARA HACER UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA SOCIAL <b>DESIGN THINKING</b>	<b>PROPUESTA: ¡Tiene truco!</b>
<b>1</b>	Detección del problema o situación planteada. ¿Qué hay que hacer?	“Mejorar la experiencia de...” Modificación de conductas / actitudes individualistas y/o competitivas
<b>2</b>	Definir el objetivo de la comunicación: que adopten o cambien una actitud. Tomar decisiones sobre a quién comunicarlo, qué, cómo, cuándo, dónde...	Profundizar en el conocimiento de las características y componentes del trabajo cooperativo. Realizar un perfil de usuario (empatizar con alumnado de segundo de primaria).
<b>3</b>	Elaborar el mensaje eligiendo el lenguaje adecuado dependiendo de las decisiones anteriores. Los mensajes pueden ser de tipo: funcional (directo y práctico), racional (razonable y lógico), emotivo (recursos emocionales)	Decidimos las conductas a publicitar en función del tipo de mensaje elegido.
<b>4</b>	Crear la idea. ¿Cómo transmitimos el mensaje? Proceso creativo	Lluvia de ideas: divergencia -> convergencia + prototipado + feedback Se deciden el slogan y la imagen de la campaña: cartel.
<b>5</b>	Crear los productos	Elaborar material para difundir campaña: chapas/ pines, pegatinas, marca páginas, flyers...
<b>6</b>	Desarrollar la campaña	Sesión de presentación de campaña y juegos cooperativos con alumnado de 2º de primaria.

