#### Estructura de una UDI: Transposición Didáctica

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **MATERIA:**  | LCL | **CURSO:** | 3º ESO | **NOMBRE DE LA UDI:** | ¡Está en venta! |
| **CONCRECIÓN CURRICULAR** |
| **CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y COMPETENCIAS CLAVE** | **ESTÁNDARES DE APRENDIZAJE EVALUABLES** | **CONTENIDOS** | **OBJETIVOS** |
| Bloque 2, 2:Leer, comprender, interpretar y valorartextos. |  | 2.1. Reconoce y expresa el tema y la intención comunicativa de textos del ámbito social, identificando la tipología textual seleccionada, las marcas lingüísticas y la organización del contenido.2.2Reconoce y expresa el tema y la intención comunicativa de textos argumentativos, identificando la tipología textual seleccionada, las marcas lingüísticas y la organización del contenido. | Lectura comprensión interpretación y valoración de los textos escritos del ámbito social: los medios de comunicación. La publicidad.Conocimiento y uso de las técnicas y estrategias necesarias para la comprensión de textos escritos. | Reconocer las características de los textos publicitarios y aplicar este conocimiento en la creación de anuncios.Aplicar los conocimientos de la lengua enla creación de anuncios. Emplear las herramientas de las TIC en la creación de anuncios publicitarios |
| Bloque 2, 5Aplicar progresivamente las estrategiasnecesarias para producir textos adecuados,coherentes y cohesionados. |  | 5.1. Aplica técnicas diversas para planificar sus escritos : esquemas, árboles … y redacta borradores de escritura.5.2. Escribe textos usando el registro adecuado y respetando las normas gramaticales y ortográficas | Conocimiento y uso de las técnicas y estrategias necesarias para producir textos adecuados, coherentes y conexionados que respondan a la finalidad publicitaria. |
| Bloque 2, 6Escribir textos sencillos en relación conel ámbito de uso.  |  | 6.1. Escribe textos del ámbito social imitando textos modelo. |
| **TRANSPOSICIÓN DIDÁCTICA** |
| **TAREA 1 – TÍTULO:** | ¡Está en venta! | **DESCRIPCIÓN:** | Los alumnos elaboran un anuncio publicitario para vender un objeto personal |
| **Actividades** | **Ejercicios** | **Procesos cognitivos** | **Contextos** | **Temporalización** | **Recursos/Instrumentos** | **Metodologías** |
| Previa | Lluvia de ideas sobre la publicidad | Reflexivo | Escolar | 1 sesión | Pizarra | Grupo clase |
| Visionado de un anuncio publicitario | Analítico y deliberativo | Pizarra electrónica |
| Determinación de las características de la publicidad | Pizarra |
| Análisis de textos publicitarios | Lectura de textos publicitarios | Reflexivo | Escolar | 1 sesión | FotocopiasPizarra | ParejasGrupo clase |
| Análisis de los textos a partir de las características establecidas | Analítico |
| Corrección | Crítico |
| Presentación de la tarea | Presentación de la tarea | Práctico | Escolar | 1 sesión | FotocopiasPizarra | Grupo clase |
| Lectura de la rúbrica |
| Distribución de los grupos |
| Elaboración del anuncio | Elegir imagen para el anuncio | PrácticoCreativo | Escolar | 2 sesiones | OrdenadoresTabletasMóviles | Grupos de trabajo |
| Elaborar texto  |
| Componer el texto publicitario |
| Autoevaluación | Autoevaluación de la actividad individual y grupal siguiendo la rúbrica | Crítico | Escolar | 1 sesión | CuadernoFotocopia | Grupo de trabajoGrupo clase |
| Difusión de los anuncios | Publicación de los anuncios en zonas determinadas del centro y en comercios de la zona | CríticoPráctico | EscolarSocial | 1 sesión | Anuncios publicitarios | Grupo de trabajo |

|  |
| --- |
| **EVALUACIÓN** |
| **Criterios de evaluación** | **Estándares de aprendizaje evaluables asociados** | **Técnicas, instrumentos de evaluación o evidencias** | **NIVEL iniciado o en proceso** | **NIVEL medio o estándar** | **NIVEL avanzado o superado** | **Ponderación del criterio en la UDI** |
| Bloque 2, 2:Leer, comprender, interpretar y valorartextos. | 2.1. Reconoce y expresa el tema y la intención comunicativa de textos del ámbito social, identificando la tipología textual seleccionada, las marcas lingüísticas y la organización del contenido.2.2.Reconoce y expresa el tema y la intención comunicativa de textos argumentativos, identificando la tipología textual seleccionada, las marcas lingüísticas y la organización del contenido. | Prueba escrita en parejas | Soy capaz de expresar el tema, identificar la tipología y señalar las marcas y lingüísticas y la organización del contenido con dificultad | Soy capaz de expresar el tema, identificar la tipología y señalar las marcas y lingüísticas y la organización del contenido sin dificultad | Soy capaz de expresar el tema, identificar la tipología y señalar las marcas y lingüísticas y la organización del contenido fácilmente | 30 % |
| Bloque 2, 5Aplicar progresivamente las estrategiasnecesarias para producir textos adecuados,coherentes y cohesionados.Bloque 2, 6Escribir textos sencillos en relación conel ámbito de uso.  | 5.1. Aplica técnicas diversas para planificar sus escritos : esquemas, árboles … y redacta borradores de escritura. | ObservaciónRúbrica del cuaderno del profesor | Escribo directamente el texto que pretendo entregar, sin reflexión previa.No reviso el texto.Mi evaluación no es adecuada | Puedo planificar mi escrito a partir del objetivo previsto.Reviso el texto con ayuda puntual.Mi evaluación es justa. | Planifico mi escrito a partir del objetivo previsto, cuidando en detalle tanto la forma como el contenido.Mi evaluación es justa y razonada. | 30 % |
| 5.2. Escribe textos usando el registro adecuado y respetando las normas gramaticales y ortográficas6.1. Escribe textos del ámbito social imitando textos modelo. | Rúbrica | Soy capaz de escribir un texto adecuado al ámbito social, respetando las normas gramaticales y ortográficas y ajustado a su objetivo con dificultad. | Soy capaz de escribir un texto adecuado al ámbito social, respetando las normas gramaticales y ortográficas y ajustado a su objetivo sin dificultad. | Soy capaz de escribir un texto adecuado al ámbito social, respetando las normas gramaticales y ortográficas, creativo y ajustado a su objetivo fácilmente. | 40 % |
|