

Rol	Nombre del equipo:
Coordinador/a	
Secretario/a	
Responsable	
Portavoz	
Diseño del cartel. Cálculos.	
<b>1. Elige el tamaño del cartel</b> <i>Ejemplo: DIN A3</i>	
<b>2. Reparte las zonas</b> <i>Identificad cuál es la superficie dedicada a cada parte, en <math>\text{cm}^2</math> y en porcentaje.</i>  <i>Por ejemplo, si decidís que la zona de anunciantes sea rectangular, una opción es tomar como altura 1/3 de la altura del cartel (en vertical) y como anchura la del DIN A3, pero dejando un par de centímetros para la impresión, por ejemplo, 27 cm de ancho x 14 cm de alto.</i>  <i>A continuación, podéis hacer una rejilla en esa zona. Con estas dimensiones, cada pieza de la rejilla puede ser de 3 cm de ancho por 3,5 cm de alto (casi son cuadradas). En total, tendríais de una malla de 9 columnas y 4 filas (36 rectángulos).</i>	
<b>3. Elige el tamaño de cada anunciante, su formato de maqueta y su precio</b> <i>La propuesta es hacer tres tipos de anuncios. Podéis elegir otras opciones.</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pensad cuántos anunciantes vais a tener y repartid las zonas entre ellos.</li> <li>• También debéis decidir si el montaje del anuncio será una rejilla de 2 x 2 de 4 x 1...</li> </ul>	
<b>4. ¿Cuánto cuesta hacerse ver?</b> <i>Calculad cuánto dinero obtendréis con los anuncios vuestro cartel.</i>  <i>Calculad también la superficie de cada anuncio en <math>\text{cm}^2</math> y qué porcentaje es esa superficie respecto a la zona de anuncios y respecto al cartel.</i>	
<b>5. Reflexión final</b> <i>Debate en equipo sobre el coste de los carteles y el beneficio que os quedará con los anunciantes. Valorad la participación de cada miembro para llevarlo a cabo.</i>	

Fuentes consultadas: Webs...


“Publicidad con ritmo. Cálculos” del proxecto cREAgal, se publica con la [Licencia Creative Commons Reconocimiento No-comercial Compartir igual 4.0](#)