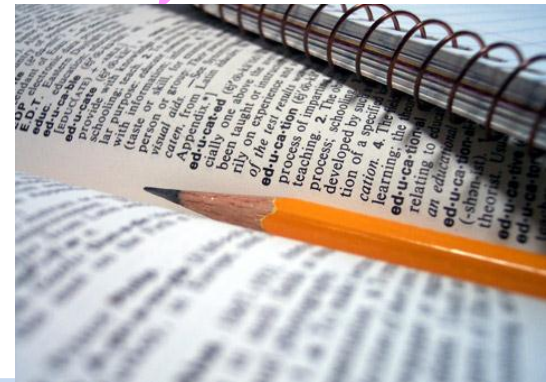


TEXTOS

Textos persuasivos



CARLOS ENRIQUE
VENTO CANGALAYA



CAPACITACIONES – CARLOS ENRIQUE VENTO CANGALAYA

Capacitaciones



Inicio

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

PONENCIAS PEDAGÓGICAS

[ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS PREUNIVERSITARIAS](#)

[Metamotivación](#)

[METAMOTIVACIÓN](#)

[Neurociencia](#)

[NEUROCIENCIA](#)

[TICS](#)

[TICS – PONENCIA](#)

[COMPRENSIÓN DE TEXTOS](#)

[Estrategia cohesiva](#)

[Estrategia semántica](#)

[Nivel inferencial](#)

[Nivel inferencial 2](#)

[Nivel inferencial 3](#)

[Nivel crítico 2](#)

Significado denotativo:

Significado connotativo:

Significado conativo:



Significado denotativo:

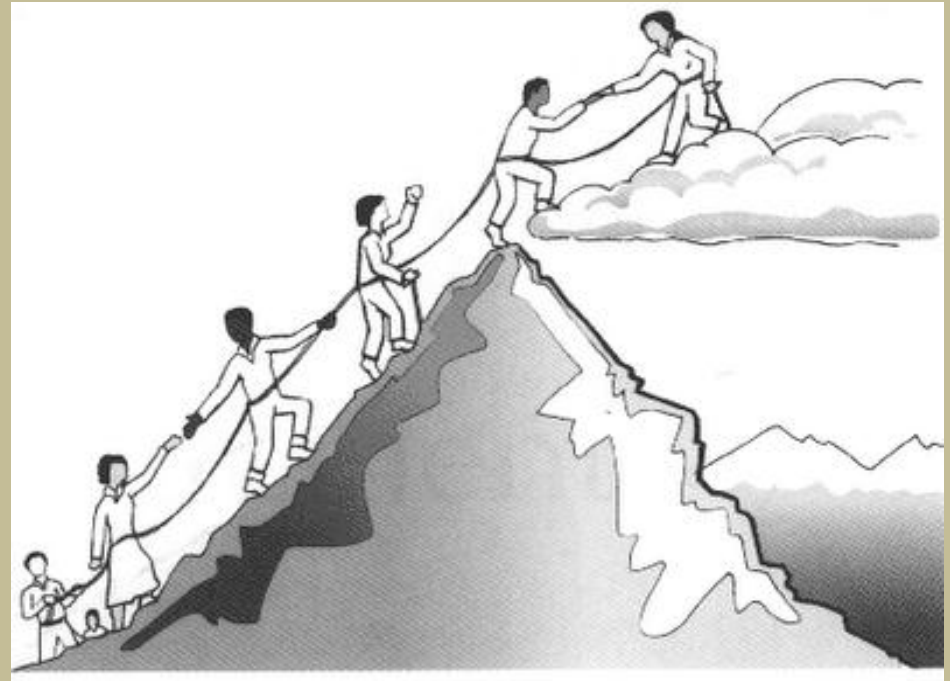
Significado connotativo:

Significado conativo:



Significado denotativo:

Significado connotativo:



Significado conativo:

Significado denotativo:

Significado connotativo:

Significado conativo:



Significado denotativo:

Significado connotativo:

Significado conativo:



**Significado
denotativo:**

**Significado
connotativo:**

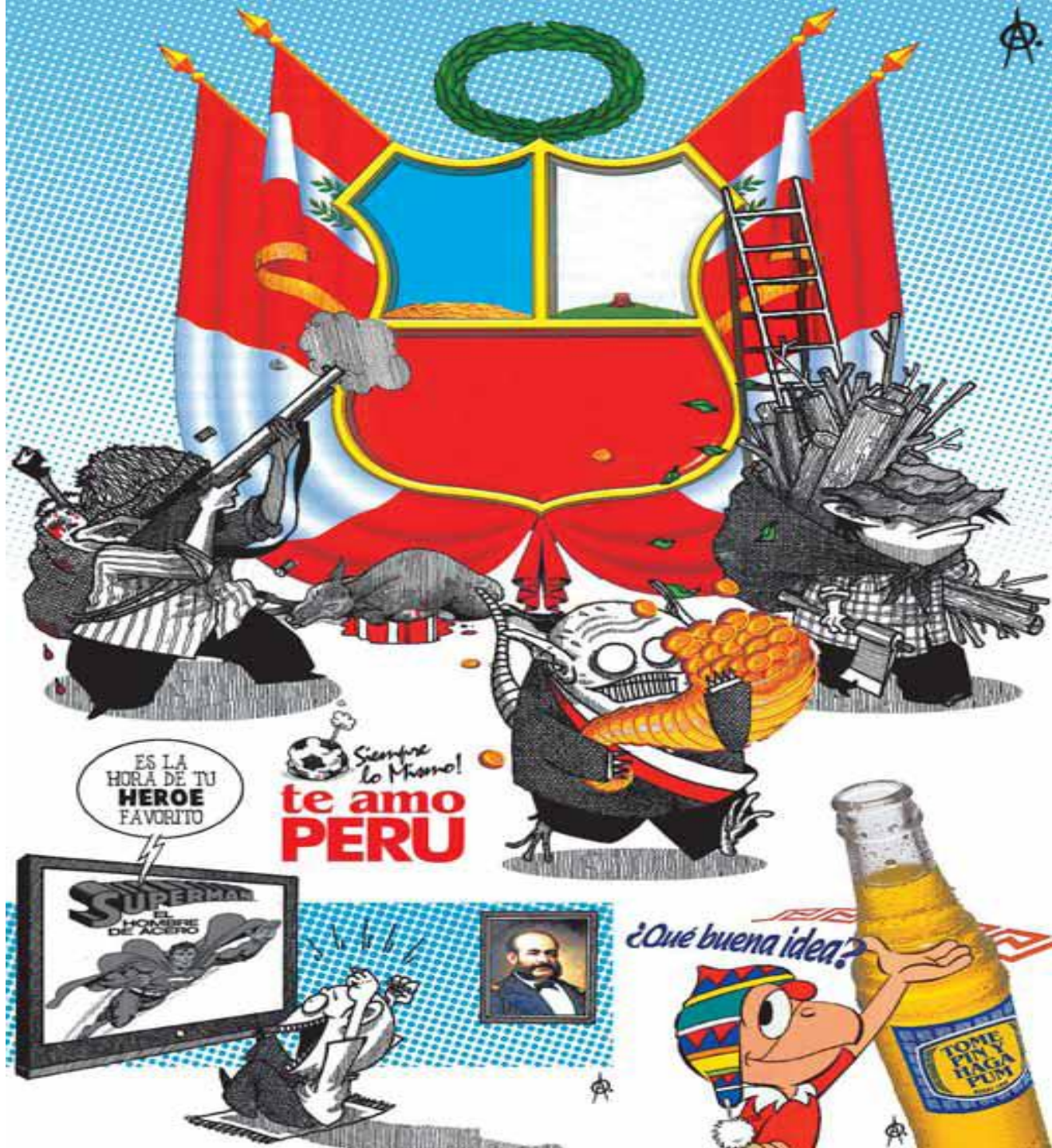
**Significado
conativo:**



Significado
denotativo:

Significado
connotativo:

Significado
conativo:



Análisis de textos publicitarios

FORMA

- 1) **Producto**
- 2) **Detalle**
- 3) **Beneficio**

CONTENIDO

- 1) **Necesidad**
- 2) **Recursos técnicos**
- 3) **Mensajes subliminales**



Tu OJO derecho GRATIS

para GMO por tu membresía y la
reparación de tu ojo derecho!

GMO
Óptica



Abriguemos al Perú

Deja tus donaciones
de ropa limpia y
en buen estado,
víveres no
perecibles y
medicamentos en las
puertas de entrada
de la universidad

APOYAN:

FEPUC, Centros Federados de Estudios Generales Letras, Sociales, Derecho, Centro de Estudiantes de Gestión y Alta Dirección, Centro de Estudiantes de Psicología y Asociación de Estudiantes de Ingeniería de Minas

DIRECCIÓN
ACADÉMICA DE
RESPONSABILIDAD
SOCIAL



PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DEL PERÚ

¿TODO EL DÍA SENTADO

PEOR QUE HOMERO?



¡ ES HORA DE CAMBIAR !

“Deporte y Salud”

jueves 16:00 hrs

Radio Universidad de La Frontera

89.3 FM



programadeporteyasalud@gmail.com

<http://deporteyasalud.bligoo.com/>



El afiche tiene doble intención; relaciona adecuadamente:

A: Intención directa

B: Intención indirecta

I. Oír una emisora

II. Escuchar un programa radial

III. Practicar deporte

IV. Persuadir para evitar el consumo de alcohol

V. Realizar una caminata

VI. Practicar deporte para tener más salud

VII. Dejar la vida sedentaria

VIII. Incentivar al cambio de hábitos

a) A I – B VIII

b) A II – B VII

c) A III – B IV

d) A VI – B V

¿TODO EL DÍA SENTADO
PEOR QUE HOMERO?

¡ ES HORA DE CAMBIAR !

“Deporte y Salud”
jueves 16:00 hrs
Radio Universidad de La Frontera
89.3 FM

programadeporteysalud@gmail.com
http://deporteysalud.bligoo.com/



fin de semana en casa
seamos solidarios.
todos contra la gripe

NO VAYAS A NINGÚN LADO
quedate en casa

¿Qué se asume sobre el tipo de gripe aludido en el afiche?

- a) Es una enfermedad que se contagia rápidamente en lugares abiertos y/o masivos.
- b) Es una plaga que está llevando a la muerte a las personas de un país.
- c) Es un virus mortal que ha ocasionado una pandemia en Perú.
- d) Se trata de la gripe mortal que ataca a los jóvenes.

La expresión **SOLIDARIOS** en el texto significa:

- a) Personas que colaboran con su prójimo.
- b) Seres conscientes que no contribuyen a que se difunda un mal.
- c) Personajes filántropos.
- d) Sujetos que colaboran en temporadas de invierno.



fin de semana en casa
seamos solidarios.
todos contra la gripe
NO VAYAS A NINGÚN LADO
quedate en casa

Tu les enseñas
que los matas



Identifica el objetivo del afiche:

- a) Incentivar a los padres de familia para que no fumen en casa.
- b) Promover una cultura antitabaco entre los jóvenes.
- c) Hacer reflexionar sobre la importancia del ejemplo de los padres hacia los hijos.
- d) Aconsejar que no se debe fumar durante el embarazo y la niñez de sus hijos.

INFOGRAFÍA

- Voces griegas: INFO (información suministrada) y GRAFÍA (escritura).
- Explica información compleja, muy complicada de mostrar a través del texto escrito.
- Prima la veracidad, exactitud. Claridad y rapidez.

TÍTULO

PARA EL VIAJERO GOURMET

BAJADA

Se ofrecerá paquetes culinarios clasificados en tres etapas: prehispánica, colonial y contemporánea. También se buscará captar al turista cultural que esté de paso por Lima y al turista de negocios.

Información sumarial



Perú

Producto: Gourmet Expeditions

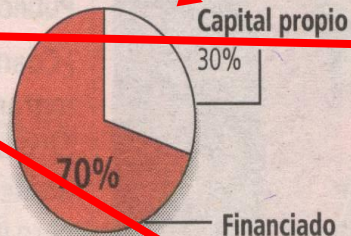
Inversión inicial del proyecto:

US\$ 25.000

80% en marketing y publicidad

Tiempo de recuperación: 34 meses

División del capital



Capital propio

30%

Financiado

Información visual

Formas para atraer el mercado

- Agencias de viajes locales
- Restaurantes locales
- Hoteles
- Base de datos con peruanos en el extranjero
- Página web

Características del paquete

COSTO

Para 10 personas:
US\$400



Paquete mínimo de 3 personas



FUENTE

Perfil del turista

- Turista cultural de más de 28 años
- Turista de negocios



Tres paquetes turístico-temáticos

Etap
prehispánica

Etap
colonial

Etap
contemporánea

Fuente: Gourmet Expeditions

EL COMERCIO

CRÉDITO

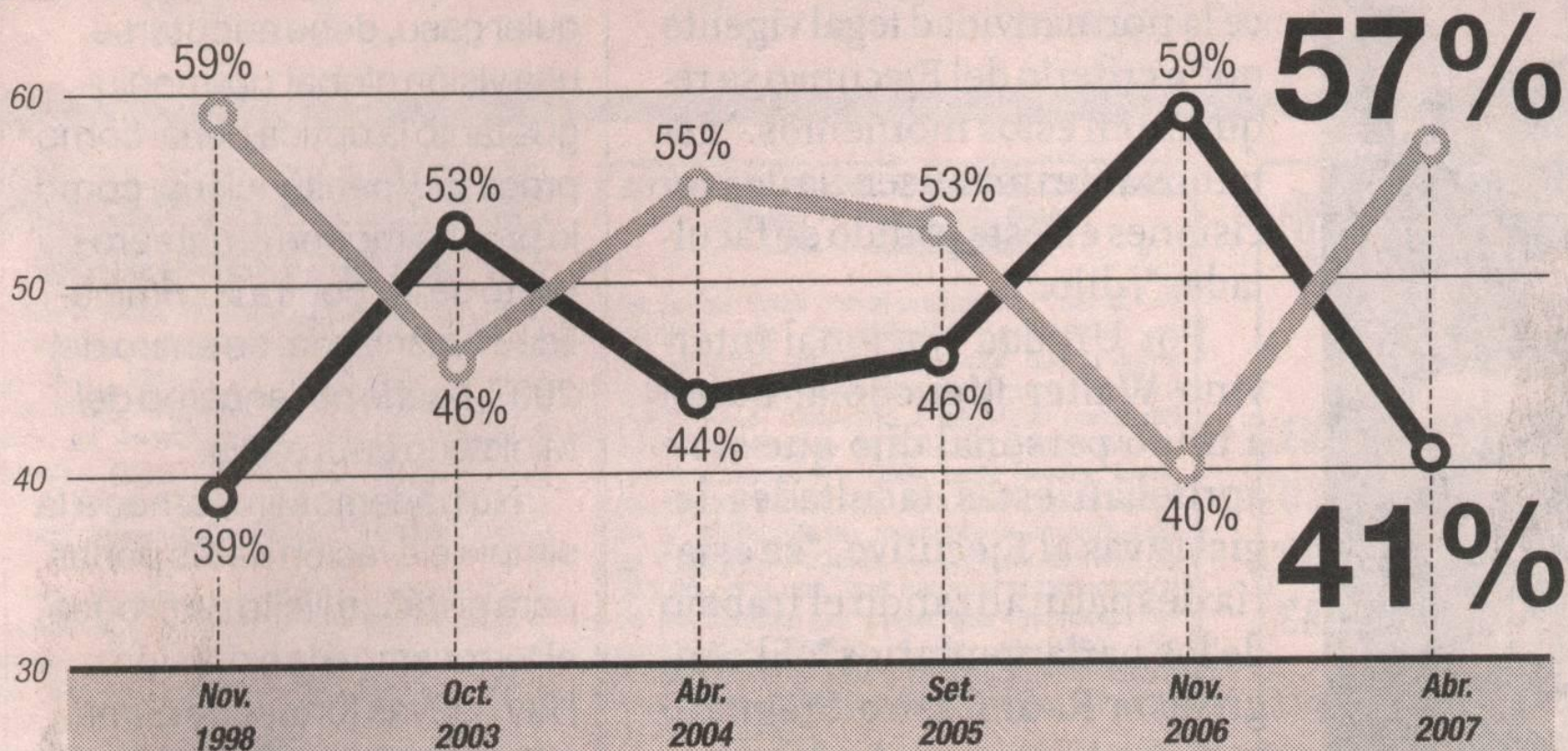
GRÁFICO

* Fiebre

LA SEGURIDAD AYER Y HOY

○—○ Seguro ●—● Inseguro

¿Usted en su casa se siente seguro o inseguro?



GRÁFICO

* Barra

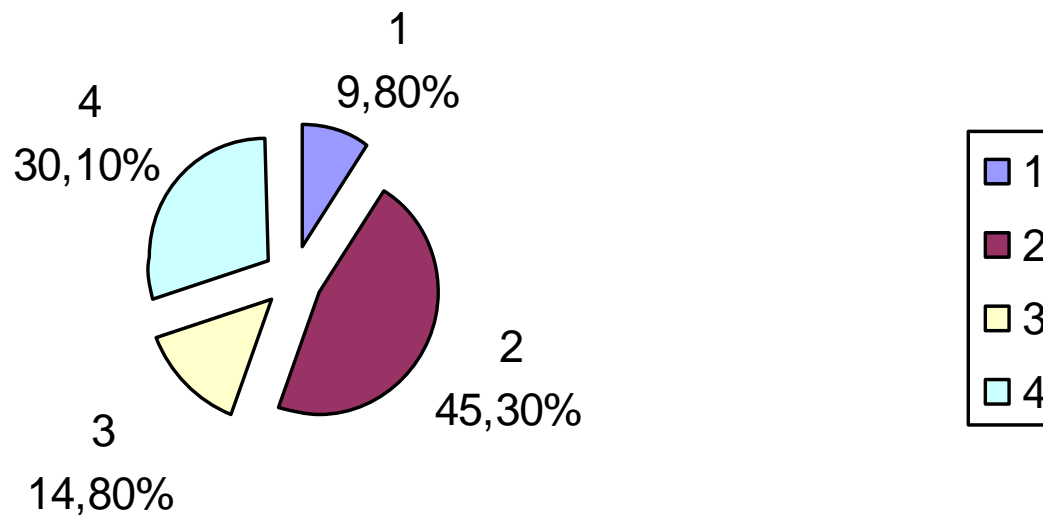
¿Con cuál de las siguientes palabras asocia usted la Semana Santa?



GRÁFICO

* Torta

EVALUACION NACIONAL DE RENDIMIENTO ESTUDIANTIL 2004



UMC - MINEDU

TABLA

¿Cuál cree que es el principal tipo de violencia que existe en la ciudad de Lima actualmente?

(Respuesta asistida)



Violencia juvenil (pandillas, barras bravas, etc.)

45%

Delincuencia común (robos, hurtos, etc)

32%

Delincuencia organizada (secuestros, asaltos con armas de fuego, etc.)

18%

Terrorismo

2%

Violencia por parte de la policía o FF.AA .

0%

Otro

2%

No precisa

1%

MAPA

UBICACIÓN



Los restos de este templo se encuentran en una zona de **importantes complejos** arqueológicos, en donde se realizan valiosos descubrimientos e investigaciones.

LOS TEMPLOS DE VENTARRÓN EN EL VALLE DE LAMBAYEQUE



DIAGRAMA

PARA EL VIAJERO GOURMET

Se ofrecerá paquetes culinarios clasificados en tres etapas: prehispánica, colonial y contemporánea. También se buscará captar al turista cultural que esté de paso por Lima y al turista de negocios.



Perú

Producto: Gourmet Expeditions

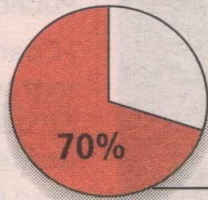
Inversión inicial del proyecto:

US\$ 25.000

80% en márketing y publicidad

Tiempo de recuperación: 34 meses

División del capital



Capital propio

30%

70%

Financiado



Perfil del turista

- Turista cultural de más de 28 años
- Turista de negocios

Formas para atraer el mercado

- Agencias de viajes locales
- Restaurantes locales
- Hoteles
- Base de datos con peruanos en el extranjero
- Página web

Lugar: Lima

Duración: 5 horas

Características del paquete

COSTO

Para 10 personas:
US\$400



Paquete mínimo de 3 personas



Tres paquetes turístico-temáticos ▶

Etapa
prehispánica

Etapa
colonial

Etapa
contemporánea