|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | **FICHA TÉCNICA DE CONSTRUCCIÓN DEL ÍTEM** | | |
| **No. Ítem**: 1 | | |
| **DATOS DEL ÍTEM** | | | **DATOS DEL AUTOR** | |
| **Programa académico:**  Lenguas Modernas | | | **Nombre autor**:  Autor | |
| **Modalidad:**  Virtual | | | **Email institucional autor:**  Autor@universidadean.edu.co | |
| **Prueba:**  Competencias Comunicativas | | | **Fecha de cargue en plataforma**: | |
| **Resultado de aprendizaje:** | | |
| **ÍTEM: COMPETENCIA ESPECÍFICA, CONTEXTO, ENUNCIADO Y OPCIONES DE RESPUESTA** | | | | |
| **Competencia específica o criterio de evaluación asociado:**  Domina el uso de las diferentes figuras gramaticales del español como lengua materna. | | | | |
| **CONTEXTO - Caso - situación problémica**:  En una agencia de publicidad, le han encargado al corrector de estilo realizar la revisión de uno de los textos que será publicado como slogan de la nueva campaña de una bebida gaseosa.  El slogan es el siguiente:  *“Sweet Bubbles ahí que probarla para poder juzgarla”*  Tan pronto como el corrector revisa el slogan se da cuenta de que existe un error en la escritura. | | | | |
| **ENUNCIADO**:  ¿Cuál es el error que identifica el corrector de estilo? | | | | |
| **OPCIONES DE RESPUESTA:**   1. Sweet. 2. Probarla. 3. Ahí. 4. Juzgarla. | | | | |
|
|
| **JUSTIFICACIÓN DE OPCIONES DE RESPUESTA** | | | | |
| Por qué NO es a: porque, aunque la palabra en inglés podría generar dificultad en la pronunciación en el español, forma parte del nombre del producto, por lo que no representa un error. | | | | |
| Por qué NO es b: porque el verbo está conjugado adecuadamente y presenta la debida concordancia de género con el objeto de la frase. | | | | |
| Por qué NO es d: porque el segundo verbo se conjuga de la forma adecuada para el contexto y sigue manteniendo la concordancia de género con el objeto principal de la frase. | | | | |
| **CLAVE Y JUSTIFICACIÓN:** la clave es la c. puesto que la intención del slogan se refiere al verbo haber, pero la palabra utilizada “ahí” hace referencia a un adverbio de lugar, lo que hace que el slogan no tenga sentido. | | | | |
| **DATOS DE VALIDACIÓN** | | | | |
| **Nombre del validador**  Validador de ítems | **Correo del validador**  Validador@universidadean.edu.co | | | **Fecha de validación**  31/12/20XX |