PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. Identificación de la guía de aprendizaje

- **Denominación del programa de formación:** *Marketing* digital para el sistema moda
- **Código del programa de formación:** 135329
- **Nombre del proyecto:** Desarrollo de la estrategia de *marketing* digital para la promoción y comercialización de productos de moda, siguiendo las tendencias del mercado.
- **Fase del proyecto:** Ejecución
- **Actividad de proyecto:** Implementar las técnicas y procedimientos establecidos por la organización al tener interacción con los clientes, respondiendo a sus solicitudes y mejorando su experiencia con el producto y la empresa, basados en criterios de sostenibilidad, sustentabilidad ética y normativa vigente.
- **Competencias:**
  - 260101055 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal.
  - 210601020 - Atender clientes de acuerdo con procedimiento de servicio y normativa.
  - 291501019 - Definir alternativas de diseño, según necesidades del cliente y condiciones de la empresa.
  - 220601501 - Aplicar prácticas de protección ambiental, seguridad y salud en el trabajo de acuerdo con las políticas organizacionales y la normatividad vigente.
  - 230101507 - Generar hábitos saludables de vida mediante la aplicación de programas de actividad física en los contextos productivos y sociales.
  - 240202501 - Interactuar en lengua inglesa de forma oral y escrita dentro de contextos sociales y laborales según los criterios establecidos por el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas.
- **Resultados de aprendizaje**:

  Técnicos:
  - 260101055-03 - Ejecutar las propuestas que el equipo de mercadeo requiere, de acuerdo con el plan de *marketing* digital definido por la organización.
  - 210601020-02 - Establecer relaciones con los clientes potenciales de acuerdo con las necesidades de la estrategia digital.
  - 210601020-03 - Interactuar con los clientes, por medio de redes sociales, de acuerdo con la estrategia digital.
  - 291501019-03 - Adaptar piezas comunicacionales digitales, de acuerdo con la estrategia de mercadeo.

  Transversal-Medio ambiente, salud y seguridad en el trabajo:

- 220601501-01 - Interpretar los problemas ambientales y de SST teniendo en cuenta los planes y programas establecidos por la organización y el entorno social.
- 220601501-02 - Efectuar las acciones para la prevención y control de la problemática ambiental y de SST, teniendo en cuenta los procedimientos establecidos por la organización.
- 220601501-03 - Verificar las condiciones ambientales y de SST acorde con los lineamientos establecidos para el área de desempeño laboral.
- 220601501-04 - Reportar las condiciones y actos que afecten la protección del medio ambiente y la SST, de acuerdo con los lineamientos establecidos en el contexto organizacional y social.

Transversal-Actividad física y hábitos de vida saludable:

- 230101507-01 - Desarrollar habilidades psicomotrices en el contexto productivo y social.
- 230101507-02 - Practicar hábitos saludables mediante la aplicación de fundamentos de nutrición e higiene.
- 230101507-03 - Ejecutar actividades de acondicionamiento físico orientadas hacia el mejoramiento de la condición física en los contextos productivo y social.
- 230101507-04 - Implementar un plan de ergonomía y pausas activas según las características de la función productiva.

Clave- Inglés:

- 240202501-01 - Comprender información básica oral y escrita en inglés acerca de sí mismo, de las personas y de su contexto inmediato en realidades presentes e historias de vida.
- 240202501-02 - Describir a nivel básico, de forma oral y escrita en inglés personas, situaciones y lugares de acuerdo con sus costumbres y experiencias de vida.

- **Duración de la guía**: Técnico: 288 horas + Transversales: 96 horas + Clave: 96 horas= 480 horas.

2. Presentación

Con la intención de orientarlo en el desarrollo de conocimientos, habilidades y actitudes se presenta esta guía de aprendizaje. Aquí encontrará acciones que lo direccionarán a las estrategias de mercadeo digital, servicio al cliente, definición de productos de moda, salud y bienestar en el trabajo, actividad física y la lengua inglesa. Todas estas temáticas conforman una experiencia de aprendizaje que está en el marco de la fase de ejecución del proyecto de formación.

Por lo anterior, se espera que encuentre en este proceso de aprendizaje una oportunidad para fortalecer su proyecto de vida y articular todos los conocimientos, habilidades y actitudes que ha desarrollado para solucionar las situaciones que se presentan en las actividades. Recuerde que está participando en un ambiente virtual de aprendizaje en el que puede sumarse a una comunidad para aprender a aprender.

¡Bienvenido!

3. Formulación de las actividades de aprendizaje

A continuación, encontrará un conjunto de actividades de aprendizaje de acuerdo con las competencias y resultados de aprendizaje señalados anteriormente. Se sugiere que lea con atención las indicaciones que se le darán para que pueda actuar a favor de su aprendizaje.

La presente guía tiene un tiempo de duración de 480 horas, y se desarrollará durante 12 semanas, en las que estará acompañado por un instructor que le trazará una ruta de aprendizaje, en caso tal de alguna inquietud utilice los canales de comunicación de la plataforma. En la siguiente tabla se representa un calendario de trabajo, así:

Semanas / Competencia	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Semana 8	Semana 9	Semana 10	Semana 11	Semana 12
260101055	Campaña de Marketing GA3-260101055-AA1-EV01 Informe de Graficas de Analítica Digital GA3-260101055-AA1-EV02											
Horas por semana	40	40	16									
210601020			Informe "Base de Datos de Clientes" GA3-210601020-AA2-EV01 Protocolo de Atención y Fidelización de Cliente GA3-210601020-AA2-EV02 Video "Servicio al Cliente" GA3-210601020-AA2-EV03									
Horas por semana			24	40	32							
291501019					Video "Branding de Marca" GA3-291501019-AA3-EV01 Infografía Identidad de Marca en redes sociales GA3-291501019-AA3-EV02 Presentación-Contenidos Digitales GA3-291501019-AA3-EV03 Video Tutorial GA3-291501019-AA3-EV04							
Horas por semana					8	40	40	8				
220601501								Cuestionario GA3-220601501-AA1-EV01	Presentación sobre esresentación sobre estrategias (ATEL) GA3-220601501-AA2-EV02	Mapa Mental GA3-220601501-AA3-EV03	Video expositivo GA3-220601501-AA4-EV04	
Horas por semana								12	12	12	12	
230101507								Foro temático GA3-230101507-AA1-EV01	Infografía GA3-230101507-AA2-EV02	Ficha antropométrica GA3-230101507-AA3-EV3	Folleto de lesiones GA3 -230101507-AA4-EV4	
Horas por semana								12	12	12	12	
240202501								Cuestionario GA3-240202501-AA1-EV01 Video presentación GA3-240202501-AA1-EV02 Folleto GA3-240202501-AA2-EV01			Cuestionario GA3-240202501-AA3-EV01 Video entrevista virtual GA3-240202501-AA3-EV02 Crónica GA3-240202501-AA4-EV01	
Horas por semana								8	16	16	16	40
Horas total semana	**40**	**40**	**40**	**40**	**40**	**40**	**40**	**40**	**40**	**40**	**40**	**40**

3.1. Actividades de la competencia Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal (260101055).

3.1.1. Actividad de aprendizaje GA3-260101055-AA1. Ejecutar las propuestas que el equipo de mercadeo requiere para promocionar los productos de una empresa del sector moda de acuerdo con el plan de marketing digital definido por la organización.

Las campañas de las empresas recurren de forma estratégica a temas de interés social para tener mejor reconocimiento público. Un tema que se muestra como tendencia es el medio ambiente y esto es un ADN de una marca. En este sentido, se espera que pueda identificar a lo largo de esta actividad los temas de interés de un público en relación con una marca y así proponer una campaña.

Duración: 96 horas.

Materiales de formación: para el desarrollo de esta actividad es importante la lectura y análisis del componente formativo *Marketing* digital.

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforman la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA3-260101055-AA1-EV01. Campaña de *marketing***

El *marketing* digital posee diversas herramientas para llevar a cabo el plan propuesto según los objetivos establecidos por una marca en el entorno digital. Entre las herramientas se encuentra un sitio web, un *blog*, un *e-mail marketing*, un *social media*, el posicionamiento en motores de búsqueda o la publicidad *online*. A partir de estas herramientas se define una ruta de navegación para lograr los resultados propuestos según la finalidad deseada.

Por ello, es importante llevar a cabo un plan de *marketing* digital, que es el plan de ruta para la consecución de una meta determinada, lo que permite un enfoque más preciso en la centralización de todos los esfuerzos por un único objetivo y fomenta la creatividad en la búsqueda de los mejores mecanismos para su desarrollo. Seguido a esto es posible desarrollar una campaña de *marketing* digital, la cual se podría catalogar como la puesta en marcha de todo lo propuesto en la estrategia determinada y el plan.

Por lo anterior, se sugiere consultar en el componente de formación los pasos para realizar un plan de *marketing* digital, el cual será el insumo para el desarrollo de una campaña de *marketing* digital.

Ahora, es momento de dedicar un tiempo al desarrollo de la evidencia esperada:

1. El instructor elegirá una marca del sector moda para cada aprendiz, a partir de esta, cada uno debe planear una campaña de *marketing* digital para dicha marca, teniendo en cuenta el caso que se presenta a continuación.

Caso

Una empresa del sector moda desea impulsar las ventas de sus productos, con la diferencia que esta vez se elaboran a base de botellas de plástico que se recogen de los mares, es decir, son creados a partir de materiales reciclados en pro del medio ambiente.

Dicha empresa ve la oportunidad de dar a conocer su marca masivamente a través del *marketing* digital, para mejorar sus ventas y ampliar su público, enfocándose en la nueva característica que posee sus productos. Además, desea mantener su personalidad fresca enfocada hacia el cuidado y conservación de la naturaleza.

Dependiendo de la marca elegida, los aprendices definirán qué productos serán promocionados teniendo en cuenta la condición establecida anteriormente.

2. Para desarrollar la campaña de *marketing* digital de la empresa anteriormente presentada se deben definir y considerar los siguientes aspectos:

- Análisis de la marca.
- Definición de los objetivos a alcanzar.

- Segmentación del público objetivo.
- ADN de la marca.
- Tipología de productos.
- Tono de comunicación.
- Estética de la marca.
- Identificación de la competencia.
- Definición de las actividades.

3. Retome los conocimientos desarrollados a través de la lectura de los temas relacionados con el plan de *marketing* digital para que los aplique en el desarrollo de la campaña de *marketing* digital.

4. Revise la siguiente información para seguir ampliando sus conocimientos, relacionados con las nuevas tendencias y la consecución de un plan de *marketing* digital.

Lea el artículo "Las tendencias digitales que trae la nueva realidad para este 2021" de la Revista P&M.	https://revistapym.com.co/digital/las-tendencias-digitales-que-trae-la-nueva-realidad-para-este-2021
Observe el video "Caracterización de audiencias", el cual expone temas que serán de su interés en el marco de un plan de *marketing* digital.	https://www.youtube.com/watch?v=G1tSS6tQLUw&ab_channel=RedProducci%C3%B3ndeContenidosGrupoGesti%C3%B3nCurricularSENA

5. Desarrolle una campaña de *marketing* digital en un PowerPoint, a partir de estas acciones:

- Alcanzar los objetivos propuestos por la marca determinada, teniendo muy claro lo que se desea obtener.
- Seguir paso a paso el plan de *marketing* digital para lograr realizar con éxito la campaña.
- Definir un estilo de comunicación y estética determinada para el desarrollo de los contenidos que se publicarán, siguiendo la consecución de la campaña de *marketing* digital.
- El tiempo de duración de la campaña será de un mes, partiendo de este dato, se definirá cuántas publicaciones se realizarán y la distribución de estas.
- Tener en cuenta todo lo mencionado anteriormente.

La campaña debe contar con los siguientes elementos:

- Definición de objetivos.
- Definición de público objetivo (edad, grupo poblacional, lugar, etc.).
- Definición de competencia directa.
- Estrategia de *marketing* digital definida.
- Medios que se utilizarán.
- KPI (Key Performance Indicator) o Indicadores Clave de Rendimiento definidos.
- Identidad y ADN de la marca.
- Estilo de comunicación.
- Presentación del *brief* del producto.
- Cronograma de actividades.

- Parrilla de programación de contenidos.
- Contenidos para publicar (imágenes, videos, fotografías, etc.).
- Textos definidos para la campaña.
- *Hashtag* definido.

6. Para la elaboración de los contenidos a publicar en la campaña de *marketing* digital se deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Definir imágenes y videos apropiados con la personalidad de la marca.
- Teniendo en cuenta el tono de comunicación de la marca definir los textos que acompañarán las publicaciones.
- Establecer un *hashtag* determinado para los textos descriptivos de las publicaciones.
- Las piezas gráficas deben mantener una estética definida de acuerdo con la personalidad de la marca.
- Las piezas deben contar una historia y mantener un hilo conductor entre ellas.
- Los mensajes de las piezas gráficas deben ser claros y coherentes.
- Las imágenes y videos deben tener una apropiada calidad y resolución para ser publicados en Facebook e Instagram (consultar las medidas vigentes para cargar estos contenidos).
- Debe haber variedad en las publicaciones.
- En la parrilla de programación se debe organizar las publicaciones, aunque estas también se deben presentar individualmente.

7. Igualmente se deben establecer los mensajes de respuesta para atender a todas las personas que interactúen con la marca en distintos escenarios, ya sea para solicitar información de los productos, presentar una queja o requerir cualquier tipo de comunicación.

8. Recuerde que debe crear una *fanpage* de Facebook y una cuenta empresarial de Instagram, en estas redes sociales publicará su campaña de *marketing* digital, que será pública y permitirá que la audiencia deseada interactúe con la marca ficticia, lo cual será el insumo más importante para trabajar más adelante el tema de analítica digital.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** campaña de *marketing* digital.
- **Formato:** Power Point convertido en PDF.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio **Campaña de Marketing. GA3-260101055-AA1-EV01.**

- **Evidencia GA3-260101055-AA1-EV02. Informe de gráficas de analítica digital**

Tenga en cuenta que un gráfico de resultados es un elemento que permite dar a conocer la información en el manejo de datos, para permitir una mayor comprensión y posterior análisis de dicha socialización.

1. Después de publicar la campaña de *marketing* digital con todos sus elementos, identifique y analice a simple vista las interacciones generadas, aumento de seguidores y conexión con el público objetivo interesado en obtener más información de los productos promocionados a partir de las características mencionadas anteriormente.

2. A partir del movimiento generado en la *fanpage* y la cuenta empresarial de Instagram es posible definir si se logró alcanzar los KPI (Key Performance Indicator) o Indicadores Clave de Rendimiento deseados, por ello, se va a identificar los de gestión y comunidad, como también los de interacción y alcance. Por lo tanto, se descargarán las estadísticas durante el tiempo que circularon los contenidos para identificar los KPI definidos anteriormente.

Para ello, diríjase a la *fanpage* o a la cuenta de Instagram y busque la opción estadísticas, allí elija el tiempo en que desea conocer dicha información y descargue los datos.

3. Con los resultados obtenidos se realizará uno o varios gráficos de resultados, con el fin de dar a conocer la información arrojada de una manera comprensible. Recuerde consultar el componente de formación para saber más sobre los gráficos que le ayudan a mostrar resultados.

4. Junto a los gráficos se redactará un informe que presente información complementaria para realizar el análisis de los resultados.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** informe de gráficas de analítica digital.
- **Formato:** PDF.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio **Informe de Gráficas de Analítica Digital. GA3-260101055-AA1-EV02.**

3.2. Actividades de la competencia Atender clientes de acuerdo con procedimiento de servicio y normativa (210601020)

3.2.1. Actividad de aprendizaje GA3-210601020-AA2. Establecer relaciones e interacción con los clientes de una empresa del sector moda, a través de las redes sociales establecidas de acuerdo con la estrategia digital.

Para llevar a cabo un adecuado servicio al cliente se hace importante trazar una ruta de trabajo que permita seguir una serie de pasos para brindar una atención adecuada, generando no solo un proceso informativo, sino una experiencia de interacción con el usuario que permite crear comunidad. No olvide que el servicio y la atención al cliente son esenciales para la conexión entre una marca y su público objetivo.

Duración: 96 horas.

Materiales de formación: para el desarrollo de esta actividad es importante la lectura y análisis del componente formativo Interacción con clientes para el proceso de ventas.

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforman la actividad de aprendizaje.

- **Evidencia GA3-210601020-AA2-EV01. Informe base de datos de clientes**

Una base de datos es una herramienta que permite almacenar información perteneciente a un mismo contexto, que posteriormente facilitará el registro y control de dicha información contenida en un programa del entorno digital.

Las bases de datos permiten mantener una organización adecuada en cuanto a la información obtenida de los clientes por diversos medios, lo que será un insumo muy importante para generar interacción con el público objetivo. Para ampliar esta información e identificar los tipos de bases se sugiere leer el texto "Tipos de base de datos: descúbrelos y optimiza tu estrategia de *marketing*" del blog Rock Content (https://rockcontent.com/es/blog/tipos-de-base-de-datos/).

1. A partir de la lectura sugerida anteriormente, en la que se identifica los tipos de bases de datos existentes, analice cuáles son las que mejor se ajustan a la campaña de *marketing* digital realizada.

2. Realice un registro organizado de toda la información que llega de las redes sociales o sitios web; pero, primero, defina qué tipo de datos desea recolectar para lograr los objetivos propuestos en la campaña de *marketing* digital y que permitan una interacción efectiva con los clientes.

Algunos aspectos a considerar son:

- Recepción de PQRS.
- Solicitud de información.
- Proceso de ventas.
- Entrega de información a clientes.
- Mensajes de felicitación o reconocimiento.
- Reacciones ante las publicaciones realizadas.

3. Después de organizar toda la información y desarrollar los puntos anteriores, adjunte un informe en el que explique el manejo que le dará a cada aspecto según la información recolectada en el registro. Este informe debe incluir como anexo la base de datos.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** informe "base de datos de clientes".
- **Formato:** PDF.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio **Informe "Base de Datos de Clientes". GA3-210601020-AA2-EV01.**

- **Evidencia GA3-210601020-AA2-EV02. Protocolo de atención y fidelización de clientes**

Para la presente evidencia inicialmente debe leer el texto "Empatía: reinventando la experiencia del cliente" tomado del portal web de CNN (para más información explorar este enlace: https://sponsorcontent.cnn.com/int/ibm/empatia-reinventando-la-experiencia-del-cliente/).

Seguidamente, observe el video "Servicio al cliente" de la Red Producción de Contenidos Grupo Gestión Curricular SENA en: https://www.youtube.com/watch?v=agUOW9EFonk&ab_channel=RedProducci%C3%B3ndeContenidosGrupoGesti%C3%B3nCurricularSENARedProducci%C3%B3ndeContenidosGrupoGesti%C3%B3nCurricularSENA

Luego, realice las siguientes acciones para desarrollar la evidencia:

1. Conforme un equipo de trabajo, ya sea sugerido por el instructor o por su iniciativa y, seleccione una marca del sector moda a nivel internacional para realizar una pequeña investigación en la que interactúen con dicha marca y sea posible identificar los siguientes elementos:

- Medios de comunicación utilizados para llevar a cabo un adecuado servicio y atención al cliente.
- Tono de comunicación.
- Inmediatez.
- Nivel de información.
- Manejo de PQRS.
- Calidad del servicio.
- Tiempo de respuesta.
- Canales de venta.
- *E-commerce.*
- Estrategias de venta y fidelización de clientes.
- CRM.

2. A partir de los elementos investigados anteriormente, detallen la experiencia percibida al interactuar con la marca y esta será redactada en un documento, en el cual especifiquen y analicen cada uno de los elementos determinantes en la estrategia que utiliza la empresa seleccionada, observando aspectos positivos, negativos y especificando si generan un proceso de fidelización de clientes.

3. Considerando la información descrita anteriormente, a partir de un análisis concienzudo y teniendo presente los aspectos positivos, como los que se deben mejorar, entre el grupo definirán aquellos parámetros y contenidos que debe tener un protocolo de atención y fidelización de clientes para empresas del sector moda.

Para la redacción de este documento deben tener en cuenta:

- El orden de la información contenida en el protocolo.
- Claridad en la información.
- Dimensiones de la atención y fidelización de clientes.
- Tiempos de respuesta.
- Tipo de comunicación utilizada.
- Apoyo de gráficos.
- Puntualizar manejo de crisis.
- Canales de comunicación.
- Tono de comunicación.

4. Igualmente, deben especificar la experiencia en la investigación previa, explicando el porqué de su decisión en cuanto a la construcción del protocolo de atención y fidelización de clientes.

Nota. Deben relacionar la información en un documento que adjuntarán para evidencia del desarrollo del punto 2 y 3.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** protocolo de atención y fidelización de clientes.
- **Formato:** PDF.

- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio **Protocolo de Atención y Fidelización de Clientes**. **GA3-210601020-AA2-EV02.**

- **Evidencia GA3-210601020-AA2-EV03. Video "Servicio al cliente"**

Un video es una herramienta audiovisual que permite dar a conocer un elemento o proceso con el uso de imágenes y sonido, con la capacidad de ser compartido.

1. Reúnase con un compañero del programa para una simulación de roles enfocada al servicio al cliente desarrollado en una marca de moda. Uno de los aprendices será la persona encargada de manejar una red social de la marca y el otro compañero será el usuario interesado en adquirir un producto de la marca. Esta conversación debe estar orientada a la información del producto, el precio, los métodos de pago y envío, además de la calidad del producto, teniendo en cuenta las necesidades del comprador y la preocupación por su bienestar.

En el video se deben incluir tres escenarios:

- La solución a una queja de un cliente problemático.
- El proceso de venta del producto.
- La entrega de información a una persona que conoce la marca por primera vez y está interesada en ella.

2. Graben la simulación desarrollada según las orientaciones del punto anterior, este audiovisual debe incluir elementos gráficos o audiovisuales que apoyen y soporten la conversación. El contexto se ubicará en el servicio al cliente en redes sociales para la empresa del sector moda con la que trabajan.

3. Finalmente, la última escena del video debe responder las siguientes preguntas:

- ¿Qué aprendieron de la experiencia de roles?
- ¿Qué elementos se deben fomentar en el servicio al cliente?

4. Seleccionen un dispositivo de su preferencia para grabarlo. El video no puede ser superior a cinco minutos.

5. Editen el video a partir de una de estas herramientas, sigan los tutoriales.

Herramienta 1. Programa de edición Adobe Premier Pro • https://www.youtube.com/watch?v=YQcx6OfRGGA
Herramienta 2. Aplicación Inshot Video Editor • https://www.youtube.com/watch?v=iJjXVLIq6m4&ab_channel=DesdeelMovil
Herramienta 3. Aplicación Filmora Go • https://www.youtube.com/watch?v=lRAtRs-V4KI&ab_channel=MovilZona

Herramienta 4. Aplicación VN

- https://www.youtube.com/watch?v=DS7EFu1X0ZI&ab_channel=EduardGonzalez

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** video "Servicio al cliente"**.**
- **Formato:** MP4.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio **Video "Servicio al Cliente". GA3-210601020-AA2-EV03.**

3.3. Actividades de la competencia Definir alternativas de diseño, según necesidades del cliente y condiciones de la empresa (291501019)

3.3.1. Actividad de aprendizaje GA3-291501019-AA3. Definir la adaptación de los contenidos digitales de acuerdo con la estrategia de mercadeo.

La información obtenida a partir de elementos gráficos y audiovisuales que se transmiten a través de los entornos digitales permite definir un estilo de comunicación seguido de una determinada personalidad de marca, con lo que se quiere transmitir determinada información hacia un público objetivo. Para ello, es importante que los aprendices manejen los elementos gráficos para saber entender una imagen y cómo transmitir el mensaje definido por la estrategia de mercadeo. De esta manera, se realizará una exploración básica de dichos elementos visuales y su adaptación a distintas plataformas.

Duración: 96 horas.

Materiales de formación: para el desarrollo de esta actividad es importante la lectura y análisis del componente formativo Comunicación gráfica.

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforman la actividad de aprendizaje.

- **Evidencia GA3-291501019-AA3-EV01: Video *branding* de marca**

El *branding* es la construcción de la identidad de una marca para ser diferenciada entre las demás.

Una marca es una identificación, pero es mucho más que un logo, es la identidad simbólica de un producto, servicio o empresa. Debe estar compuesta por elementos narrativos y gráficos articulados entre sí, mezcla de valores culturales, psicológicos intangibles que generan vínculos emocionales, es decir, es definir la personalidad de la marca.

1. Teniendo en cuenta lo anterior responda individualmente las siguientes preguntas, las cuales le ayudarán a desarrollar e identificar el *branding* de una marca independiente del sector moda de carácter nacional, en el contexto de su proyecto formativo.

- ¿Cuál es el concepto de la marca?
- ¿Qué valores y misión tiene la marca?
- ¿Qué territorios geográficos abarca?

- ¿Qué imagen proyecta?
- ¿Qué elementos diferenciadores tiene la marca, como insumos, materiales, etc.?

2. Explore de manera individual los siguientes elementos:

- Cinco logos de empresas o marcas internacionales. Realizar un *ranking* del que consideran al menos el mejor de los logos analizados y el porqué de su decisión.
- Investigación de la misión, visión y valores de cinco empresas o marcas. Realizar un *ranking* de las mejores de las misiones, visiones y valores analizados y el porqué de su decisión.
- Analizar la creación de tres marcas del sector moda a nivel internacional, a partir de su identidad o ADN definidos.
- Canales y medios de promoción de las marcas relacionados con su identidad.

3. Ahora, debe planear una exposición del *branding* de la marca independiente del sector moda analizada, para ello se tendrán en cuenta los siguientes elementos:

- Identidad visual.
- Tono de comunicación.
- Tipo de mercado genérico.
- Personalidad.
- Nombre y eslogan.
- Definición del producto.
- Definición del perfil de usuario (comprador/consumidor).
- Estrategias de comunicación digital de la empresa.
- Canales de promoción.
- Consumidor definido.
- Público al que se dirige.
- Definición de la competencia.

4. Grabe un video que contenga la exposición de su *branding.* Utilice un Power Point acompañado de elementos gráficos, imágenes y productos audiovisuales que soporten la información presentada, con el fin de lograr que el público conozca dichas marcas y se familiarice con ellas, entendiendo su identidad y razón de ser.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** video "*branding* de marca".
- **Formato:** PDF.
- **Extensión:** libre.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio **Video "Branding de marca". GA3-291501019-AA3-EV01.**

- **Evidencia GA3-291501019-AA3-EV02. Infografía identidad de marca en redes sociales**

Una infografía es un elemento visual, con la capacidad de dar a conocer una información con el apoyo de texto y gráficos que permitan transmitir un mensaje claro que genere interés.

Antes de empezar recuerde:

La publicidad digital se configura como una base importante dentro del *marketing* digital y esta se define como la difusión de información y publicación de contenidos a través de medios virtuales. Con el tiempo, ha obtenido mayor fuerza por sus múltiples beneficios y alcance global.

En este sentido realice los siguientes puntos:

1. Desarrolle una lluvia de ideas, a través de la cual se socializarán los conceptos que aparecen abajo, en torno a dos preguntas orientadoras: ¿qué significan?, ¿cómo se asocian en la vida real?

- Publicidad digital.
- Técnicas y tipologías.
- Ventajas y desventajas.
- Estrategias.
- Tendencias.
- Medios virtuales.

2. Explore las siguientes redes sociales: Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, Pinterest o TikTok. Este ejercicio lo debe ejecutar pensando en la funcionalidad, practicidad y estética de cada red. Igualmente analice la paleta de colores, la distribución y tipos de contenidos que publica, la calidad de imágenes, etc.

3. A partir de la anterior exploración elija tres marcas del sector moda, una regional, una nacional y una internacional, en las que identifique en su *feed* de Instagram, los elementos compositivos de sus publicaciones. Para realizar esto se debe desarrollar una investigación previa acerca de la comunicación de marca de cada empresa, en la que se incluya *storytelling, branding, naming,* logo, isotipo, imagotipo, imagen corporativa, colores corporativos, *brief* de marca y manual de identidad corporativa.

4. Con la información encontrada de las marcas elegidas, planee y construya una infografía en la que se exponga la identidad de cada una a partir de la información encontrada, esta se debe apoyar por gráficos, fotografía y elementos que permitan identificar claramente los elementos trabajados a partir de la comunicación de marca.

Para apoyar la actividad se sugiere explorar los siguientes recursos educativos externos:

Texto “El ADN de marca: qué es y cómo construirlo”. https://bigsurbranding.com/el-adn-de-marca#:~:text=El%20ADN%20viene%20a%20ser,propuesta%20%C3%BAnica%2C%20personalidad%2C%20filosof%C3%ADa.

Video “Planos y ángulos” de la Red Producción de Contenidos Grupo Gestión Curricular SENA. https://www.youtube.com/watch?v=MG7pkow8_q8&ab_channel=RedProducci%C3%B3ndeContenidosGrupoGesti%C3%B3nCurricularSENARedProducci%C3%B3ndeContenidosGrupoGesti%C3%B3nCurricularSENA

5. Utilice las siguientes herramientas digitales para crear la infografía:

Herramienta 1. Canva

- https://www.canva.com/es_419/
- https://www.youtube.com/watch?v=8cCmptS26Kc&ab_channel=TheFigCoenEspa%C3%B1ol

Herramienta 2. Easel.ly

- https://www.easel.ly/
- https://www.youtube.com/user/CISEESPOL?app=desktop

Herramienta 3. Infogram

- https://infogram.com/es/
- https://www.youtube.com/watch?v=VLMfNl5a8No&ab_channel=TaniaKarinaPonceTorca

Herramienta 4. Programa Adobe Illustrator

- https://www.youtube.com/watch?v=nj_z7GbusGs&ab_channel=EscuelaMarketingandWeb

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** infografía identidad de marca en redes sociales.
- **Formato:** PDF y JPG.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio **Infografía identidad de marca en redes sociales. GA3-291501019-AA3-EV02.**

- **Evidencia GA3-291501019-AA3-EV03. Presentación-contenidos digitales**

Los contenidos digitales constituyen todos aquellos elementos que son posible publicar en entornos digitales, especialmente en redes sociales. De esta forma, también se denominan publicaciones y dependiendo de la plataforma pueden ser imágenes, videos, fotografías, pódcast, audios, textos, entre otros. Estos contenidos permiten entregar un mensaje a través de sus elementos compositivos y comunicacionales ubicados en un contexto determinado.

1. Conforme un equipo de trabajo según las orientaciones del instructor. Luego, seleccionen una empresa del sector de la moda a nivel local, nacional e internacional.

2. Realicen una exploración de cada marca y con ello organicen una presentación sobre los contenidos digitales que promocionan las marcas seleccionadas. Todo ello relacionado con los productos y los entornos digitales donde lo hacen.

3. Seleccionen un producto de moda de cada una de las marcas analizadas, con el cual deben planear y diseñar una campaña dirigida hacia el cuidado del medio ambiente. El canal para promocionarla será una red social. Deben pensar y divulgar mínimo tres publicaciones, en las que se destaque un producto insignia de dicha marca y la campaña enfocada al cuidado del medio ambiente. Además, incluir fotografías, piezas gráficas, videos, historias, etc., es decir, todo tipo de contenidos que permitan promocionar el producto teniendo en cuenta la investigación previa, la campaña asignada y el estilo de comunicación establecido por la marca.

4. Publiquen el contenido en las redes sociales, el cual debe contar con el elemento visual junto a su respectivo texto publicitario y *hashtag*. Es importante que identifiquen el estilo de comunicación adoptado por cada marca elegida y la personalidad definida.

5. Tomen un pantallazo de estas publicaciones y construyan una presentación en Power Point o una herramienta de su preferencia para enviarla como evidencia.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** presentación-contenidos digitales.
- **Formato:** PDF.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio **Presentación-Contenidos Digitales. GA3-291501019-AA3-EV03.**

- **Evidencia GA3-291501019-AA3-EV04. Video tutorial**

Un video tutorial se constituye en una práctica herramienta audiovisual, que explica el paso a paso de un proceso, con el fin de hacer entendible la información que se desea dar a conocer con el uso de elementos visuales, gráficos y de sonido.

Recuerde que para desempeñarse en el área del *marketing* digital es importante que como aprendiz conozca sobre la producción de contenidos para las redes sociales con las que se trabajará, y por eso es indispensable tener nociones de edición de piezas gráficas y audiovisuales para resolver las situaciones que se pueden presentar en el día a día.

De acuerdo con lo anterior, acompañado por el instructor y siguiendo sus indicaciones, debe realizar lo siguiente:

1. Exploración y práctica del uso de los programas vectoriales que se adecúen para realizar piezas gráficas y audiovisuales para una campaña de *marketing* digital, que contribuya a promocionar una empresa del sector moda.

2. Seleccione una empresa del sector moda para crear contenido. Este debe tener en cuenta fotografías, imágenes, videos, textos, es decir, todos los elementos que se utilizan para realizar publicaciones, teniendo en cuenta la creatividad, el nivel de técnica y estilismo.

3. Utilice los programas vectoriales sugeridos por su instructor, que le ayuden a adaptar tres piezas comunicacionales variadas para la empresa seleccionada anteriormente.

4. Grabe un video tutorial para explicar el uso básico de la herramienta y el contenido de la presentación será para la empresa del sector de la moda. Explique el paso a paso del uso de la herramienta y cómo esta le permite crear contenido. El video tendrá una duración máxima de 4 a 6 minutos.

5. Edite el video a partir de una de estas herramientas, siga los tutoriales.

Herramienta 1. Programa de edición Adobe Premier Pro ● https://www.youtube.com/watch?v=YQcx6OfRGGA
Herramienta 2. Aplicación Inshot Video Editor ● https://www.youtube.com/watch?v=iJjXVLIq6m4&ab_channel=DesdeelMovil
Herramienta 3. Aplicación Filmora Go ● https://www.youtube.com/watch?v=lRAtRs-V4KI&ab_channel=MovilZona
Herramienta 4. Aplicación VN ● https://www.youtube.com/watch?v=DS7EFu1X0ZI&ab_channel=EduardGonzalez

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** video tutorial.
- **Formato:** MP4.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio **Video Tutorial. GA3-291501019-AA3-EV04.**

3.4. Actividades de la competencia Aplicar prácticas de protección ambiental, seguridad y salud en el trabajo de acuerdo con las políticas organizacionales y la normatividad vigente (220601501)

3.4.1. Actividad de aprendizaje GA3-220601501-AA1: Identifica estrategias para la prevención y control del impacto ambiental, de los accidentes y enfermedades laborales en situaciones del escenario laboral.

Duración: 12 horas.

Esta actividad se centra en identificar las estrategias para la reducción de la accidentalidad laboral y las enfermedades de origen profesional en las empresas, a través de los pilares jurídicos fundamentales que establecen la obligación de prevención.

Materiales de formación: para su desarrollo es importante la lectura y análisis del componente formativo "Fundamentos de medio ambiente, seguridad y salud en el trabajo". Con ello, se espera analizar las estrategias para el control de los impactos ambientales, accidentes y enfermedades de acuerdo con los planes y programas establecidos por las organizaciones.

Por consiguiente, se interpreta el contexto ambiental y se asocia a su entorno laboral acorde con la legislación y normatividad vigente, además de los riesgos que se presentan en su ambiente de trabajo según políticas de la organización y el entorno laboral. Para finalmente, analizar los planes y programas de gestión ambiental y, de seguridad y salud en el trabajo.

Evidencia: a continuación, se describe la secuencia de acciones y la correspondiente evidencia que conforma la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA3-220601501-AA1-EV01. Cuestionario sobre opciones de solución a situaciones que se presentan en el contexto ambiental y del SST**

Como se mencionó anteriormente, de acuerdo con la estrategia didáctica de aprendizaje y a través del estudio de casos se resolverá un cuestionario que se emplea como técnica de evaluación a partir del análisis de problemas o situaciones cotidianas. Dichas preguntas pueden ser:

- De carácter formativo, las cuales permiten determinar el nivel de desarrollo de la competencia alcanzado durante la formación.
- De carácter evaluativo, que determinan el dominio y el nivel máximo alcanzado en la competencia.

Recuerde previamente haber realizado la lectura del componente formativo, antes de iniciar la solución de las preguntas.

Lineamientos para la entrega del producto:

- Para responder el cuestionario remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio para el desarrollo de la evidencia **Cuestionario. GA3-220601501-AA1-EV01.**

3.4.2. Actividad de aprendizaje GA3-220601501-AA2. Reconoce el desarrollo de las acciones de control de los impactos ambientales, disminución de accidentes y enfermedades laborales.

Duración: 12 horas.

Esta actividad se centra en reconocer el desarrollo de las acciones de control de los impactos ambientales, disminución de accidentes y enfermedades laborales.

Materiales de formación: para su desarrollo es importante la lectura y análisis del componente formativo "Legislación en medio ambiente, seguridad y salud en el trabajo". Con ello, se espera implementar estrategias para el control de los impactos ambientales, de los accidentes y enfermedades de acuerdo con los planes y programas establecidos por la organización.

Evidencia: a continuación, se describe la secuencia de acciones y la correspondiente evidencia que conforma la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA3-220601501-AA2-EV02. Presentación sobre estrategias (ATEL)**

Continuando con la estrategia didáctica de aprendizaje, a través del estudio de casos en su fase de determinación de un método de análisis se desarrollará por parte del aprendiz una presentación sobre las estrategias para la prevención y control de los impactos ambientales, accidentes y enfermedades laborales (ATEL). En los documentos del programa se encuentra el "**Anexo_Presentacion_220601501-AA2-EV01"** en el que se describe cada uno de los pasos y aspectos fundamentales para su construcción.

Lineamientos para la entrega del producto:

- **Producto específico a entregar:** presentación en PowerPoint o en cualquier *software* para este mismo fin, debe contener la siguiente estructura:
  - Título.
  - Cuerpo.
  - Conclusión.
- **Formato:** Power Point u otros formatos.
- **Extensión:** 10 a 15 diapositivas.
- Para hacer la entrega del producto remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio para el envío de la evidencia **Presentación sobre estrategias (ATEL). GA3-220601501-AA2-EV02.**

3.4.3. Actividad de aprendizaje GA3-220601501-AA3: Plantea acciones para orientar al equipo de trabajo en los planes o programas ambientales y de SST.

Duración: 12 horas.

Esta actividad se centra en plantear acciones para orientar al equipo de trabajo en los planes o programas ambientales y de SST.

Materiales de formación: para su desarrollo es importante la lectura y análisis del componente formativo "Legislación en medio ambiente, seguridad y salud en el trabajo". Con ello, se espera realizar el seguimiento y acompañamiento al desarrollo de estos. De esta forma se participa en la implementación de acciones coordinadas para el monitoreo de planes, programas ambientales y de SST según su área de desempeño.

Evidencia: a continuación, se describe la secuencia de acciones y las correspondientes evidencias que conforman la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA3-220601501-AA3-EV03. Mapa mental**

En cuanto a la estrategia didáctica de aprendizaje a través del estudio de casos, en su fase de adquirir agilidad en determinar alternativas de acción se desarrollará por parte del aprendiz un **mapa mental respecto a los planes y acciones establecidos en medio ambiente y SST.** En los documentos del programa se encuentra el "**Anexo_Mapa_mental_220601501-AA3-EV01"** donde se describe cada uno de los pasos y aspectos fundamentales para su construcción.

Adicionalmente, tenga en cuenta los siguientes aspectos:

- El título se refiere a la idea central del trabajo acerca de "planes y acciones". Debe ir acompañado de una imagen que cause impacto.
- Los subtemas sugeridos son planes y acciones en medio ambiente y en SST.
- Puede desglosar ramificaciones las veces que necesite, pero recuerde que la idea es simplificar lo más que pueda el contenido.

Lineamientos para la entrega del producto:

- **Producto a entregar:** un mapa mental con los planes y acciones en SST.
- **Formato:** si el mapa mental se gestiona manualmente digitalizar con extensión PDF. Si se usa una herramienta digital, exportar a PDF. Dentro del mapa mental, en la parte inferior derecha debe colocar sus datos personales.
- **Extensión:** una hoja.
- Para hacer la entrega del producto remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio para el envío de la evidencia **Mapa Mental. GA3-220601501-AA3-EV03.**

3.4.4. Actividad de aprendizaje GA3-220601501-AA4: plantea propuestas para favorecer la cultura ambiental responsable, el desarrollo sustentable y el autocuidado.

Duración: 12 horas.

Esta actividad se centra en plantear propuestas para favorecer la cultura ambiental responsable, el desarrollo sustentable y el autocuidado.

Materiales de formación: para su desarrollo es importante la lectura y análisis del componente formativo "Legislación en medio ambiente, seguridad y salud en el trabajo". Con ello, se espera proponer acciones de mejora para el manejo ambiental y el control de la SST, de acuerdo con estrategias de trabajo

colaborativo, cooperativo y coordinado en el contexto productivo con la integración de los diferentes actores relacionados.

Evidencia: a continuación, se describe la secuencia de acciones y las correspondientes evidencias que conforman la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA3-220601501-AA4-EV04: Video expositivo**

En cuanto a la estrategia didáctica de aprendizaje a través del estudio de casos en su fase final de tomar decisiones, se desarrollará un video expositivo sobre oportunidades de mejora en medio ambiente y SST de su residencia, lugar de trabajo o localidad**.** En los documentos del programa se encuentra el "**Anexo_Video_expositivo_220601501-AA4- EV01"** donde se describe cada uno de los pasos y aspectos fundamentales para su construcción.

Lineamientos para la entrega del producto:

- **Producto a entregar:** video expositivo.
- **Forma de presentación:**
  - Video - exposición debe ser creativa, dinámica e innovadora.
  - El tiempo del video - exposición estará enmarcado entre los 3 a 7 minutos.
  - Debe contener mínimo 10 oportunidades de mejora que involucren aspectos relacionados con el medio ambiente y SST.
  - Se sugiere acompañarlo de imágenes reales.
  - El video-exposición se debe cargar en el canal de YouTube del aprendiz y compartir en la evidencia la URL del sitio en el cual se subió.
- Para hacer la entrega del producto remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio para el envío de la evidencia **Video expositivo. GA3-220601501-AA4-EV04.**

3.5. Actividades de la competencia Generar hábitos saludables de vida mediante la aplicación de programas de actividad física en los contextos productivos y sociales (230101507)

3.5.1. Actividad de aprendizaje GA3-230101507-AA1. Valorar el estado general de las condiciones psicomotrices individuales para aplicar los correctivos necesarios que permitan mejorar las capacidades.

Duración: 12 horas.

Mediante la estrategia didáctica activa de aprendizaje individual podrá conocer sus actuales condiciones físicas y antropométricas, para el desarrollo de un plan de trabajo físico, que permita mejorar la salud y por ende, la calidad de vida.

Materiales de formación: para el desarrollo de las siguientes actividades es fundamental la lectura previa del componente formativo Desarrollo motriz, que lo orientará en la elaboración de las evidencias.

Evidencia: a continuación, se describe la secuencia de acciones y las correspondientes evidencias que conforman la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA3-230101507-AA1-EV01. Foro temático**

Como preguntas de orientación para realizar la participación en el foro se proponen las siguientes:

- ¿Cuáles músculos del cuerpo humano posibilitan la coordinación motriz, de acuerdo con su área de desempeño?
- ¿Qué papel juegan los huesos del cuerpo humano en la coordinación motriz?
- ¿Defina con sus propias palabras qué es motricidad?
- ¿A qué se refiere cuando se habla de motricidad fina y motricidad gruesa?
- En el desempeño laboral de su área ocupacional, dónde se evidencia la motricidad gruesa, dé un ejemplo.

Realice seguimiento al foro y responda a un comentario crítico-reflexivo de acuerdo con la intervención que hayan realizado sus compañeros, demostrando la construcción de conocimiento frente a los planteamientos que cada uno proponga.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto para entregar:** participación en el foro temático denominado" Establecer las técnicas de coordinación motriz".
- Para hacer la entrega de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio para el envío de la evidencia **Foro temático-GA3-230101507-AA1-EV01.**

3.5.2. Actividad de aprendizaje GA3 -230101507-AA2. Establecer hábitos para lograr un estilo de vida saludable, mediante la aplicación de fundamentos de nutrición e higiene.

Duración: 12 horas.

Materiales de formación a consultar: para desarrollar esta actividad adecuadamente se recomienda revisar los contenidos presentados en el componente Actividad física y estilos de vida saludables.

Mantener buenos hábitos alimenticios puede ayudar a evitar diferentes tipos de enfermedades, además de proporcionar la energía suficiente que el cuerpo necesita para el desarrollo de las actividades cotidianas, por esto es fundamental mantener una alimentación balanceada y equilibrada en los requerimientos energéticos, de acuerdo con las actividades que realiza a diario. Para establecer un estilo de vida saludable se deben interpretar los fundamentos de higiene y nutrición en los contextos productivo y social, a través de la siguiente actividad podrá desarrollar un plan que aporte a este objetivo.

Evidencia: a continuación, se describe la secuencia de acciones y las correspondientes evidencias que conforman la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA3-230101507-AA2-EV02. Infografía**

La evidencia consiste en plasmar a través de un gráfico (infografía) los elementos que le permitan establecer hábitos para lograr un estilo de vida saludable. Para lograrlo se propone que el recurso construido pueda dar respuesta a las siguientes preguntas:

- ¿Qué elementos deben tenerse en cuenta para interpretar las necesidades energéticas diarias de una persona?
- ¿Cuántas calorías necesita el cuerpo diario y de qué forma recibe estos aportes con el consumo de carbohidratos, proteínas, grasas, bebidas u otros elementos?, ¿de cuáles variables pueden depender estos aportes?
- ¿Cómo sería un puesto de trabajo ergonómico y adecuado para la contextura corporal de la persona?
- ¿Qué otros factores inciden en el logro de un estilo de vida saludable?

Se recomienda el uso de la siguiente caja de herramientas para la elaboración de la infografía:

Herramienta	**Enlace**
Infogram	https://infogram.com/es/
Canva	https://www.canva.com/
Piktochar	https://piktochart.com/

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto para entregar:** infografía - plan de higiene.
- **Formato:** PDF.
- Para hacer la entrega de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio para el envío de la evidencia **Infografía. GA3-230101507-AA2-EV02.**

3.5.3. Actividad de aprendizaje GA3 -230101507-AA3. Construir conocimientos y prácticas básicas de nutrición en los aprendices para implementar acciones de la cultura física en el mejoramiento de la calidad de vida en el contexto individual, laboral y social.

Duración: 12 horas.

Materiales de formación a consultar: para desarrollar esta actividad adecuadamente, se recomienda revisar los contenidos presentados en el componente Acondicionamiento y valoración física.

Evidencia: a continuación, se describe la secuencia de acciones y las correspondientes evidencias que conforman la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia: GA3-230101507- AA3-EV03. Ficha antropométrica**

En esta actividad debe diligenciar la ficha antropométrica que contenga la siguiente información, datos personales, peso, edad, género, talla, IMC, resultados de las diferentes pruebas de resistencia (*burppe*), *test* de fuerza abdominal, piernas y brazos por un minuto y frecuencia cardiaca antes y después de los *test*.

	Ficha antropométrica		
Nombre			
Documento identidad			
Peso			
Altura			
Envergadura			
Peso ideal			
FCM			
% de grasa			
IMC			
	Resultado 1	**Resultado 2**	**Baremos**
Fuerza en piernas 1´			
Fuerza de brazos 1´			
Fuerza abdominal 1´			
Fuerza lumbar 1´			
***Burpee test* 1´**			
Test de Cooper 12´			
Análisis personal			
1. ¿Cuáles considera que son sus capacidades físicas? **2. ¿Qué acciones considera pertinentes para mejorar su condición?** **3. De acuerdo con la actividad física realizada a diario ¿cuál es el tiempo que requiere para una recuperación adecuada?**			

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto para entregar:** ficha antropométrica de valoración de la condición física.
- **Formato:** PDF.
- Para hacer la entrega de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio para el envío de la evidencia **Ficha antropométrica. GA3-230101507-AA3-EV03.**

3.3.4. Actividad de aprendizaje GA3-230101507-AA4. Identificar la higiene postural y pausas activas correctas para el desempeño del área ocupacional.

Duración: 12 horas.

Materiales de formación a consultar: para desarrollar esta actividad adecuadamente se recomienda revisar los contenidos presentados en el componente Ergonomía y pausas activas.

Para un buen desempeño en el puesto de trabajo es muy importante identificar los elementos que se utilizan en su entorno para el desempeño del área ocupacional y verificar que cumplan con los estándares de calidad y ergonomía requeridos para dicha operación, ya que esto puede hacer que disminuya o aumente su rendimiento o productividad, además de evitar enfermedades profesionales producidas por el trabajo repetitivo.

Evidencia: a continuación, se describe la secuencia de acciones y las correspondientes evidencias que conforman la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA3 -230101507-AA4-EV04. Folleto de lesiones**

En dicho folleto se debe evidenciar cuáles son esas lesiones más comunes que se van presentando por el trabajo repetitivo o en la vida cotidiana por posturas inadecuadas y, cuál será la importancia de implementar las pausas activas en el puesto de trabajo o lugar de estudio como método preventivo.

Para dicha actividad elabore la evidencia en la herramienta de su preferencia y envíela al instructor a través de la plataforma virtual.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto para entregar:** folleto de lesiones más comunes en el trabajo o vida cotidiana, y la importancia de las pausas activas.
- **Formato:** PDF.
- Para hacer la entrega de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio para el envío de la evidencia **Folleto de lesiones. GA3 -230101507- AA4-EV04.**

3.6. Actividades de la competencia Interactuar en lengua inglesa de forma oral y escrita dentro de contextos sociales y laborales según los criterios establecidos por el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (240202501)

3.6.1. Actividad de aprendizaje GA3-240202501-AA1. Identificar situaciones cotidianas y futuras a través de una interacción social oral y escrita.

El aprendizaje de una segunda lengua se facilita cuando se comienza a estudiar desde temas conocidos como son las situaciones de la cotidianidad, ya sea abordándolas desde el momento actual. Para comenzar a interactuar tanto de forma oral como escrita acerca de las actividades de la vida diaria se requiere comprender información personal y familiar, haciendo uso de la estructura, el vocabulario y contextos requeridos.

Es importante seguir las indicaciones del instructor en cuanto a la mejor manera de apropiar el material del curso y la correlación que tiene este con el programa de formación.

Duración: 24 horas.

Material de formación: los contenidos de soporte para el desarrollo de la actividad es “LEVEL 1 - MCER A1.1”.

Evidencia: a continuación, se describe la secuencia de acciones y las correspondientes evidencias que conforman la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA3-240202501-AA1-EV01. Cuestionario**

Presente un cuestionario (evaluación en línea) para evaluar la comprensión lectora, auditiva y gramatical del nivel, el cual consta de quince preguntas y un tiempo aproximado de 45 minutos.

Lineamientos para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar**: cuestionario con preguntas de acuerdo con los temas relacionados del primer nivel “LEVEL 1 - MCER A1.1”.
- Para responder el cuestionario (evaluación en línea) remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio para el envío de la evidencia **Cuestionario. GA3-240202501-AA1-EV01.**

- **Evidencia GA3-240202501-AA1-EV02. Video presentación**

De acuerdo con la temática estudiada en el primer nivel escoja un miembro de su familia o un amigo para presentarlo en inglés por medio de un video corto, activando su cámara web, con el fin de identificar de forma oral las características personales: edad, nacionalidad, lugar de residencia, *hobbies* y alguna información relevante sobre las actividades cotidianas que realiza.

Para la elaboración del video con la cámara web tenga en cuenta el desarrollo de un guion o estructura a través de una herramienta como PowerPoint, Emaze o Prezi en la que se dispongan algunas diapositivas con imágenes y textos para dar cuenta de la presentación del personaje.

Diapositivas: durante el desarrollo de la presentación oral es ideal que presente entre 3 y 5, en las que incluya los siguientes elementos:

- Diapositiva de portada (datos básicos del aprendiz, nombre del curso, instructor y nombre de la actividad).
- Diapositivas de datos del personaje seleccionado (nombre completo, edad, fecha de cumpleaños, ocupación, actividades de tiempo libre), acompañado de imágenes, frases, textos cortos y elementos gráficos que le permitan hablar durante la presentación.

Estructura del video con cámara web: cuando grabe el video tenga en cuenta que las fotos, imágenes y textos que use en las diapositivas deben ser un apoyo visual para denotar la buena pronunciación y su aprendizaje inicial sobre las temáticas del primer nivel.

Para realizar el video deberá encender su cámara web y mostrar la pantalla con las diapositivas creadas. La recomendación es utilizar alguna herramienta digital que permita grabar el video y pantalla como: Screencast-o-Matic, Loom, Camtasia, recordscreen.io, scrnrcrd.com e incluso existen aplicaciones como X Recorder para que pueda realizarlo desde su teléfono móvil. Lo importante es mostrar las diapositivas, su cámara web e ir realizando su presentación de forma oral.

Una vez finalizado el video debe cargarlo en YouTube o Vimeo, con su cuenta de correo personal o institucional; compruebe que no tenga restricciones de visualización para que pueda compartir el enlace.

Lineamientos para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar**: documento con los datos del aprendiz y el enlace del video.
- **Formato**: Word o PDF con la URL del video.
- **Extensión:** 2 a 5 minutos.

- Para hacer la entrega del documento remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio para el envío de la evidencia **Video presentación. GA3-240202501-AA1-EV02. presentación.**

3.6.2. Actividad de aprendizaje GA3-240202501-AA2. Reconocer información básica sobre situaciones actuales a través de situaciones escritas.

Dentro de los procesos de aprendizaje de la lengua, el exteriorizar lo aprendido es uno de los más valiosos aportes. Dentro de este contexto se abordarán temas como el vecindario y las actividades que se están realizando.

Es importante seguir las indicaciones del instructor en cuanto a la mejor manera de apropiar el material del curso y la correlación que tiene este con el programa de formación.

Duración: 24 horas.

Material de formación: el contenido de soporte para el desarrollo de la actividad es “LEVEL 1 - MCER A1.1”.

Evidencia: a continuación, se describe la secuencia de acciones y las correspondientes evidencias que conforman la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA3-240202501-AA2-EV01. Folleto**

A partir de los datos, conceptos e investigación obtenida de su programa de formación deberá realizar un folleto en inglés con la información y características de su programa de formación.

Para realizar el folleto puede utilizar alguna herramienta digital como Canva, Crello, Word, Power Point o cualquier otra que conozca y le permita trabajar de forma creativa.

Estructura: datos personales del aprendiz, mensaje inicial, información básica del programa, expectativas e intereses que se vinculen a su interés particular por estudiar el programa de formación.

Describa de manera sencilla y clara utilizando frases, vocabulario e imágenes relacionadas con temas de interés y características de su programa de formación.

Lineamientos para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** folleto. Haga uso de las normas gramaticales y de redacción, utilizando el idioma inglés, además, aplique la Norma APA para las referencias y citación de información obtenida de diferentes recursos digitales.
- **Extensión:** folleto tríptico entre 70 y 150 palabras.
- **Formato:** PDF.
- Para hacer la entrega del documento remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio para el envío de la evidencia **Folleto. GA3-240202501-AA2-EV01.**

3.6.3. Actividad de aprendizaje GA3-240202501-AA3. Reportar opiniones sobre situaciones cotidianas y laborales, pasadas y futuras en contextos sociales.

Dentro del desarrollo de la competencia comunicativa en inglés es fundamental dar opiniones y puntos de vista acerca de las situaciones a las que el aprendiz se enfrenta diariamente, tanto en su contexto social como su contexto laboral futuro, inmediato y pasado.

El aprendiz está llamado a ser observador y crítico, por esta razón es muy importante que conozca la estructura y el vocabulario apropiado para dar su opinión acerca de diferentes temáticas relacionadas directamente con su quehacer profesional en un nivel principiante.

Es importante seguir las indicaciones del instructor en cuanto a la mejor manera de apropiar el material del curso y la correlación que tiene este con el programa de formación.

Duración: 24 horas.

Material de formación: el contenido de soporte para el desarrollo de la actividad es “LEVEL 2 - MCE A1.2”.

Evidencias: a continuación, se describe la secuencia de acciones y las correspondientes evidencias que conforman la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA3-240202501-AA3-EV01. Cuestionario**

Presente un cuestionario de acuerdo con el contenido formativo del segundo nivel “LEVEL 2 - MCE A1.2”. El cuestionario consta de quince preguntas y un tiempo aproximado de 30 minutos.

Lineamientos para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar**: cuestionario con preguntas de acuerdo con la información brindada en el segundo nivel.
- Para responder el cuestionario (evaluación en línea), remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio para el envío de la evidencia **cuestionario GA3-240202501-AA3-EV01.**

- **Evidencia GA3-240202501-AA3-EV02. Video entrevista virtual**

Con el apoyo de uno de sus compañeros y una vez apropiado el material de estudio del segundo nivel realice un video, en el cual haga una presentación de una entrevista de trabajo, postulándose para un empleo relacionado con su perfil profesional. Luego de ser entrevistado intercambie el rol con su compañero para ser el entrevistador.

Durante la entrevista deberá responder las siguientes preguntas:

1. *Tell us about yourself.*
2. *What motivates you?*
3. *What are your hobbies?*
4. *What are your future plans if you get this job?*
5. *What are your future goals or what are your career goals?*
6. *What do you see as a major success in your life?*
7. *Why did you leave your last job?*

8. *Where do you see yourself in 5 years?*

Para realizar la grabación de la entrevista virtual puede programar un encuentro sincrónico a través de Skype, Zoom, Meet o Teams con su compañero de trabajo y realizar la grabación de la entrevista para luego guardarla.

Lineamientos para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar**: video de la entrevista virtual de trabajo. Una vez finalizada la grabación de la entrevista debe cargar el video en YouTube o Vimeo, con su cuenta de correo personal o institucional; compruebe que no tenga restricciones de visualización para que pueda compartir el enlace.
- **Formato**: Word o PDF con los datos básicos del entrevistado, entrevistador y la URL del video. Tenga en cuenta que se debe garantizar la visualización del video.
- **Extensión:** 3 a 5 minutos.
- Para hacer la entrega de la actividad debe dirigirse al área de la actividad correspondiente y acceder al espacio para el envío de la evidencia **Video entrevista virtual. GA3-240202501-AA3-EV02.**

3.6.4. Actividad de aprendizaje GA3-240202501-AA4. Expresar opiniones sobre situaciones cotidianas y laborales actuales, pasadas y futuras en contextos sociales.

Dentro del desarrollo de la competencia comunicativa en inglés es fundamental ser capaz de expresar opiniones y puntos de vista acerca de las situaciones a las que el aprendiz se enfrenta diariamente, tanto en su contexto social como en su contexto laboral.

El aprendiz está llamado a ser observador y crítico, por esta razón es muy importante que conozca la estructura y el vocabulario apropiado para dar su opinión acerca de diferentes temáticas relacionadas directamente con su quehacer profesional.

Es importante seguir las indicaciones del instructor en cuanto a la mejor manera de apropiar el material del curso y la correlación que tiene este con el programa de formación.

Duración: 24 horas.

Material de formación: el contenido de soporte para el desarrollo de la actividad es “LEVEL 2 - MCE A1.2”.

Evidencia: a continuación, se describe la secuencia de acciones y las correspondientes evidencias que conforman la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA3-240202501-AA4-EV01. Crónica**

Seleccione un personaje icónico y con trayectoria importante en el mundo de acuerdo con su perfil profesional, por ejemplo, en moda un personaje icónico es Agatha Ruiz, y busque en Internet información acerca de él o ella, a partir del personaje seleccionado realice una crónica escrita con los hechos más importantes y las situaciones más relevantes en la trayectoria profesional del personaje.

Lineamientos para la entrega de la evidencia:

- **Extensión:** el documento escrito será máximo de una página y una extensión entre 200 y 500 palabras, con tipo de letra Arial, tamaño 12 e interlineado 1,5. Es ideal tener cuidado con las estructuras gramaticales utilizadas, deben ser coherentes con las temáticas abordadas en el material de estudio.
- **Formato:** Word y se deberá exportar a PDF.
- Para hacer la entrega del documento remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio para el envío de la evidencia **Crónica GA3-240202501-AA4-EV01.**

4. Actividades de evaluación

Evidencias de aprendizaje	Criterios de evaluación	Técnicas e instrumentos de evaluación
Evidencia de producto: Campaña de *marketing*. GA3-260101055-AA1-EV01.	• Elabora publicaciones, de acuerdo con el plan de mercadeo y las tendencias de interacción en las redes sociales. • Grafica los resultados obtenidos de las publicaciones, de acuerdo con las dinámicas de las redes sociales establecidas.	**Lista de verificación:** IE-GA3-260101055-AA1-EV01
Evidencia de producto: Informe de gráficas de analítica digital. GA3-260101055-AA1-EV02.		**Lista de chequeo:** IE-GA3-260101055-AA1-EV02
Evidencia de conocimiento: Informe “base de datos de clientes”. GA3-210601020-AA2-EV01.	• Registra la información de la interacción con el cliente, acorde con el plan de mejora de la empresa. • Elabora una base de datos de los clientes, según los requerimientos de la empresa. • Presta el servicio de atención al cliente acorde con los lineamientos establecidos por la empresa. • Maneja comunidades de marca en redes sociales, de acuerdo con las estrategias de *marketing* digital definidas por la empresa.	**Lista de chequeo:** IE-GA3-210601020-AA2-EV01
Evidencia de producto: Protocolo de atención y fidelización de clientes. GA3-210601020-AA2-EV02.		**Lista de chequeo:** IE-GA3-210601020-AA2-EV02
Evidencia de producto: Video “Servicio al cliente”. GA3-210601020-AA2-EV03.		**Rúbrica:** IE-GA3-210601020-AA2-EV03

Evidencia de conocimiento: Video “*Branding* de marca”. GA3-291501019-AA3-EV01.	• Expone el estilo de comunicación digital, según la identidad de la marca. • Modifica piezas de comunicación gráfica, teniendo en cuenta el manual de imagen corporativa.	**Lista de verificación:** IE-GA3-291501019-AA3-EV01
Evidencia de conocimiento: Infografía identidad de marca en redes sociales. GA3-291501019-AA3-EV02.		**Lista de verificación:** IE-GA3-291501019-AA3-EV02
Evidencia de producto: Presentación-contenidos digitales. GA3-291501019-AA3-EV03.		**Lista de verificación:** IE-GA3-291501019-AA3-EV03
Evidencia de producto: Video tutorial. GA3-291501019-AA3-EV04.		**Lista de verificación:** IE-GA3-291501019-AA3-EV04
Evidencia de conocimiento: Cuestionario. GA3-220601501-AA1-EV01.	• Contextualiza el entorno ambiental y de seguridad y salud en el trabajo según la normatividad vigente. • Analiza la problemática ambiental, peligros y riesgos de las personas en su desempeño laboral según el marco normativo. • Interpreta los planes y programas de gestión ambiental y de SST según las condiciones de su ambiente laboral. • Identifica los procedimientos de control operacional, ambiental y de seguridad y salud en el trabajo, de acuerdo con la política de la organización.	**Cuestionario:** IE-GA3-220601501-AA1-EV01
Evidencia de producto: Presentación sobre estrategias (ATEL). GA3-220601501-AA2-EV02.	Aplica técnicas y procedimientos de control para el manejo ambiental y prevención de enfermedades laborales y accidentes de trabajo, teniendo en cuenta los	**Lista de verificación:** IE-GA3-220601501-AA2-EV02

	lineamientos establecidos por la organización.	
Evidencia de conocimiento: Mapa mental. GA3-220601501-AA3-EV03.	• Actúa frente a los incidentes ambientales y de seguridad y salud en el trabajo, de acuerdo con lo establecido en el plan de emergencias. • Identifica los mecanismos de control y seguimiento a las condiciones ambientales y del SST, para el monitoreo de las buenas prácticas ambientales según las condiciones y actos seguros de su entorno laboral.	**Rúbrica:** IE-GA3-220601501-AA3-EV03
Evidencia de producto: Video expositivo. GA3-220601501-AA4-EV04.	• Aplica técnicas y procedimientos para el control de las condiciones ambientales y de SST según política de la organización y el contexto de su desempeño laboral. • Prepara los reportes de actos y condiciones que afectan el desempeño ambiental y de la SST, según el objetivo del informe y los lineamientos de la organización.	**Rúbrica:** IE-GA3-220601501-AA4-EV04
Evidencia de desempeño: Foro temático. GA3-230101507-AA1-EV01.	• Identifica los conceptos básicos de anatomía y fisiología. • Identifica las técnicas de coordinación motriz relacionadas con su perfil ocupacional. • Selecciona técnicas que le permiten potenciar su capacidad de reacción mental y mejorar sus destrezas motoras según la	**Lista de chequeo:** IE-GA3-230101507-AA1-EV01

	naturaleza de su entorno laboral.	
Evidencia de producto: Infografía. GA3-230101507-AA2-EV02.	• Interpreta los fundamentos de estilo de vida saludable, higiene y nutrición en los contextos productivo y social. • Administra un plan de higiene corporal dentro del contexto productivo.	**Lista de chequeo:** IE-GA3-230101507-AA2-EV02
Evidencia de producto: Ficha antropométrica. GA3-230101507-AA3-EV03.	• Ejecuta rutinas de ejercicio físico según las necesidades de los contextos laboral y social. • Establece pausas de acuerdo con cargas de trabajo y tiempos de actividad física para una recuperación adecuada.	**Lista de chequeo:** IE-GA3-230101507-AA3-EV03
Evidencia de producto: Folleto de lesiones. GA3-230101507-AA4-EV04	• Aplica conceptos básicos de ergonomía y pausas activas de acuerdo con la naturaleza de la función productiva. • Discrimina ejercicios específicos para la prevención de riesgos ergonómicos según su actividad laboral. • Estructura un plan de ergonomía y pausas activas según contexto laboral.	**Lista de chequeo:** IE-GA3-230101507-AA4-EV04
Evidencia de conocimiento: Cuestionario. GA3-240202501-AA1-EV01.	Comprende vocabulario y expresiones en inglés en contextos personales acordes con el nivel principiante.	**Cuestionario:** IE-GA3-240202501-AA1-EV01
Evidencia de desempeño: Video presentación. GA3-240202501-AA1-EV02.	Comprende información básica en textos en inglés acorde con el nivel principiante.	**Lista de chequeo:** IE-GA3-240202501-AA1-EV02

Evidencia de producto: Folleto. GA3-240202501-AA2-EV01.	Comprende palabras y frases muy sencillas en letreros, catálogos o similares de uso laboral cotidiano.	**Lista de chequeo:** IE-GA3-240202501-AA2-EV01
Evidencia de conocimiento: Cuestionario. GA3-240202501-AA3-EV01.	Comprende narraciones cortas orales y escritas acerca de situaciones que ocurren en el momento de la expresión, utilizando vocabulario y gramática básica acorde con el nivel principiante.	**Cuestionario:** IE-GA3-240202501-AA3-EV01
Evidencia de desempeño: Vídeo entrevista virtual. GA3-240202501-AA3-EV02.	Brinda información acerca de objetos y sus características.	**Lista de chequeo:** IE-GA3-240202501-AA3-EV02
Evidencia de producto: Crónica. GA3-240202501-AA4-EV01.	Completa formularios con información personal, utilizando vocabulario y gramática acorde con el nivel principiante.	**Lista de chequeo:** IE-GA3-240202501-AA4-EV01

5. Glosario de términos

Acción de mejora: actuación de optimización al Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo para lograr mejoras, tanto en el desempeño de la organización sobre aspectos de seguridad y la salud como en el trabajo, de forma coherente con su política.

Actividad física: cualquier movimiento corporal producido por los músculos esqueléticos que exija gasto de energía.

Alta dirección: persona o grupo de personas que dirigen y controlan una empresa.

Amenaza: peligro latente de que un evento físico de origen natural, causado o inducido por la acción humana de manera accidental se presente con una severidad suficiente para causar pérdida de vidas, lesiones u otros impactos en la salud, así como daños y pérdidas en los bienes, la infraestructura, los medios de sustento, la prestación de servicios y los recursos ambientales.

Antropometría: estudio de las proporciones y las medidas del cuerpo humano.

***Blog*:** sitio web donde se publican artículos e imágenes de un tema determinado.

Branding: proceso de construcción de una marca.

Clientes: personas que hace uso de un producto o servicio, el cual paga por este.

CRM: Customer Relationship Management, tipo de administración enfocada en la relación con el cliente, sobre todo en la satisfacción de este.

Deporte: es un juego o actividad reglamentada, normalmente de carácter competitivo, que mejora la condición física y psíquica de quien lo practica y, tiene propiedades recreativas que lo diferencian del simple entretenimiento.

DOFA: análisis que permite identificar las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas de un proyecto, lo que permite tomar decisiones en cuanto a un tema en específico, de acuerdo con los resultados obtenidos.

Ejercicio: conjunto de acciones motoras musculares y esqueléticas. Comúnmente se refiere a cualquier actividad física que mejora y mantiene la aptitud física, la salud y el bienestar de la persona. Se lleva a cabo por diferentes razones como el fortalecimiento muscular, mejora del sistema cardiovascular, desarrollar habilidades atléticas, deporte, pérdida de grasa o mantenimiento, así como actividad recreativa.

Elementos compositivos: elementos que componen un arte, texto o imagen y configuran un todo para ser identificado con características propias.

Embalaje: proceso de empaque para proteger un producto.

***E-mail marketing*:** tipo de *marketing* que se enfoca en el envío de información publicitaria a través de correo electrónico.

Facebook: red social que tiene como objetivo conectar personas para compartir noticias, temas de interés, contenidos visuales, etc. Todo esto, con el fin de generar comunidades que se comuniquen entre sí y se define como uno de los canales digitales más usados en el mundo.

Fanpage: se define como una página creada dentro de Facebook para generar comunidad de seguidores alrededor de un tema específico.

Feed: se define como la vista o vitrina de las redes sociales, donde se observa los contenidos publicados.

Fidelización: dentro del *marketing* se define como el hecho de la lealtad que tiene un cliente con una marca.

Imagen corporativa: es la forma en que una empresa se presenta al mundo exterior para ser reconocida e identificada.

***Main idea* (idea principal):** estrategia de lectura que busca identificar la idea principal de un texto. A diferencia de "*topic*" esta estrategia pretende ampliar la comprensión, encontrando qué es lo que se dice del tema (*topic*), por ejemplo, *"The robots can help in, medicine".*

Números cardinales: son los números como los conocemos para contar (*one, two, three,* etc.).

Números ordinales: son los números que se usan para indicar un orden, por ejemplo, primero (*first, second, third,* etc.)

Preposiciones de lugar: palabras invariables (sin género, ni número) que se usan para indicar o introducir el lugar de una acción o situación, por ejemplo, *"in the room", "next to the shop"*.

Preposiciones de tiempo: palabras invariables (sin género, ni número) que se usan para indicar o introducir el momento de una acción. En inglés, por ejemplo, las más comunes son *"in", "on"* y *"at"*.

Presente continuo: tiempo verbal que se usa para indicar acciones momentáneas que suceden al momento de hablar. Su construcción requiere el uso de un verbo auxiliar "*to be*" y un segundo verbo (llamado verbo principal) con terminación en "-ing", por ejemplo, *I am working at* SENA *now*.

Presente simple (presente simple): tiempo verbal que se usa para indicar acciones o situaciones que suceden en el presente. Pueden ser estados permanentes o cambiantes, por ejemplo, *I am* Susana. *I work as a doctor.*

Pronombres personales: son las palabras que se usan para indicar la persona o ente que ejecuta una acción. Siempre los pronombres personales estarán seguidos de un verbo (la acción). En inglés son comunes las contracciones entre los pronombres y algunos verbos, así: *"I'm"* (contracción de *I am*), *"She's"* (contracción de *she is*), etc.

***Role play*:** juego de roles es una actividad que simula una situación con dos o más personajes representados por los aprendices. Cada uno recibirá las indicaciones de lo que pasa y los aprendices deberán desarrollar la situación actuando**.**

Semiótica: teoría general y ciencia que estudia los signos, sus relaciones y su significado.

Skimming: estrategia de lectura que consiste en hacer una lectura rápida para determinar el tipo de texto, su fuente y su tema. No implica una lectura exhaustiva, ni detenida y puede durar pocos segundos.

Scanning: estrategia de lectura para encontrar información específica. Al igual que *"skimming"* no es exhaustiva, sino que focaliza la información necesaria.

6. Referentes bibliográficos

Bigsur *branding*. (2019). *EL ADN de marca: qué es y cómo construirlo*. https://bigsurbranding.com/el-adn-de-marca#:~:text=El%20ADN%20viene%20a%20ser,propuesta%20%C3%BAnica%2C%20personalidad%2C%20filosof%C3%ADa.

Canva. (2021). *Diseña, trabaja en equipo, comparte*. https://www.canva.com/es_419/

Centro de Investigaciones y Servicios Educativos. (2019). *Tutorial herramienta Easelly - Herramienta para hacer infografías* [video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=AiQX-DPe74c&ab_channel=CentrodeInvestigacionesyServiciosEducativos

CNN. (2021). *Empatía: reinventando la experiencia del cliente.* https://sponsorcontent.cnn.com/int/ibm/empatia-reinventando-la-experiencia-del-cliente/

Desde el móvil. (2020). *Cómo usar inshot en 2021 / tutorial para principiantes muy fácil* [video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=iJjXVLIq6m4&ab_channel=DesdeelMovil

Easelly. (2021). *La forma gratuita de conseguir una infografía atractiva.* https://www.easel.ly/

Escuela Marketing y Web. (2019). *Cómo hacer Infografías en Illustrator | Aprende a crear infografías paso a paso* [video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=nj_z7GbusGs&ab_channel=EscuelaMarketingandWeb

González, E. (2020). *Cómo editar un video en celular iPhone o Android 2021* [video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=DS7EFu1X0ZI&ab_channel=EduardGonzalez

IEBS. (2017). *Indicadores o KPI's para analizar la estrategia digital de tu empresa*. https://www.iebschool.com/blog/indicadores-estrategia-digital-redes-sociales/

Infogram. (2021). *Crea interesantes infografías e informes en minutos.* https://infogram.com/es/

Libra Producciones. (2020). *Adobe Premiere Pro-2020 tutorial completo en español* [video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=YQcx6OfRGGA&ab_channel=LibraProducciones

MóvilZona. (2021). *Edita videos pro en tu móvil!!! con FilmoraGo* [video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=lRAtRs-V4KI&ab_channel=MovilZona

Ponce, T. (2020). *Tutorial de Infogram* [video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=VLMfNl5a8No&ab_channel=TaniaKarinaPonceTorca

Revista P&M. (11 de diciembre de 2020). Las tendencias digitales que trae la nueva realidad para este 2021. *Revista P&M.* https://revistapym.com.co/digital/las-tendencias-digitales-que-trae-la-nueva-realidad-para-este-2021

Rock Content. (2019). *Tipos de base de datos: descúbrelos y optimiza tu estrategia de marketing.* https://rockcontent.com/es/blog/tipos-de-base-de-datos/

SENA Red Producción de Contenidos Grupo Gestión Curricular. (2020). *CF3 Caracterización de audiencias* [video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=G1tSS6tQLUw&ab_channel=RedProducci%C3%B3ndeContenidosGrupoGesti%C3%B3nCurricularSENA

SENA Red Producción de Contenidos Grupo Gestión Curricular. (2020). *Cliente* [video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=4WIq433jNMA&ab_channel=RedProducci%C3%B3ndeContenidosGrupoGesti%C3%B3nCurricularSENA

SENA Red Producción de Contenidos Grupo Gestión Curricular. (2021). *Planos y ángulos* [video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=MG7pkow8_q8&ab_channel=RedProducci%C3%B3ndeContenidosGrupoGesti%C3%B3nCurricularSENARedProducci%C3%B3ndeContenidosGrupoGesti%C3%B3nCurricularSENA

SENA Red Producción de Contenidos Grupo Gestión Curricular. (2020). *Servicio al cliente* [video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=agUOW9EFonk&ab_channel=RedProducci%C3%B3ndeContenidosGrupoGesti%C3%B3nCurricularSENARedProducci%C3%B3ndeContenidosGrupoGesti%C3%B3nCurricularSENA

7. Control del documento

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Ligia Marcela Arévalo Guio	Experta disciplinar	Centro de Gestión Industrial	Noviembre de 2020
	Nidya Solórzano Ochoa	Experta disciplinar	Centro de Gestión Industrial	Noviembre de 2020
	Germán Leonel Sarmiento Cruz	Experto disciplinar	Centro de Gestión Industrial	Noviembre de 2020
	Silvia Milena Sequeda Cárdenas	Diseñadora instruccional	Centro de Diseño y Metrología	Noviembre de 2020
	Natalia Andrea Bueno Pizarro	Evaluadora instruccional	Centro para la Industria de la Comunicación Gráfica	Noviembre de 2020
	Cristóbal Álvaro Villegas Acevedo	Instructor Cultura Física	Centro de Formación en Diseño, Confección y Moda	Octubre de 2020
	Bertha Paola Bejarano Ávila	Diseñadora instruccional	Distrito Capital – Centro para La Industria de la Comunicación Gráfica	Octubre de 2020
	Elkin Rodolfo Moreno Merchán	Experto temático	Regional Distrito Capital - Centro de Formación de Talento Humano en Salud	Febrero 2021
	Oscar Absalón Guevara	Diseñador instruccional	Centro de Gestión Industrial - Regional Bogotá	Febrero 2021
	María Camila Álvarez	Contratista Diseño Curricular	Regional Antioquia - Centro de Formación en Diseño, Confección y Moda	Mayo 2021
	Liliana Ceballos	Contratista Diseño Curricular	Regional Antioquia - Centro de Formación en Diseño, Confección y Moda	Mayo 2021
	Cristian Metaute Medina	Diseñador instruccional	Regional Distrito Capital - Centro para la Industria de la Comunicación Gráfica	Mayo 2021

	Ana Catalina Córdoba Sus	Revisora metodológica y pedagógica	Regional Distrito Capital – Centro para la Industria de la Comunicación Gráfica	Junio 2021
	Rafael Neftalí Lizcano Reyes	Asesor pedagógico	Regional Santander - Centro Industrial del Diseño y la Manufactura	Junio 2021
	Julia Isabel Roberto	Diseñadora y evaluadora instruccional	Regional Distrito Capital - Centro para la Industria de la Comunicación Gráfica	Julio 2021

8. Control de cambios (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del cambio
Autor (es)					