1. Identificación de la guía de aprendizaje

- **Denominación del programa de formación:** Tecnólogo en producción de multimedia.
- **Código del programa de formación:** 228101.
- **Nombre del proyecto:** Producción de aplicativos multimediales para el sector productivo.
- **Fase del proyecto:** Evaluación.
- **Actividad de proyecto:** Documentación del proyecto.
- **Competencias:**

  220501031: Entregar la aplicación multimedia para evaluar la satisfacción del cliente.

  240201500: Promover la interacción idónea consigo mismo, con los demás y con la naturaleza en los contextos laboral y social.

  240201502: Producir textos en inglés de forma escrita y oral.

  240201501: Comprender textos en inglés de forma escrita y auditiva

- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar:**

  22050103104: Realizar el empaque y los elementos de *merchandising* con los que se distribuirá el proyecto multimedia.

  22050103103: Elaborar los manuales y ayudas análogas o digitales necesarias para facilitar la operación del proyecto multimedia.

24020150006: Asumir responsablemente los criterios de preservación y conservación del Medio Ambiente y de Desarrollo Sostenible, en el ejercicio de su desempeño laboral y social.

24020150106: Comunicarse en tareas sencillas y habituales que requieren un intercambio simple y directo de información cotidiana y técnica.

24020152008: Relacionarse con hablantes nativos en un grado suficiente de fluidez y naturalidad, de modo que la comunicación se realice sin esfuerzo por parte de los interlocutores.

Duración de la Guía: 234 Horas / 1 mes y 17dias.

2. Presentación

Bienvenido a la **octava y última Actividad del Proyecto** Tecnólogo en Producción Multimedia, denominada "**Documentación del Proyecto",** donde se realizarán actividades para fortalecer y desarrollar competencias en la creación y diseño de estrategias para el posicionamiento y comercialización del producto multimedia. A su vez, la elaboración de los manuales Técnico y de Usuario de la aplicación del proyecto multimedia.

Dentro de la guía encontrará las siguientes abreviaturas que hacen referencia a:

AP: Actividad de proyecto.
AA: Actividad de aprendizaje.
EV: Evidencia.
MF: Material de Formación.
GAES: Grupo Autónomo de estudio.

Está guía de aprendizaje está orientada a la **Actividad de proyecto 8 - Documentación del proyecto**, que se encuentra vinculada en la **Fase 4 Evaluación**.

Para llevar a cabo con éxito la octava actividad de proyecto, usted debe realizar la siguiente actividad de aprendizaje:

Actividad de aprendizaje AA15 Desarrollar los manuales de usuario y plan merchandising, según el proyecto multimedia.

Nota: Es necesario tener en cuenta que el material de formación y el material complementario, se encuentran en la siguiente ruta: **Fase 4 Evaluación / Actividad de proyecto 8 - Documentación del proyecto.**

Dedicación horaria

Para el desarrollo de las actividades contará con el acompañamiento de instructores de la competencia técnica, de inglés y transversal. Es importante que organice su tiempo con un promedio de trabajo académico diario de seis a ocho horas, dada la exigencia académica que demanda la realización de las actividades y las evidencias que se mencionan a continuación.

Orientación del instructor: de forma continua y permanente, el instructor apoyará al aprendiz y le dará las pautas necesarias para el logro de los objetivos en cada una de las actividades de aprendizaje, brindando herramientas básicas de tipo conceptual y metodológico, enmarcadas en las políticas de ética y calidad, que caracterizan al instructor SENA.

Encuentros sincrónicos: mediante el uso de una herramienta para sesiones en línea, el equipo de instructores programará y realizará sesiones en espacios virtuales (en un momento y tiempo definido), para aclarar aspectos relacionados con la elaboración de las actividades, inquietudes presentadas en los materiales de formación y complementarios. Es importante que agende estos encuentros y con anticipación, ingrese al LMS para poder participar activamente, aprovechando al máximo los recursos con los cuales cuenta el SENA en esta modalidad de aprendizaje.

El desarrollo de las actividades que se describen a continuación, corresponde a la modalidad virtual.

3. Formulación de las actividades de aprendizaje

3. 1 Descripción de las actividades

- **Actividad de reflexión**

A través de la actividad del proyecto ocho, usted desarrollará competencias en la creación y diseño de estrategias para el posicionamiento y comercialización del producto multimedia y para la elaboración de los manuales técnico y del usuario de la aplicación del proyecto multimedia.

En tal sentido, le invitamos a retomar el proyecto o producto terminado de multimedia, con el fin de diseñar los manuales técnicos y del usuario, y los planes de posicionamiento y comercialización del producto. Por tal motivo, es necesario que conteste las siguientes preguntas y realice las actividades que se describen a continuación:

- ¿Qué elementos técnicos, se deben tener en cuenta en la elaboración del **manual técnico** del proyecto multimedia desarrollado?
- ¿Qué elementos de usuario, se deben tener en cuenta en la elaboración del **manual de usuario** del proyecto multimedia desarrollado?

Elabore un listado de elementos, criterios, o insumos a tener en cuenta en la elaboración de un plan que permita el posicionamiento del proyecto o producto multimedia (branding) en las comunidades o redes sociales.

Elabore un listado de elementos, criterios, o insumos a tener en cuenta en la elaboración de un plan que permita la comercialización física y virtual (*merchandising y e-commerce)* del proyecto o producto multimedia.

NOTA: las respuestas a las preguntas antes planteadas se socializarán en el **Foro de reflexión inicial AP8** que se encuentra en la **Fase 4 Evaluación / Actividad de Proyecto 8 - Documentación del proyecto / Evidencias**, como preámbulo al desarrollo de las siguientes actividades. Es de aclarar, que este ejercicio académico es de tipo reflexivo y no tiene carácter evaluativo.

- **Actividades de apropiación y transferencia del conocimiento**

Para llevar a buen término el desarrollo de las actividades de aprendizaje que se proponen en la actividad de proyecto ocho, es necesario que revise de una forma comprensiva y activa, los materiales de formación (MF) y materiales complementarios que se encuentran en la ***Fase 4 Evaluación / Actividad de Proyecto 8 - Documentación del proyecto / Material de Formación***.

En cada material de formación (MF), encontrará una actividad didáctica como herramienta de retroalimentación que le permitirá verificar el alcance de los conocimientos adquiridos; allí también podrá revisar el mapa orientador de contenidos, analizar el glosario de términos relevantes del tema de estudio y examinar la bibliografía para profundizar en los temas vistos. Estas actividades, al ser estructurales en el proceso de formación tienen un carácter evaluativo.

- **Relación de MF (Materiales de Formación)**

  - Material de formación: *Branding y Merchandising.*
  - Material de formación: Comunidades y redes sociales.
  - Material de formación: E- Commerce.
  - Material de formación: Manual de usuario y Manual técnico.
  - Material de formación: Proyectos.
  - Material de formación: Manejo de residuos.
  - Material de formación: Sostenibilidad ambiental.
  - Material de formación: *Promoting my brand on Social Media (Part II).*
  - Material complementario.

AA15: Desarrollar los manuales de usuario y plan merchandising, según el proyecto multimedia.

AP8-AA15-EV1: Plan de Branding y Merchandising

Resultado de aprendizaje asociado: *Realizar el empaque y los elementos de merchandising con los que se distribuirán en el proyecto multimedia.*

Para esto, se propone que junto con el GAES desarrolle las siguientes actividades:

1. Estudiar los materiales de formación: ***Material de formación: Branding y Merchandising*** *y* ***Material de formación: Proyectos,*** que se encuentran en la ***Fase 4 Evaluación / Actividad de Proyecto 8 - Documentación del proyecto / Material de formación.***

2. Para esta actividad, el GAES debe elaborar un plan de acción BRANDING y un plan de acción MERCHANDISING, con respecto al producto multimedia desarrollado.

3. El plan de acción BRANDING debe estar orientado al posicionamiento en el mercado, de la marca del producto desarrollado en el proyecto multimedia, o en su defecto al nombre de la empresa del cliente.

4. El plan de acción MERCHANDINSING, debe estar orientado a la promoción de venta del producto desarrollado en el proyecto multimedia.

5. Con el fin de realizar un adecuado plan Branding y Merchandising, se recomienda tener en cuenta los siguientes pasos:

a. Repasar el material de formación "***Material de formación: Tendencias del mercado multimedia***" y la evidencia ***AP1-AA1-EV1: Informe. Análisis tendencias del mercado para proyectos multimedia****, que se encuentran en la* ***Fase 1 Análisis / Actividad de proyecto 1 - Definición de requerimientos del cliente.***

b. Retomar la "***Solicitud de la propuesta del cliente***", trabajada en la **Fase 1** ***Análisis / Actividad de proyecto 1 - Definición de requerimientos del cliente / AP1-AA2-EV6: Informe. Elaboración y aplicación de técnicas de recolección de información.***

c. Para la elaboración del plan de acción Branding y Merchandising se deben tener en cuenta algunos elementos como:

- ¿Qué se quiere alcanzar? (Objetivo).
- ¿Cuánto se quiere lograr? (Cantidad y calidad del plan de acción).
- ¿Cuándo se quiere lograr? (En cuánto tiempo).
- ¿En dónde se quiere realizar el programa? (Lugar o target).
- ¿Con quién y con qué se desea lograrlo? (Personal, recursos financieros).
- ¿Cómo saber si se está alcanzando el objetivo? (Evaluando el proceso).
- ¿Cómo determinar si se logró el objetivo (Evaluación de resultados)?

6. Elaborar un documento en formato Word, con el nombre de "**Plan de Branding y Merchandising**", el cual servirá como soporte del proceso. Este debe contener una extensión mínima de tres hojas, máxima de seis hojas, debe ajustarse a las Normas APA (2017). E incluir la siguiente estructura:

- Portada.
- Introducción.
- Desarrollo temático (*Plan Branding y Merchandising*).
- Conclusiones
- Bibliografía.

Esta evidencia la debe presentar en el menú principal a través de la ruta: ***Fase 4 Evaluación / Actividad de Proyecto 8 – Documentación del proyecto / Evidencias / AP8-AA15-EV1: Plan de Branding y Merchandising.*** En este espacio podrá consultar el

instrumento de evaluación correspondiente, para verificar que el informe contiene todos los aspectos solicitados por el instructor.

7. Recuerde que cuenta con más recursos de apoyo para apropiar efectivamente el conocimiento, puede realizar investigación con el material complementario, Biblioteca SENA u otras fuentes de internet.

AP8-AA15-EV2: Plan de comunidades y redes sociales

Resultado de aprendizaje asociado: *Realizar el empaque y los elementos de merchandising con los que se distribuirá el proyecto multimedia.*

Para esto, se propone que desarrolle junto con el GAES las siguientes actividades:

1. Estudiar los materiales de formación ***Material de formación: Comunidades y redes sociales*** y ***Material de formación: Proyectos*** que se encuentran en la **Fase 4 Análisis / *Actividad de Proyecto 8 – Documentación del proyecto / Materiales de formación***

2. Para esta actividad, el GAES debe elaborar un plan de acción publicitario, orientado a publicitar o promocionar en las comunidades y redes sociales virtuales el proyecto o producto multimedia desarrollado.

3. Con el fin de realizar un adecuado plan de acción publicitario en las comunidades y redes sociales del proyecto o producto multimedia, se recomienda tener en cuenta los siguientes pasos:

   a) Repasar el **Material de formación: Tendencias del mercado multimedia** y la evidencia **AP1-AA1-EV1: Informe. Análisis tendencias del mercado para proyectos multimedia**, ubicados en la **Fase 1 Análisis / Actividad de Proyecto 1 – Definición y requerimientos del cliente.**

b) Retomar la **"Solicitud de la propuesta del cliente"**, trabajado en la **Fase 1 Análisis / Actividad de Proyecto 1 – Definición y requerimientos del cliente / AP1-AA2-EV6: Informe. Elaboración y aplicación de técnicas de recolección de información**

4. Para la elaboración del plan de acción publicitario "Comunidades y Redes Sociales", se deben tener en cuenta algunos elementos como:

a. ¿Qué se quiere alcanzar? (Objetivo).
b. ¿Cuánto se quiere lograr? (Cantidad y calidad del plan de acción).
c. ¿Cuándo se quiere lograr? (En cuánto tiempo).
d. ¿En dónde se quiere realizar el programa? (Lugar o target).
e. ¿Con quién y con qué se desea lograrlo? (Personal, recursos financieros).
f. ¿Cómo saber si se está alcanzando el objetivo? (Evaluando el proceso).
g. ¿Cómo determinar si se logró el objetivo (Evaluación de resultados)?
h. Elija en Internet dos comunidades o redes sociales donde el GAES considere, pueda aplicar el plan de acción elaborado.

5. Elaborar un documento en formato Word, con el nombre de "Plan de comunidades y redes sociales", como soporte del proceso. Este debe contener una extensión mínima de tres hojas o máxima de seis hojas, debe ajustarse a las Normas APA y a la siguiente estructura:

- Portada.
- Introducción.
- Desarrollo temático (*Plan publicitario de comunidades y redes sociales incluyendo el link o enlace donde se aplicó el plan de acción*).
- Conclusiones.
- Bibliografía.

Esta evidencia la debe presentar en el menú principal a través de la ruta: ***Fase 4 Evaluación / Actividad de Proyecto 8 – Documentación del proyecto / Evidencias / AP8-AA15-EV2: Plan de comunidades y redes sociales*** En este espacio podrá consultar el instrumento de evaluación correspondiente, para verificar que el informe contiene todos los aspectos solicitados por el instructor.

Recuerde que cuenta con más recursos de apoyo para apropiar efectivamente el conocimiento, puede realizar investigación con el material complementario, biblioteca SENA u otras fuentes de internet.

AP8-AA15-EV3: Plan de E – Commerce

Resultado de aprendizaje asociado: *Realizar el empaque y los elementos de merchandising con los que se distribuirá el proyecto multimedia.*

Para ello se propone que desarrolle junto con el GAES las siguientes actividades:

- Estudiar los materiales de formación: **Material de formación: E- Commerce** y **Material de formación: Proyectos,** que se encuentran en la ruta: ***Fase 4 Evaluación / Actividad de Proyecto 8 – Documentación del proyecto / Material de formación /***

- Para esta actividad, el GAES debe elaborar un plan de acción de Comercio Electrónico (*E-Commerce*) del proyecto o producto multimedia desarrollado, para hacerlo tenga en cuenta los siguientes pasos:

  a. Repasar el material de formación "***Tendencias de mercado multimedia"*** y la evidencia **AP1-AA1-EV1: Informe. Análisis tendencias del mercado para proyectos multimedia,** ubicados en la **Fase 1 Análisis / Actividad de Proyecto 1 – Definición y requerimientos del cliente.**

  b. Retomar la **"*Solicitud de la propuesta del cliente*"** y la evidencia **AP1-AA2-EV6: Informe. Elaboración y aplicación de técnicas de recolección de información** ubicados en la **Fase 1 Análisis / Actividad de Proyecto 1 – Definición y requerimientos del cliente** / Evidencias

  c. Para la elaboración del plan de acción E-Commerce se deben tener en cuenta algunos elementos como:

  - ¿Qué se quiere alcanzar? (Objetivo).
  - ¿Cuánto se quiere lograr? (Cantidad y calidad del plan de acción).
  - ¿Cuándo se quiere lograr? (En cuánto tiempo).
  - ¿En dónde se quiere realizar el programa? (Lugar o target).
  - ¿Con quién y con qué se desea lograrlo? (Personal, recursos financieros).
  - ¿Cómo saber si se está alcanzando el objetivo? (Evaluando el proceso).
  - ¿Cómo determinar si se logró el objetivo? (evaluación de resultados).

- Elaborar un documento en formato Word, con el nombre "Plan de e-commerce", como soporte del proceso, anexar la evidencia donde se compruebe la aplicación de un plan de acción e-commerce. Este debe contener una extensión mínima de tres hojas o máxima de seis hojas, debe estar ajustado a las Normas APA (2017) y a la siguiente estructura:

    1. Portada.
    2. Introducción.
    3. Desarrollo temático (Plan de acción e-commerce y evidencia de la aplicación del plan de acción).
    4. Conclusiones
    5. Bibliografía.

- Adjuntar el archivo en formato Word

Esta evidencia la debe presentar en el menú principal a través de la ruta: ***Fase 4 Evaluación / Actividad de Proyecto 8 – Documentación del proyecto / Evidencias / AP8-AA15-EV3: Plan de E – Commerce*** En este espacio podrá consultar el instrumento de evaluación correspondiente, para verificar que el informe contiene todos los aspectos solicitados por el instructor.

- Recuerde que cuenta con más recursos de apoyo para apropiar efectivamente el conocimiento, puede realizar investigación con el material complementario, biblioteca SENA u otras fuentes de internet.

AP8-AA15-EV4: Manual del usuario

Resultado de aprendizaje asociado: *Elaborar los manuales y ayudas análogas o digitales necesarias para facilitar la operación del proyecto multimedia.*

Para ello se propone que desarrolle junto con el GAES las siguientes actividades:

- Estudiar el material de formación "**Manual del usuario y manual técnico**" ubicado en la ruta: ***Fase 4 Evaluación / Actividad de Proyecto 8 – Documentación del proyecto / Material de formación /***.

- Retomar el proyecto o producto multimedia desarrollado y aprobado en la evidencia **AP5-AA12-EV7: Aplicar efectos especiales y publicar el proyecto terminado y aprobado**, ubicada en **Fase 3 Desarrollo / Actividad de Proyecto 5 Integración de los elementos multimedia.**

- Con el fin de realizar un adecuado **Manual del usuario** tenga en cuenta los siguientes pasos:

  a. Identificar cada una de las interfaces del proyecto. Usted se puede apoyar en el material de formación "**Sistemas de navegación multimedia. concepto de usabilidad y accesibilidad y arquitectura de la información"** tratado en la **Fase 2 Planeación / Actividad de proyecto 3 – Definición de la estructura multimedia / AP3-AA7-EV6: Conceptos básicos de interfaz gráfica**

  b. Describir de forma gráfica y textual, cada una de las interfaces del proyecto, por donde el usuario puede navegar. Usted se puede apoyar en el material de formación "***Diagrama de casos de uso***" tratado en la evidencia **Fase 2 Planeación / Actividad de Proyecto 4 - Diseño de los elementos multimedia / Evidencias / *AP4-AA8-EV4: Elaborar diagrama Casos de Uso***

  c. Elaborar un documento en formato Word, con el nombre de **"Manual del usuario"**, como soporte del proceso. Este debe contener una extensión necesaria de hojas que le permita dar una ilustración adecuada al usuario de cómo navegar por el proyecto multimedia, el documento debe ajustarse a las Normas APA (2017) y contener la siguiente estructura, posteriormente, debe ser convertido a formato PDF.

  1. Portada.
  2. Introducción.
  3. Desarrollo temático (*Manual del usuario*).
  4. Conclusiones.
  5. Bibliografía.

- Adjuntar el archivo en formato PDF

Esta evidencia la debe presentar en el menú principal a través de la ruta: ***Fase 4 Evaluación / Actividad de Proyecto 8 – Documentación del proyecto / Evidencias / AP8-AA15-EV4: Manual del usuario***. En este espacio podrá consultar el instrumento de

evaluación correspondiente, para verificar que el informe contiene todos los aspectos solicitados por el instructor.

- Recuerde que cuenta con más recursos de apoyo para apropiar efectivamente el conocimiento, puede realizar investigación con el material complementario, Biblioteca SENA u otras fuentes de internet

AP8-AA15-EV5: Manual técni.co

Resultado de aprendizaje asociado: *Elaborar los manuales y ayudas análogas o digitales necesarias para facilitar la operación del proyecto multimedia.*

Para ello se propone que desarrolle junto con el GAES las siguientes actividades:

- Estudiar el material de formación "**Material de formación: Manual de usuario y Manual técnico**" ubicado en la ***Fase 4 Evaluación / Actividad de Proyecto 8 – Documentación del proyecto / Material de formación***

- Retomar el proyecto o producto multimedia desarrollado y aprobado en la evidencia **AP5-AA12-EV7: Aplicar efectos especiales y publicar el proyecto terminado y aprobado**, de la **Actividad de Proyecto 5**.

- Con el fin de realizar un adecuado Manual Técnico, se recomienda tener en cuenta los siguientes pasos:

    a. Identificar cada uno de los requerimientos técnicos para la implementación del proyecto o producto multimedia, tales como: configuración técnica en la instalación y ejecución del proyecto multimedia, plugins necesarios para la ejecución del proyecto, posibles sistemas operativos donde se pueda instalar el proyecto multimedia, características de servidores en ambiente web, características técnicas de interfaces, lenguajes de base de datos, Diagramas de casos de uso, Script de la base de datos y manual de normas, políticas y procedimientos de la organización en las que se basa el sistema para su implementación, entre otros

b. Elaborar un documento en formato Word, con el nombre de "Manual Técnico", como soporte del proceso. Este debe contener una extensión necesaria de hojas que permita dar una descripción técnica adecuada de los requerimientos del proyecto para ejecutarlo, debe incluir las Normas APA (2017) y la siguiente estructura. Posteriormente, el documento se debe convertir a formato PDF.

1. Portada.
2. Introducción.
3. Desarrollo temático (*Manual Técnico*).
4. Conclusiones
5. Bibliografía.

- Adjuntar el archivo PDF

Esta evidencia la debe presentar en el menú principal a través de la ruta: ***Fase 4 Evaluación / Actividad de Proyecto 8 – Documentación del proyecto / Evidencias / AP8-AA15-EV5: "Manual Técnico.*** En este espacio podrá consultar el instrumento de evaluacióncorrespondiente, para verificar que el informe contiene todos los aspectos solicitados por el instructor.

- El aprendiz cuenta con más recursos de apoyo para apropiar efectivamente el conocimiento, para lo cual puede realizar investigación con el material complementario, biblioteca SENA u otras fuentes de internet.

AP8-AA15-EV6: Diseño de marca eco ambiental

Resultado de aprendizaje asociado: *Asumir responsablemente los criterios de preservación y conservación del Medio Ambiente y de Desarrollo Sostenible, en el ejercicio de su desempeño laboral y social.*

La importancia de la competitividad empresarial a nivel mundial, ha permitido que cada empresa o comunidad sea identificada según las características y/o elementos que la lleven a su reconocimiento y filiación de una manera rápida y apropiada, con el objetivo de poner en el mercado productos o servicios que sean ambientalmente más sostenibles y generen un grado de satisfacción, debido a que en sus procesos, minimizaron sus impactos ambientales negativos al entorno.

El desarrollo de esta evidencia busca que se generen nuevos enfoques en el comercio, incluyendo lo ambiental desde nuevas perspectivas; entre ellas, la importancia de llevar un desarrollo económico y tecnológico ambientalmente sostenible. Por tal motivo, en el mundo de los productos o proyectos multimediales, es indispensable contar con una marca que permita tener una identidad en el mercado, y dada a la importancia de la responsabilidad ambiental, una marca eco ambiental permitirá mejorar la competitividad y contribuirá al cuidado del medio ambiente.

Por lo tanto, se propone que de manera individual, usted desarrolle las siguientes actividades:

- Estudiar el material de formación "Sostenibilidad ambiental", ubicado en la **Fase 4 Evaluación (Actividad de proyecto 8 – Documentación del proyecto).**

- Diseñar una ***marca eco ambiental*** del proyecto multimedia, terminado en alguna herramienta de su preferencia que incluya diseñar una marca, imagen, logo, sticker, dibujo, que represente el proyecto multimedia y que tenga un mensaje ambiental como sello del proyecto.

- Aplicar el concepto de sostenibilidad ambiental, recursos naturales, desarrollo sostenible, medio ambiente, ecología y tecnologías limpias para su diseño.

- En un documento elaborado en formato Word, inserte los diseños y la descripción del contexto en la creación de la ***marca eco ambiental*** (marca, imagen, logo, sticker, dibujo, que represente el proyecto multimedia), relacionada con el material **Material de formación: Sostenibilidad ambiental;** el desarrollo temático debe contener mínimo una hoja y máximo dos hojas y debe estar ajustado a las Normas APA.

- Adjuntar el documento

Esta evidencia la debe presentar en el menú principal a través de la ruta: ***Fase 4 Evaluación / Actividad de Proyecto 8 – Documentación del proyecto / Evidencias / AP8-AA15-EV6: Diseño de marca eco ambiental.*** En este espacio podrá consultar

el instrumento de evaluación correspondiente, para verificar que el diseño cuenta todos los requerimientos.

- Recuerde que cuenta con más recursos de apoyo si requiere de mayor información para profundizar en la temática, puede realizar investigación adicional con el material complementario, biblioteca SENA u otras fuentes de Internet.

AP8-AA15-EV7: Adecuación eco ambiental del área ocupacional

Resultado de aprendizaje asociado: *Asumir responsablemente los criterios de preservación y conservación del medio ambiente y del desarrollo sostenible, en el ejercicio de su desempeño laboral y social.*

Durante todo tipo de procesos que impliquen la realización de actividades ambientales, se generan impactos negativos al medio; por tal razón, es de vital importancia tener la conciencia de que el cambio se puede generar haciendo aportes individuales desde el mismo sitio de trabajo o casa, todo es cuestión de tener la ideología del aporte significativo al cuidado y preservación del medio ambiente.

Para contribuir al desarrollo sostenible, esta evidencia tiene el propósito de crear en el aprendiz, un hábito de cultura ambiental con el que pueda diseñar una estrategia eco ambiental y así aplicarla en el entorno ocupacional.

Para el desarrollo de esta evidencia, es necesario que de manera individual, usted desarrolle las siguientes actividades:

1. Estudiar los materiales de formación **"Material de formación: Manejo de residuos"** y **"Material de formación: Sostenibilidad ambiental"** que se encuentran en la **Fase 4 Evaluación / Actividad de proyecto 8 – Documentación del proyecto / Material de formación**

2. Realizar un video en alta resolución, donde relacione las siguientes acciones:

   - Descripción del hogar o sitio de trabajo, especificando ubicación geográfica (departamento, ciudad, barrio).

   - Descripción de las labores y procesos que realiza en el trabajo o el rol que desempeña en el hogar.
   - Ubicación de un área específica dentro del hogar o sitio de trabajo, debidamente señalizada para la disposición de residuos, en ella debe colocar tres recipientes identificados con los respectivos colores para la separación (según lo visto en el material de formación). Recuerde que para el proceso de disposición, usted puede reutilizar los recipientes teniendo en cuenta la cantidad de residuos que genere.

   - Realización de una cartelera informativa sobre la correcta separación en la fuente del manejo de los residuos, la cual debe ser ubicada en un lugar visible para los integrantes de su hogar o sitio de trabajo, a quienes también debe socializar la importancia del manejo de los residuos para mantener un espacio limpio y ordenado.

   - Realización de una charla sobre un tema ambiental de su preferencia, consultado en la web; esta debe sustentarse frente a mínimo cuatro personas en un lapso de tiempo de dos a tres minutos.

3. Adjuntar el video

Esta evidencia la debe presentar en el menú principal a través de la ruta: ***Fase 4 Evaluación / Actividad de Proyecto 8 – Documentación del proyecto / Evidencias / AP8-AA15-EV7: Adecuación eco ambiental del área ocupacional*** En este espacio podrá consultar el instrumento de evaluación correspondiente para verificar que el video fue realizado según las indicaciones dadas por el instructor.

Recuerde que cuenta con más recursos de apoyo si requiere de mayor información para profundizar en la temática, puede realizar investigación adicional con el material complementario, Biblioteca SENA u otras fuentes de internet.

AP8-AA15-EV8: Promoting my brand in social media (Part II)

Resultado de aprendizaje asociado: Comunicarse en tareas sencillas y habituales que requieren un intercambio simple y directo de información cotidiana y técnica

Criterio de evaluación asociado: Elabora resúmenes cortos sobre textos sencillos y con contenido técnico.

En el material de formación **" Material de formación: Promoting my brand on Social Media (Part II)",** usted recibió información relacionada con la promoción de su marca a través de páginas web y redes sociales, incluyendo la elaboración de un **Marketing Plan Básico** y un **Social Media Schedule**, así como con actividades de práctica y material complementario que afianzaron su conocimiento, lo que evidencia que cuenta con las habilidades suficientes para elaborar la siguiente actividad, junto con el grupo de trabajo de su proyecto.

1. Estudiar el material de formación llamado: "**Material de formación: Promoting my brand on Social Media (Part II)**" y **su materiales complementarios**, que se encuentran en la **Fase 4 Actividad de proyecto 8 - Documentación del proyecto / Materiales de formación.**

2. Diligenciar el documento "**Marketing Plan Format**" incluido en el material de referencia, describiendo la información relacionada con el proyecto que ha venido trabajando en el transcurso del programa de formación.

3. Con base en la información incluida en el formato anterior (**Marketing Plan Format**), seleccionar tres de las redes sociales más adecuadas para lograr las metas planteadas y crear las respectivas cuentas en sus portales.

4. Crear un ***Social Media Schedule*** apropiado para lograr las metas planteadas en el **Marketing Plan format** en un plazo de 30 días. Allí se deben incluir (especificar) los siguientes ítems:

- ➔ Fechas y redes sociales en las que se realizarán publicaciones.
- ➔ Fechas destinadas para la elaboración y selección del contenido.
- ➔ Tipos de contenido a compartir.

5. Crear y seleccionar el contenido específico para publicar durante las dos primeras semanas: imágenes, videos, textos, enlaces, promociones, etc.

Nota: El 70% del contenido debe ser creado en inglés. El 30% podrá ser contenido replicado desde otras fuentes, que deben ser citadas (según las estipulaciones de las Normas APA). El contenido debe ser creado, redactado o seleccionado y organizado tal cual será publicado.

6. Publicar el contenido programado para la primera semana, de acuerdo con lo planteado en el ***Social Media Schedule***.

7. Un día antes de la fecha de entrega de la evidencia, tomar pantallazos de los contenidos publicados (de cada red social seleccionada).

8. Compilar en un solo documento la siguiente información:

- ➔ *Marketing Plan format.*
- ➔ *Social Media Schedule.*
- ➔ Contenido específico creado para a compartir durante las dos primeras semanas.
- ➔ Pantallazos de los contenidos publicados (de cada red social seleccionada).

Esta evidencia la debe presentar en el menú principal a través de la ruta: ***Fase 4 Evaluación / Actividad de Proyecto 8 – Documentación del proyecto / Evidencias / AP8-AA15-EV8: Promoting my brand on social media (Part II).*** En este espacio podrá consultar el instrumento de evaluación correspondiente, ***Promoting my brand in social media*****"** para verificar que la evidencia cuenta todo lo solicitado por el instructor.

Nota 4: Esta evidencia debe ser redactada totalmente en inglés.

Recuerde que cuenta con más recursos de apoyo si requiere de mayor información para desarrollar la presentación, puede realizar investigación adicional en el material complementario, Biblioteca SENA u otras fuentes de internet.

AP8-AA15-EV9: Analyzing the success of my Social Media strategies

Resultado de aprendizaje asociado: Relacionarse con hablantes nativos en un grado suficiente de fluidez y naturalidad, de modo que la comunicación se realice sin esfuerzo por parte de los interlocutores.

Criterio de evaluación asociado: Puede iniciar un discurso, tomar la palabra y terminar una conversación técnica de su profesión.

Puede interactuar fácil y espontáneamente con hablantes nativos.

En el material de formación "***Promoting my brand on social media (Part II)*** usted recibió información relacionada con la promoción de su marca en páginas web y redes sociales, incluyendo la elaboración de un **Marketing Plan Básico** y un **Social Media Schedule**, así como con actividades de práctica y material complementario que afianzaron su conocimiento. Con base en ello, se evidencia que cuenta con las habilidades suficientes para elaborar las siguientes actividades junto con el GAES:

1. Luego de una semana de haber realizado la implementación del ***Marketing Plan*** y el ***Social Media Schedule***, realizar una reunión con el grupo de trabajo, teniendo en cuenta la información brindada en el material de formación y materiales complementarios, con el fin de analizar y socializar lo sucedido durante la implementación.

2. Redactar y preparar una presentación del proceso realizado (planeación, implementación y resultados).

3. Enviar la presentación al tutor (durante las fechas establecidas) a través del **Foro "AP8-AA15-EV9: Analyzing the success of my Social Media Strategies",** ubicado en el **Menú Principal / botón Foros de discusión.** Allí el instructor realizará la retroalimentación y en caso de que sea necesario solicitará la realización de los ajustes que se requieran. A través de la ruta ***Fase 4 Desarrollo / Actividad de Proyecto 8 – Documentación del proyecto*** / **AP8-AA15-EV9: Analyzing the success of my Social Media strategies"** podrá consultar el instrumento de evaluación **correspondiente,** para verificar que la presentación cumple con todos los aspectos solicitados por el instructor.

4. Participar en el **Encuentro sincrónico**, ubicado en el **Menú Principal** / **Sesiones en línea / Enlaces sesiones en línea**, en la fecha y hora indicadas por el instructor de manera anticipada. Realizar la presentación del proceso adelantado (planeación, implementación y resultados).

5. Cada aprendiz debe realizar al menos dos intervenciones significativas de mínimo siete minutos a parte de su presentación; así mismo, debe formular dos preguntas a un compañero y contestar dos preguntas que le sean formuladas por sus compañeros. Recuerde que cuenta con más recursos de apoyo si requiere de mayor información para desarrollar la presentación, puede realizar investigación adicional en el material complementario, Biblioteca SENA u otras fuentes de internet.

4. Actividades de evaluación

Tome como referencia las técnicas e instrumentos de evaluación citados en la Guía de Desarrollo Curricular

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
EVIDENCIA DE PRODUCTO: AP8-AA15-EV1: Plan de Branding y Merchandising	Diseña el manual de identidad corporativa y de marca del producto multimedia, basado en los conceptos de Branding y Merchandising.	Lista de chequeo.
EVIDENCIA DE PRODUCTO: AP8-AA15-EV2: Plan de comunidades y redes sociales		Lista de chequeo.
EVIDENCIA DE PRODUCTO: AP8-AA15-EV3: Plan de E - Commerce		Lista de chequeo.
EVIDENCIA DE PRODUCTO AP8-AA15-EV4: Manual del usuario	Elabora los manuales de usuario requeridos para la correcta utilización de la multimedia, de acuerdo con el público destino y los lineamientos técnicos.	Lista de chequeo.
EVIDENCIA DE PRODUCTO		Lista de chequeo.

AP8-AA15-EV5: Manual técnico	Integra la ayuda en la multimedia según la tipología y estructura de navegación con el fin de hacerla más comprensible para el usuario.	
EVIDENCIA DE PRODUCTO AP8-AA15-EV6: Diseño de marca eco ambiental	Optimiza los recursos requeridos en el desarrollo de sus actividades formativas y productivas según las normas institucionales. Contribuye con el cuidado y uso de los elementos que integran su entorno formativo y laboral según las normas institucionales	Lista de chequeo.
EVIDENCIA DE DESEMPEÑO AP8-AA15-EV7: Adecuación eco ambiental del área ocupacional	Dispone los residuos teniendo en cuenta las normas de clasificación de los mismos. Mantiene limpio y ordenado el lugar donde desarrolla sus actividades formativas y productivas según estándares de protección ambiental.	Lista de chequeo.
EVIDENCIA DE PRODUCTO AP8-AA15-EV8: Promoting my brand on social media	Elabora resúmenes cortos sobre textos sencillos y con contenido técnico.	Lista de chequeo

EVIDENCIA DE DESEMPEÑO AP8-AA15-EV9: Analyzing the success of my Social Media Strategies	Puede iniciar un discurso, tomar la palabra y terminar una conversación técnica de su profesión. Puede interactuar fácil y espontáneamente con hablantes nativos.	Lista de chequeo

5. Glosario de términos técnicos

A piece of cake: very easy to do.

Accesabilidad: Posibilidad de acceso en la cual se contempla tanto la posibilidad de acceder a un contenido por personas con limitaciones individuales, discapacidades, dominio del idioma, o limitaciones derivadas del contexto de acceso como software o hardware.

Adverts: 1) an announcement in a newspaper, internet, social media, on television, or on a poster about something such as a product, event, or job. 2) advertisement. **Beyond:** farther on or away.

Ambiente: Es el conjunto de fenómenos o elementos naturales y sociales que rodean a un organismo, a los cuales este responde de una manera determinada. Estas condiciones naturales pueden ser otros organismos (ambiente biótico) o elementos no vivos (clima, suelo, agua). Todo en su conjunto condiciona la vida, el crecimiento y la actividad de los organismos vivos.

Arquitectura de la información: Es definida como el arte y la ciencia de organizar espacios de información con el fin de ayudar a los usuarios a satisfacer sus necesidades de información. La actividad de organizar comporta la estructuración, clasificación y rotulado de los contenidos de la multimedia.

Auge: Periodo en el cual se alcanza el punto más alto o intenso dentro de un proceso.

Base de datos: Sistema estructurado que permite la escritura, almacenamiento y consulta de datos. Generalmente los datos están relacionados o construidos bajo un mismo contexto. Existen varios gestores de bases de datos, algunos más robustos que otros, pero que cumplen con el objetivo de estar almacenados para su consulta.

Bienes: Pertenencias de una persona u organización.

Boost: to increase, improve, or be more successful.

Branding awareness. Estrategia orientada a conocer el grado de recordación que tiene un consumidor con respecto a la marca de un producto o compañía.

Branding corporativo: Estrategia para posicionar la marca de una empresa en la mente del consumidor.

Branding emocional: Estrategia para posicionar la marca de un producto en la mente del consumidor, basado en las emociones del target.

Branding: Estrategia para posicionar la marca de un producto o empresa en la mente del consumidor.

Broad: something that includes a large number of different things or people.

Caché: Hace referencia a un sistema de buser para alojar información de consulta continua, para tenerla disponible cuando se acceda nuevamente y reduzca el consumo de ancho de banda y a su vez reduzca el tiempo y peso de carga de una página web.

Calentamiento global: Es la alteración (aumento) de la temperatura del planeta, producto de la intensa actividad humana en los últimos 100 años. El incremento de la temperatura puede modificar la composición de los pisos térmicos, alterar las estaciones de lluvia y aumentar el nivel del mar.

Capa de ozono: Capa compuesta por ozono que protege a la Tierra de los daños causados por las radiaciones ultravioleta procedentes del sol. Si desapareciera esta capa las radiaciones esterilizarían la superficie del globo y aniquilarían toda la vida terrestre.

Cliente comprador: Consumidor que realiza la compra de la marca de un producto de forma planificada.

Cliente oportunista: Consumidor que realiza la compra de la marca de un producto a causa de la comparación con otro; o en su defecto, por campañas publicitarias en el punto de venta.

Co-branding: Estrategia entre varias compañías para posicionar la marca de un producto o empresa en la mente del consumidor.

Come by: to obtain it or find something.

Comunidad: Agrupación de personas unidas por un elemento o necesidad en común.

Consumo responsable: Consumo de productos y servicios generados en el tercer mundo por parte de personas de los países ricos, que tiene en cuenta las condiciones laborales y ambientales en que esta producción se ha llevado a cabo. Contaminación: (Del latín contaminare = manchar). Es un cambio perjudicial en las características químicas, físicas y biológicas de un ambiente o entorno. Afecta o puede afectar la vida de los organismos y en especial la humana.

Curriculum vitae: Equivalente de hoja de vida a nivel internacional, en el que se refiere toda la información personal y experiencia laboral.

Demanda: La cantidad y calidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a comprar a un precio determinado.

Desarrollo sostenible: Es aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades. Al mismo tiempo que distribuye de forma más equitativa las ventajas del progreso económico, preserva el medio ambiente local y global y fomenta una auténtica mejora de la calidad de vida.

Digital branding: Estrategia para posicionar en redes sociales o sitios web la marca de un producto o empresa en la mente del consumidor.

Discapacidad: También llamada incapacidad, es la condición de algunas personas con deficiencias físicas, materiales o mentales, que presentan obstáculos para gozar de una inclusión Igualitaria en la sociedad

Dominio: Se define como el nombre con el cual se accede a un contenido en internet. Los nombres de dominio resuelven la conexión al servidor mediante los DNS (Domain Name System), que son el sistema de traducción de un nombre a una IP, ya que internet está construido a partir de direcciones IP; sin embargo, es más fácil recordar un nombre que un número además que existen servidores con IP compartida entonces se limitaría el crecimiento de las páginas web.

Due to: because of.

E- comerce: El comercio electrónico significa el uso de Internet y en especial la web para hacer transacciones comerciales de compra-venta.

Ecología: Ciencia que estudia a los seres vivos en sus distintos niveles de organización y sus interrelaciones entre ellos y con el medio ambiente.

Ecosistema: Complejo dinámico de comunidades vegetales, animales y de microorganismos y su medio no viviente que interactúan como una unidad funcional.

Energía alternativa: También llamada renovable. Energía que se renueva siempre, como por ejemplo la energía solar, la eólica, la fuerza hidráulica, la biomasa o la geotérmica, (calor de las profundidades).

Enticing: extremely attractive and makes you want to get it or to become involved with it.

Exceed: to go beyond in quantity, degree, rate, etc.

Extensiones: Gramaticalmente hace referencia a extenderse, orientado a los cms, son trozos de código complementando una función inicial o creando una nueva, orientado a trabajar bajo un núcleo o core, de acuerdo con el software que se esté manejando, por tanto, extiende su función o alcance inicial.

Falter: to stop being effective or making progress.

Feat: a specialized skill.

Gases de invernadero: Gases como el dióxido de carbono o el metano que se encuentran en la troposfera y que actúan como un techo que controla el ritmo de escape del calor de sol, desde la superficie terrestre.

GNU: Es otra manera de referirse a la licencia GPL

GPL: General Public Licence ó su traducción en español, Licencia Publica General, es la licencia mediante la cual se distribuye el desarrollo o software de código abierto en todo el mundo. Su filosofía se basa en la protección de los derechos del usuario, usar, compartir, estudiar y modificar.

Hashtags: Etiqueta compuesta por una serie de caracteres que viene precedida por el signo #, enlazando la etiqueta con otro contenido en la web.

Headache: A cause of worry, annoyance, or trouble.

Hosting: Es el servicio de alojamiento de archivos en un servidor para ser accesados mediante internet.

Hot: in this context, hot means currently popular or in demand.

Intermediario: Persona que media entre otras para un negocio.

Investment: amount of money, time or effort you spend on something in order to make it a success.

Knack: a particularly clever or skilful way of doing something successfully, especially something which most people find difficult.

Latter: when two people, things, or groups have just been mentioned, you can refer to the second of them as the latter. In this case, it is making reference to the web pages.

Licencia: Se define como el contrato legal, donde se especifican los derechos de uso de algo, en el caso del software existen licencias Open Source como la GPL o GNU, que determinan el uso libre de desarrollos de código abierto, al igual que existen licencias de paga para software propietario, que permiten el uso pero no la distribución, venta, arrendamiento o cualquier tipo de tercerización que genere violación a las políticas aceptadas en ese tipo de licencia.

Mapa del sitio: Es un listado de las páginas accesibles de una página web completa. Esta lista contiene los hipervínculos a cada una de las páginas.

Marketing social. Estrategia para posicionar en el sector de la salud, la marca de un producto o empresa en la mente del consumidor.

Marketing: proceso administrativo o conjunto de actividades que permite a los individuos la creación y el intercambio de bienes y servicios de una organización o emprendimiento.

Meager: not enough in quantity or quality; insufficient.

Medio ambiente: Es el conjunto de factores físico-naturales, sociales, culturales, económicos y estéticos que interactúan entre sí, con el individuo y con la sociedad en que vive, determinando su forma, carácter, relación y supervivencia.

Menú de navegación: Es lo que permite a un usuario interactuar con la multimedia, revisar y solicitarle información en el momento que considere pertinente, la recomendación es que el menú siempre este en el mismo lugar y conserve la misma apariencia visual, esto con el fin de garantizarle al usuario una experiencia positiva en cuanto a la usabilidad y accesabilidad.

Mercado: Ámbito destinado a la compra y venta de bienes y servicios.

Merchandising de ataque: Estrategias orientadas a buscar consumidores o clientes fieles.

Merchandising de defensa: Estrategias orientadas a prolongar la existencia de una marca de producto en el mercado.

Merchandising de nacimiento. Estrategias orientadas a incursionar la marca de un producto o compañía en el mercado.

Merchandising: Estrategia para promocionar y vender un producto al cliente.

Microblogging: Se refiere al servicio que permite publicar mensajes breves de texto.

Navegación: Es la acción de interactuar con un dispositivo que pueda recuperar una información en el formato que esté disponible, mediante una herramienta de navegación como el navegador o software web. (Internet Explorer, Mozilla Firefox, Google Chrome, etc).

Navegación: Espacio para Interactuar en un sitio web.

Outline: a general explanation or description of something.

Paced: rate of movement.

Packaging: Arte o tecnología de inclusión o protección de productos para la distribución, el almacenaje y la venta. Empaques.

Pauta comercial: Espacio de publicidad que se acuerda con otro servicio en el que se puede promocionar una marca o producto.

Personal branding. Estrategia para posicionar la marca de una persona natural en la mente del consumidor.

Persuade: to move by argument, entreaty, or expostulation to a belief, position, or course of action.

PHP: Es un lenguaje de programación de código del lado del servidor diseñado especialmente para ambiente web con desarrollo de contenido dinámico,

Plaza o distribución: Se refiere a la comercialización del bien o servicio.

Población: Conjunto de individuos perteneciente a una misma especie, que coexisten en un área en la que se dan condiciones que satisfacen sus necesidades de vida.

Precio: Es el costo total o real para el cliente del bien o servicio después de valorar cada ítem y detalle del proceso productivo

Promoción: Forma de persuadir al posible cliente sobre los beneficios y por qué elegir un bien o servicio entre otros.

Rate of conversion: a conversion rate is an equation that online advertisers and marketers use to compare the total number of visitors to a website to the number that become paying customers, subscribers or users. Conversion rates are extremely helpful to electronic storefront owners, who can use website traffic results to determine what other marketing methods should be enlisted to increase product sales.

Recursos naturales: Son aquellos bienes existentes en la Tierra y que la humanidad aprovecha para su subsistencia, agregándoles un valor económico. Tales recursos son: El aire, la energía, los minerales, los ríos, la flora, la fauna, etc.

Recursos renovables: Son aquellos bienes que existen en la Tierra y que no se agotan, tales como el aire, el viento, el agua del mar. Se reproducen solos o con la ayuda del hombre. Recursos no renovables: Son aquellos bienes que existen en la Tierra en cantidades limitadas. En su mayoría son minerales tales como el petróleo, el oro, el platino, el cobre, el gas natural, el carbón, etc.

Rewards: 1) something good that happens or that you receive because of something that you have done. 2) money that you receive for working.

Servidor: En el escenario de internet, el servidor actúa como un ente que provee servicios a otros entes, en este caso usuarios. Como alojamiento de archivos.

Sostenibilidad: Proceso de racionalización de las condiciones sociales, económicas, educativas, jurídicas, éticas, morales y ecológicas fundamentales que posibiliten la adecuación del incremento de las riquezas en beneficios de la sociedad sin afectar al medio ambiente, para garantizar el bienestar de las generaciones futuras. También puede denominarse sustentabilidad.

Spam: Hace referencia al contenido o mensajes no deseados, por lo general de tipo publicitario.

SQL: Es un sistema de gestión de base de datos, multiusuario, distribuido bajo la licencia GNU o GPL, también existe una versión de paga para los proyectos corporativos.

Striking: very noticeable or unusual.

Strives: to devote serious effort or energy.

Take on: to begin to perform or deal with.

Task: an activity or piece of work which you have to do, usually as part of a larger project.

Traffic: the number of customers patronizing a commercial establishment in a given time period.

Traffic: the volume of customers visiting a business establishment.

Tráfico: Es medido para ver la popularidad de sitios web y páginas individuales o secciones sin que estos estén en un portal.

URL: En inglés uniform resource locator, es un sistema de cadena de caracteres que de alguna manera reemplaza a las direcciones IP por nombres, y permite acceder a una información alojada en un servidor.

Usabilidad: Hace referencia a la facilidad de uso de cualquier herramienta creada por mano de obra de humanos para el uso de humanos.

6. Referentes bibliográficos

Baena Gracia, V. (2010). Instrumentos de marketing. (Universidad Oberta de Catalunya, Ed.

Cáceres Ramírez, O. (2014). Ensayo sobre redes sociales.

Catarina.udlap. (2013). Tipos de maketing y sus diferencias. Recuperado de: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lmk/jimenez_t_da/capitulo3.pdf

Código visual. (2013). Qué es el packing. Recuperado de: http://codigovisual.wordpress.com/2009/07/06/que-es-el-packaging/

Collinsdictionary. (2017). Thesaurus and Translations.

Comunicación Multiplicalia, (2017). Redes sociales más usadas. Recuperado de: https://www.multiplicalia.com/redes-sociales-mas-usadas-2017

Conversionminded. (2017). Online Marketing Strategies to Amplify Your Profits - Conversion Minded. Social Media Cheat Sheet + Content Calendar. Retrieved from: http://conversionminded.com/social-media-cheat-sheet-content-calendar-for-biz-owners-and-bloggers/?pp=1

Creación de Empresas. (2014). Plan de viabilidad. Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife. Recuperado de: http://www.creacionempresas.com/plan-de-viabilidad/que-es-un-plan-de-empresa-viabilidad/marketing-y-comercializacion

Creative Marketing Services. (2017). Web Design | Social Media | Blogging. Creative Marketing Services: Web Design | Social Media | Blogging. Retrieved from: http://www.twelveskip.com/

Definicion.de. (2017). Manual de usuario. Recuperado de: https://definicion.de/manual-de-usuario/

Definicion.de. Pérez Porto, J., & Gardey, A. (2013). Branding. Recuperado de: https://definicion.de/branding/

Dictionary.cambridge. (2017). English Dictionary, Translations & Thesaurus. (n.d.). Retrieved from: http://dictionary.cambridge.org/

Digitalia Hispana. Martinez Cruz, H. (2011). El arte de influir. (Jorge Tadeo Lozano, Ed.)

Digitalia Hispana. Morgan, T. (2016). Visual merchandising: escaparates e interiores comerciales. (Editorial Gustavo Gili, Ed.)

Digitalia Hispana. Prieto Herrera, J. (2010). Merchandising: la seducción en el punto de venta. (Ecoe Ediciones, Ed.).

Digitalia Hispanica. Mesa Holguin, M. (2012). Fundamentos de marketing.

Dingox.com. (2017). Tutoriales, Curiosidades, Ciencia, Salud y más. Marketing Digital.

Ebooks7-24. Lane Keller, K. (2008). Administración estratégica de marca Branding. (Pearson Education, Ed.) Recuperado de: http://www.ebooks7-24.com.bdigital.sena.edu.co/?il=3649

Ecoestrategia. (2017). Artículo Ambiental.

English grammar. (2017). Rules + Exercises + PDF free download. Retrieved from: http://www.e-grammar.org

Entrepreneur, José Antonio Ramírez. (2017), Artículo.

Entrepreneur. (2017). Entrepreneur - Start, run and grow your business. 21 Ways to Market Your Business Online. Retrieved from: http://www.entrepreneur.com/article/283832

Es.ccm. (2017). Introducción al comercio electrónico, Recuperado de: http://es.ccm.net/contents/201-introduccion-al-comercio-electronico-e-commerce

Garcia Roca, W. (2013). E-Branding personal y corporativo. (Macro, Ed.) Recuperado de: http://www.ebooks7-24.com.bdigital.sena.edu.co/?il=1934

Gonzales Reyes, A. (2010). Guía Manual Técnico Distribuido. Recuperado de: https://es.scribd.com/document/290685524/Guia-Manual-Tecnico-Distribuido

IDEAM. (2017). *Instituto de Hidrología, metereología y estudios ambientales.* Recuperado de: http://www.ideam.gov.co/web/ecosistemas/deforestacion-colombia

Informática Hoy. (2014), Tipos de comercio. Recuperado de : https://www.informatica-hoy.com.ar/aprender-informatica/Tipos-de-Comercio-Electronico.php

Innovación. (2016). Ventajas y desventajas del comercio electrónico. Recuperado de: http://www.amexempresas.com/libertadparatunegocio/cuales-son-las-ventajas-y-desventajas-del-e-commerce

Joaquin Lara Sierra (2014). Educación virtual. Recuperado de: http://educacionvirtuall.blogspot.com.co

La cultura del marketing. Manuel, J. (2017). Branding, qué es y porqué trabajar la marca. Recuperado de: https://laculturadelmarketing.com/branding-que-es-y-como-trabajar- la-marca/

Listas.eleconomista. Nolas. (2012). Las 20 redes sociales más utilizadas en el mundo. Recuperado de: http://listas.eleconomista.es/tecnologia/1565-las-20-redes-sociales-mas- utilizadas-en-el-mundo

Macmillan Dictionary. (2017). I Free English Dictionary and Thesaurus Online. Retrieved from: http://www.macmillandictionary.com/

Maketing & comercializacion, federico botto. (2009). Recuperado de: http://www.slideshare.net/febot/marketing-comercializacion

Mamapreneur. (2017). Online Home to Rockstar Mom Entrepreneurs. Fill Your Social Media Calendar With 31 Post Ideas - Mamapreneur | Online Community and Resources for Mom Entrepreneurs.

Marketing Web Consulting. (2015). 44 Tipos de marketing con definiciones y ejemplos. Recuperado de https://www.marketingwebmadrid.es/tipos-de-marketing/

Marketingaholic. Juan Quaglia. (2015). Marketing online y emprendimientos en el comercio. Recuperado de: http://marketingaholic.com/marketing-online-y-emprendimientos-en-comercio-electronico/473/

Marketingdigitaldesdecero. RafaLópezpez. (2013). Marqueting digital.

Marketing-Free.com, (2006), Marketing. Rrecuperado de: http://www.marketing-free.com/

Merriam. (2017). Dictionary by Merriam-Webster: America's most-trusted online dictionary. (n.d.). Retrieved from https://www.merriam-webster.com/

Mglobalmarketing. (2015). Marketing Publicidad. ¿Cómo se define el branding de marca? Recuperado de: https://mglobalmarketing.es/blog/como-se-define-el-branding-de-una-marca/

Minambiente. (2017). Gestión integral de recursos.

Natalie Sisson. (2017). Natalie Sisson. Retrieved from: http://www.nataliesisson.com/

Oxford Dictionaries. (2017). Thesaurus, & Grammar., Retrieved from: https://en.oxforddictionaries.com/

Oxford Learner's Dictionaries. (2017). | Find definitions, translations, and grammar explanations at Oxford Learner's Dictionaries. Retrieved from: http://www.oxfordlearnersdictionaries.com/

Postgrados en Marketing. (2014). Qué es el marketing. Recuperado de: http://www.posgradoenmarketing.com/que-es-el-marketing-en-comercio-electronico

Que Negocios.net. (2013). Tipos de Marketing.

Real Academia Española. (2017). Significado. Recuperado de: http://dle.rae.es/?id=OHuzGA3

Sara Nguyen. (2017). Helping Sassy Solopreneurs Reach more people and get more clients. How to create a Social Media content calendar. Retrieved from: http://saranguyenonline.com/how-to-create-a-social-media-content-calendar/

Shivarweb. (2017). ShivarWeb: Improve Your Website Marketing Blog & Newsletter. How To Advertise Your Website Online Effectively in 5 Steps. Retrieved from: http://www.shivarweb.com/2644/how-to-advertise-your-website-online/

Slideshare. (2011). Manuales de usuario y técnico. Recuperado de: https://es.slideshare.net/Dolphinus/manuales-de-usuario-y-tecnico

Small Business News. (2017). Tips, Advice - Small Business Trends. Social Media - Small Business Trends. Retrieved from: http://smallbiztrends.com/category/social-media

Smallbiztrends (2017). Small Business News, Tips, Advice - Small Business Trends. Social Media Calendar Template for Small Business. Retrieved from: http://smallbiztrends.com/social-media-calendar-template-business

Smallbiztrends. (2017). Small Business News, Tips, Advice - Small Business Trends. Retrieved from: http://smallbiztrends.com

Socialetic. Guiu, D. (2017). Qué es el merchandising.

Someacademy (2017). Home | SO ME Academy. Retrieved from: http://www.someacademy.com

Techopedia (2017). Techopedia - Where Information Technology and Business Meet. What is Conversion Rate? - Definition from Techopedia. Retrieved from: http://www.techopedia.com/definition/1450/conversion-rate

The Optimized Web. (2017). What Is Social Media? - The Optimized Web.

TheFreeDictionary.com. (2017). Encyclopedia. Retrieved from: http://encyclopedia2.thefreedictionary.com

Undp.org. (2017). *Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo "PNDU".* Recuperado de: http://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html

Wordreference. (2017). English to French, Italian, German & Spanish Dictionary - WordReference.com. (n.d.). Retrieved from: http://www.wordreference.com/

Youtube (2017). How to upgrade your browser. - YouTube. Retrieved from: https://www.youtube.com/watch?v=87S1GjE-17g

11. Control del documento

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Humberto Amaya Alvear	Experto técnico	Centro de Gestión de Mercados, Logística y Tecnologías de la Información.	Septiembre 2017.
	Lina Patricia Váquiro	Experta inglés	Centro de Gestión de Mercados, Logística y Tecnologías de la Información.	
	Luz Dary Palomino González	Experta Transversal	Centro de Servicios Empresariales y Turísticos Regional Santander.	

	Shirley Andrea Ovalle Barreto	Asesora pedagógica	Centro de Desarrollo Agropecuario y Agroindustrial. Regional Boyacá.	Septiembre 2017.
	Zulma Yurany Vianchá Rodríguez	Líder Línea de Producción Boyacá	Centro de Desarrollo Agropecuario y Agroindustrial. Regional Boyacá.	Noviembre 2017
	Nancy Astrid Barón López	Gestor Línea de Producción Boyacá	Centro de Desarrollo Agropecuario y Agroindustrial. Regional Boyacá.	Noviembre 2017

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

	Nombre	**Cargo**	**Dependencia**	**Fecha**	**Razón del Cambio**
Autor (es)					