PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. **IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE: Diseño de Front End, Marca y Manual de Identidad**
   - **Denominación del Programa de Formación:** Técnico en Diseño e Integración Multimedia
   - **Código del Programa de Formación:** 524139
   - **Nombre del Proyecto: Nombre del Proyecto:** Implementación de solución multimedial que responda a necesidad de comunicación corporativa y académica de las institución educativa.
   - **Fase del Proyecto:** Planeación
   - **Actividad de Proyecto:** Diseñar alternativas de diagramación para el aplicativo multimedia que se deben valorar para establecer el diseño preliminar.

   - **Competencia:** Diseñar la solución multimedial de acuerdo con el informe de análisis de la información recolectada.

   - **Resultados de Aprendizaje Alcanzar:**

     ✓ Diseñar la interfaz gráfica con base en el storyboard.

     ✓ Crear el prototipo de la Multimedia siguiendo el patrón establecido en el guión, el mapa de navegación y el storyboard.

   - Duración de la Guía: 120 horas

2. PRESENTACIÓN

Las imágenes permiten a las personas expresar sus ideas mediante unas pocas líneas que pueden significar algo, mediante un signo gráfico, por ejemplo, unas huellas, indican el paso de un animal, y se le denomina indicio. El signo, también, puede ser semejante a lo que representa, en el caso mencionado anteriormente, se le denomina icono. De otra parte, una imagen, también, puede representar un concepto complejo, como la paloma a la paz.

Los símbolos religiosos tienen la capacidad de hacer referencia a conceptos intangibles, tales como, formas de comportarse, de vivir o de ser, del mismo modo las marcas comerciales contemporáneas, hacen referencia a algo intangible. La marca le permite a las empresas diferenciar sus productos, servicios, posesiones y actividades que le permiten conectarse con el sentimiento de identidad de las personas.

Durante la aplicación de estas actividades deben hacer uso de las TICS, el trabajo autónomo y colaborativo, el buen uso de los ambientes de aprendizaje y el acompañamiento y asesoría del instructor.

3. FORMULACIÒN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividad de reflexión inicial

Antes de dar inicio a las actividades de aprendizaje es importante identificar las problemáticas del contexto social y productivo; en el desarrollo de esta actividad en grupos de trabajo, deberán analizar el vídeo, imagen, o situación problema entregada por el instructor; cada integrante del grupo debe participar activamente para dar respuesta a los interrogantes.

¿Por qué las marcas deben contar con un manual de identidad corporativa y una página web?
¿Cuáles son los puntos más importantes que deben estar presentes en ambos?
¿Plantee cuáles serían las consecuencias de no contar con ambas herramientas?
Una vez desarrollada las preguntas, cada grupo de trabajo socializa sus respuestas.

3.2 Actividad de contextualización

Teniendo en cuenta el problema, causas y consecuencias presentadas en la actividad anterior, cada grupo deberá presentar una exposición donde, por medios de casos reales se evidencia la importancia de contar con un manual de identidad corporativa y con una página web y cómo estos favorecen a la empresa, producto o institución.

Esta actividad debe ser socializada y sustentada ante todo el grupo.

3.3 Actividades de aprendizaje

Actividad 1 Realizar el diseño base (Front End) de la interfaz gráfica según lo establecido en el mapa de navegación.

Actividad de apropiación – Interpretación

A partir de la exposición por parte del instructor, exponiendo: ¿Qué es?, ¿Para qué? y ¿Qué puntos debe llevar una interfaz gráfica?, los aprendices se familiarizan con la importancia de crear un prototipo multimedial que afiance la relación de la empresa con el público objetivo.

Actividad de Argumentación

Teniendo en cuenta la descripción de lo aprendido en los mismos grupos conformados en la actividad anterior y continuando con la propuesta diseñada del manual de identidad corporativa, los aprendices deben analizar cómo se relacionan los conocimientos y procesos identificados y sustentarlos por medio exposiciones donde exponga por medio de una interfaz gráfica similar a su área propuesta, el funcionamiento de esta interfaz y tomarla de base para el diseño de su propuesta.

Actividad Proposición

Teniendo en cuenta las prácticas y habilidades desarrolladas en actividades previas, en el desarrollo de esta actividad se deberán trabajar con los grupos ya conformados previamente, de acuerdo a las indicaciones del instructor en donde deberán realizar lo siguiente:
Una interfaz gráfica (página web en Photoshop) con la marca propuesta en la actividad anterior. Este debe incluir los puntos básicos que debe contener una interfaz:

1. Página Inicio o HOME
2. ¿Quiénes Somos?
3. Productos o Servicios
4. Contacto

Este material debe entregarse editable en el programa Photoshop con todos los elementos abiertos para permitir así su revisión. Estos procesos serán verificados por el instructor mediante una lista de chequeo, la cual deberán subir diligenciada con base en las indicaciones del instructor a su portafolio de evidencias.

Actividad de Transferencia
Una vez desarrolladas las actividades de apropiación del conocimiento se aplicará la actividad de proyecto: Al finalizar el año se destinarán la última clase para sustentar el diseño de esta interfaz para que cada grupo exponga ante el instructor la propuesta que el grupo diseñó.

Actividad 2

Definir la imagen representativa de la empresa tomando como partida los fundamentos del diseño.

Actividad de interpretación

Visitar el siguiente enlace y leer el documento sobre la importancia de diseñar el logo correcto como identificación de un producto, servicio o empresa.

https://www.gestiopolis.com/la-marca-su-definicion-sus-elementos-y-su-gestion/

Actividad de argumentación

Analizar el material que la instructora compartió previamente en la plataforma territorium sobre los ejemplos de marcas exitosas, los conocimientos previos de fundamentos del diseño visto en el primer trimestre y realizar un boceto de lo que sería el diseño de marca que representara a la pyme que el grupo escogió previamente.

Actividad de proposición

Desarrollar el logo que representará a la PYME máximo 3 o 4 personas, este diseño debe realizarse en programa de diseño Adobe illustrator teniendo en cuenta todos los conocimientos previos sobre los elementos gráficos, tipología del color y demás conocimientos previos que permitan un realizar un diseño acorde a lo que el empresario busca como una solución a una renovación de marca o una propuesta a una pyme nueva. recuerde que dicho logo debe cumplir con todas las características vistas en la formación. Subir esta propuesta de manera individual a la plataforma territorium.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento: Respuestas a preguntas abiertas o de selección múltiple **Evidencias de Desempeño:**	Elabora el prototipo de la multimedia con base en el storyboard.	VP Valoración de producto LCH Lista de chequeo

Evidencias de Producto: Manual de Identidad Corporativa Front End de la Interfaz Gráfica	Realiza el boceto de la interfaz gráfica del proyecto aplicando técnicas creativas y elementos del diseño gráfico.	

5. GLOSARIO DE TERMINOS

- **Arquitectura de marca:** Organización del portafolio de marcas de una compañía, o de una familia de productos o servicios, en una estructura que especifica los roles y las relaciones jerárquicas que existen entre ellas.

- **Brainstorming:** Tormenta o lluvia de ideas. Proceso mediante el cual se hace acopio de un gran número de ideas, generalmente, gracias a una reunión entre creativos.

- "Término anglosajón que se refiere al valor económico de una marca. Exsiten varias metodologías para averiguar dicho valor". (VILLAFAÑE, Justo: La buena reputación. Claves del valor intangible de las empresas. Madrid. Pirámide. 2004) .

- **Branding:** "Es el desarrollo de la marca (Brand) y de su identidad mediante un conjunto de acciones y estrategias encaminadas a su construcción y consolidación. Se refiere a toda actividad que afecte a la percepción de la marca, es decir, cualquier forma de presentar su identidad corporativa, anunciarse, comercializarse, promover ventas o hacer relaciones públicas". (LÓPEZ ALONSO, Rodrigo: Diseño & Edición de la A a la Z. Madrid 2005) .

- **Cultura Corporativa**: "La cultura corporativa es la construcción social de la identidad de la organización, la cual se expresa a través de los significados que sus miembros dan a los hechos que definen esa identidad: los atributos de identidad permanentes (el somos) , el sistema de valores corporativos (el pensamos) y la unidad estratégica de la empresa (el hacemos) ".

- **Front-end** y **back-end** son términos que se refieren a la separación de intereses entre una capa de presentación y una capa de acceso a datos, respectivamente. Pueden traducirse al español el primero como interfaz, frontal final o frontal y el segundo como motor, dorsal final[1] o zaga, aunque es común dejar estos términos en inglés.

- **Identidad corporativa:** Son los atributos de una corporación que la identifican y diferencian de otras. Estos atributos, diez en total, se agrupan en tres conjuntos.
  1. Los atributos permanentes de identidad: actividad productiva, competencia técnica y comercial, historia de la organización, naturaleza societaria.
  2. Los atributos que definen la estrategia empresarial: visión estratégica, misión y proyecto empresarial.
  3. Los atributos asociados a la cultura corporativa: valores éticos y valores profesionales.

- **Imagotipo:** Signo no verbal que puede acompañar al logo. A veces, incluso, lo sustituye debido a su nivel de pregnancia

- **Logotipo:** "Versión gráfica estable del nombre de marca". (Norberto Chaves)

- **Página Web:** Una página web, o página electrónica, página digital, o ciberpágina es un documento o información electrónica capaz de contener texto, sonido, vídeo, programas, enlaces, imágenes, y

muchas otras cosas, adaptada para la llamada World Wide Web (WWW) y que puede ser accedida mediante un navegador web

- **Marca:** La marca resume todo aquello que un cliente final es capaz de percibir de una corporación: un producto o un servicio, la credibilidad de una oferta o una relación de proximidad con el cliente.
- ***Stakeholders:*** Grupos de interés para una empresa, internos o externos: trabajadores, clientes, proveedores, accionistas, etc

6. REFERENTES BILBIOGRAFICOS

- https://www.adobe.com/la/products/photoshop.html?sdid=KQPQW&mv=search&s_kwcid=AL!3085!3!227254724827!b!!g!!photoshop&ef_id=WJogBwAAAOIA5A0e:20171026000952:s
- http://www.falconmasters.com/web-design/que-es-front-end-y-que-es-back-end/
- Villalobos, j. (2017). *ENTREPENEUR:* Cómo crear tu identidad corporativa https://www.entrepreneur.com/article/265708
- https://designschool.canva.com/branding-identity-design/
- http://www.imart.es/descargas/manual_IMART100308.pdf
- López, m. (1997). Manual de identidad corporativa, una proyección de personalidad
- https://books.google.com.co/books?id=eIsQogEACAAJ&dq=manual+identidad+corporativa&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj6y-OA7IzXAhXESyYKHaeFCBYQ6AEIKzAB

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Henry Alexander Falla O.	Instructor	Articulación con la media	1 de febrero de 2018
	Juan Carlos Castro Galvis	Instructor	Articulación con la media	1 de febrero de 2018

8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)	Juan Carlos Castro Galvis	Instructor	Articulación con la media	16 de Abril de 2020	Cambio de Formato SIGA y cambio a Formacion Virtual

	Hernan Javier Fierro O.	Instructor	Articulación con la media	16 de Abril de 2020	Cambio de Formato SIGA y cambio a Formacion Virtual
	Susana Páez Urrea	Instructor	Articulación con la media	16 de Abril de 2020	Cambio de Formato SIGA y cambio a Formacion Virtual
	Sergio Alfredo Morales D.	Instructor	Articulación con la media	16 de Abril de 2020	Cambio de Formato SIGA y cambio a Formacion Virtual

PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. **IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE:** Validación y entrega del producto al cliente.
   - **Denominación del Programa de Formación:** Técnico en Diseño e Integración Multimedia
   - **Código del Programa de Formación:** 524139
   - **Nombre del Proyecto: Nombre del Proyecto:** Implementación de solución multimedial que responda a necesidad de comunicación corporativa y académica de las institución educativa.
   - **Fase del Proyecto:** Evaluación
   - **Actividad de Proyecto:** Verificar y entregar la solución multimedia que cumple a satisfacción con las necesidades del cliente.

   - **Competencia:** Diseñar la solución multimedial de acuerdo con el informe de análisis de la información recolectada.

   - **Resultados de Aprendizaje Alcanzar:**
     - ✓ Validar el prototipo con el director del proyecto multimedia de acuerdo con el guión técnico dejando constancia en la lista de chequeo.

   - **Duración de la Guía:** 60 horas.

2. **PRESENTACIÓN**

El diseño de cualquier tipo de productos ya sean mensajes, objetos o espacios, parte siempre de un problema humano, al cual, se le debe dar una solución que satisfaga de manera positiva una necesidad. Durante el desarrollo de la formación, el aprendiz, se ha podido encontrar con una serie de procesos, que le permiten dar solución a una problemática, a partir de las herramientas que ofrece el diseño. Es importante tener siempre en mente un objetivo desde y para el cual, se ofrece una respuesta de diseño adecuada.

En resumen, después de recolectar la información del cliente y organizarla, se idea un producto de diseño que responda a sus necesidades, a continuación, se procede a la bocetación y generación de un prototipo, el cual, se testea y ajusta, cuantas veces sea necesario, para que cumpla de forma positiva con su cometido hasta su producción final, no sin antes, probar que todos los componentes estén presentes y en funcionamiento operativo, para cada una de las tareas que le corresponden, así como también, corregir los errores ortográficos y comprobar que los elementos interactivos están funcionando correctamente, para lo anterior se hace uso de una lista de chequeo. Por último, se recopilan archivos editables, documentos de los productos realizados y de ser necesario se capacita al cliente en el uso de los elementos para la entrega final.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de reflexión inicial.

El proceso de producción de diseño e integración de multimedia, por lo general, se compone de una serie de pasos o etapas que van desde la idea o problema de un cliente, hasta la obtención del producto de diseño o multimedia final. La correcta organización del equipo de trabajo en el desarrollo gráfico o audiovisual permite trabajar los múltiples aspectos de nuestra producción en paralelo, ofreciendo alternativas a la línea de producción, lo que es útil para la optimización de tiempos.

De otra parte, cada uno de los procesos que hacen parte de una producción generan archivos y documentos, los cuales, deben conservarse hasta el final de la producción, ya que algunos serán parte integral del producto terminado que se entrega al cliente.

Veamos el siguiente video y preguntémonos ¿Cuál es el pipeline que se aplica al desarrollo de proyectos de diseño o multimedia? https://youtu.be/_zn_1cf87vc

3.2 Actividades de contextualización.

Veamos el siguiente video “Postproducción" acerca del proceso de finalización de un elemento multimedia, desde la integración de los múltiples elementos que lo conforman hasta su exportación en el formato adecuado:

https://youtu.be/kYGmscYBAn4

Una vez visto el video, responda las siguientes preguntas:

- ✓ ¿Cuáles son los pasos que se desarrollan en la fase de postproducción?
- ✓ ¿Qué es el montaje?
- ✓ ¿Qué programas se pueden utilizar para la postproducción audiovisual?
- ✓ ¿Qué tienen en común los programas para postproducción?
- ✓ ¿Cuáles son las transiciones principales?

3.3 Actividades de aprendizaje

Actividad: Realizar una reunión con el director del proyecto para la aplicación de pruebas de validación.

I. **Actividad de apropiación - interpretación**
   Consulte en internet acerca del proceso de validación y entrega de un producto terminado.

II. **Actividad de argumentación**
   De manera individual realice al menos 3 tipos de pruebas de usabilidad y navegabilidad para la validación de su producto.

III. **Actividad de proposición**
   En parejas elabore el informe de entrega de su producto multimedia, describiendo detalladamente y justificando el contenido de cada una de las secciones que componen su página web. Para esta actividad cuenta con 8 horas.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento: **Evidencias de Desempeño:** **Evidencias de Producto:** Informe escrito del correcto funcionamiento del producto multimedial.	Valida la multimedia de acuerdo con las especificaciones dadas por el director del proyecto.	VP Valoración de producto LCH Lista de chequeo

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **NAVEGABILIDAD:** Facilidad con la que un usuario puede desplazarse por todas las páginas que componen un sitio web. Para lograr este objetivo, un sitio web debe proporcionar un conjunto de recursos y estrategias de navegación diseñados para conseguir un resultado óptimo en la localización de la información y en la orientación para el usuario.
- **USABILIDAD:** El neologismo usabilidad (del inglés *usability* —facilidad de uso—) se refiere a la facilidad con que las personas pueden utilizar una herramienta particular o cualquier otro objeto fabricado por humanos con el fin de alcanzar un objetivo concreto. La usabilidad también puede referirse al estudio de los principios que hay tras la eficacia percibida de un objeto. La usabilidad es un término que no forma parte del diccionario de la Real Academia Española (RAE), aunque es bastante habitual en el ámbito de la informática y la tecnología.
- **ÚTIL:** Es necesario preguntarnos si nuestros productos y sistemas son útiles, y aplicar nuestro conocimiento para definir soluciones innovadoras que apoyan la utilidad.
- **USABLE:** Corresponde a la facilidad de uso o Usabilidad sigue siendo un aspecto fundamental, necesario, pero no suficiente, por lo que se debe complementar con las demás facetas.
- **DESEABLE:** Si bien los sitios deben ser eficientes, en particular con el uso de medios más complejos (imágenes, sonidos, animaciones), esto se debe equilibrar con los demás valores del diseño emocional.
- **ENCONTRABLE:** Los Sitios Web deben ser navegables y permitir que los usuarios puedan encontrar lo que necesitan.
- **ACCESIBLE:** Los sitios Web deben ser accesibles a las personas con discapacidades (más de 10% de la población). Para los Sitios Web de Gobierno ya es un requisito normativo.
- **CREÍBLE:** La credibilidad es uno de los factores más importantes de tener en cuenta y por ello se deben revisar los elementos de diseño que afectan la confianza que nos tienen los usuarios.

- **VALIOSO:** Las facetas ayudan a determinar los aspectos que llevan a que nuestros sitios ofrezcan valor para nuestros usuarios.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

- IEM Bussiness School Valencia; "La importancia del proceso de investigación y pruebas en el diseño de productos digitales". http://iembs.com/pruebas-en-productos-digitales/
- Guía Digital; "¿Qué es la Usabilidad?". http://www.guiadigital.gob.cl/articulo/que-es-la-usabilidad
- Creativos OnLine, Blog; "Cómo entregar un arte final a un cliente de forma correcta". https://www.creativosonline.org/blog/como-entregar-un-arte-final-a-un-cliente.html
- Catarsis, Blog; "Malos Entendidos Del Diseño De Experiencia De Usuario". http://entraencatarsis.com/malos-entendidos-del-diseno-de-experiencia-de-usuario-ux/

4. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Henry Alexander Falla O.	Instructor	Articulación con la media	15 de febrero de 2018
	Juan Carlos Castro G.	Instructor	Articulación con la media	15 de febrero de 2018

5. CONTROL DE CAMBIOS

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)	Juan Carlos Castro Galvis	Instructor	Articulación con la media	17 abril de 2020	Cambio de Formato SIGA
	Hernan Javier Fierro O.	Instructor	Articulación con la media	17 abril de 2020	Cambio de Formato SIGA
	Susana Páez Urrea	Instructor	Articulación con la media	17 abril de 2020	Cambio de Formato SIGA
	Sergio Alfredo Morales D.	Instructor	Articulación con la media	17 abril de 2020	Cambio de Formato SIGA