



PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** TECNÓLOGO EN PRODUCCIÓN DE MULTIMEDIA
- **Código del Programa de Formación:** 228101 V 102
- **Nombre del Proyecto:** Implementación de Acciones para la Central de Medios 4.0 de la fábrica naranja CTA
- **Fase del Proyecto** PLANEACIÓN
- **Actividad de Proyecto:** Plan de trabajo (cronograma, presupuesto, propuestas de diseño, guiones técnicos y gráficos, bocetos).
- **Competencia:**
 - ❖ DISEÑAR LA SOLUCIÓN MULTIMEDIAL DE ACUERDO CON EL INFORME DE ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN RECOLECTADA.
 - ❖ REALIZAR NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES Y CLIENTES, SEGÚN LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS POR LA ORGANIZACIÓN.
- **Resultados de aprendizaje alcanzar duración de la guía:**
 - ❖ Modelar los elementos de la imagen con base en los objetos o personajes establecidos en el guion
 - ❖ Crear el prototipo de la multimedia siguiendo el patrón establecido en el guion, el mapa de navegación y el storyboard
 - ❖ Diseñar la interfaz gráfica con base en el mapa de navegación
 - ❖ Crear la propuesta y/o contrapropuesta que establezca detalles de rentabilidad, precios, y compromisos con base en las políticas del cliente (financiación, presupuesto, objetivos e identidad corporativa).
 - ❖ Definir el costo del proyecto teniendo en cuenta los gastos fijos, variables y tiempo invertido en la realización del mismo.
- **Competencia:**
 - ❖ COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA.
 - ❖ PRODUCIR TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y ORAL.
- **Resultados de aprendizaje alcanzar duración de la guía**
 - ❖ Realizar intercambios sociales y prácticos muy breves, con un vocabulario suficiente para hacer una exposición o mantener una conversación sencilla sobre temas técnicos.
 - ❖ Encontrar vocabulario y expresiones de inglés técnico en anuncios, folletos, páginas web, etc



- **Competencia:**
- ❖ PROMOVER LA INTERACCION IDONEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMAS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL.
- **Resultados de aprendizaje alcanzar duración de la guía**
- ❖ Generar procesos autónomos y de trabajo colaborativo permanentes, fortaleciendo el equilibrio de los componentes racionales y emocionales orientados hacia el Desarrollo Humano Integral.

Duración de la guía: Horas desde ----- hasta **28 DE FEBERERO DE 2023**

2. PRESENTACIÓN

El uso de las herramientas de diseño y la apropiación de teorías para la construcción son las bases para adelantar una propuesta creativa, una buena estructura y cronograma establecido, nos ayudarán como agencia a cumplir a cabalidad con la estrategia propuesta, dando solución a la necesidad del cliente, ajustándonos tanto a los requerimientos actuales de mercado, la producción gráfica y audiovisual.

Aprendices, es hora de construir los elementos que desde sus agencias creativas, propusieron para satisfacer las necesidades de nuestro cliente (SENA CTA), construyendo un material novedoso e innovador, acorde al perfil de los programas asignados y que logre cumplir con los objetivos propuestos en el proyecto.



3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

PLAN DE TRABAJO (CRONOGRAMA, PRESUPUESTO, PROPUESTAS DE DISEÑO, GUIONES TÉCNICOS Y GRÁFICOS, BOCETOS).



3.1 ACTIVIDADES DE REFLEXIÓN INICIAL

Participe de la sesión de preguntas mediante mesa redonda entorno a:

- ✓ ¿Sabe usted qué es un Pitchbook?
- ✓ ¿Sabe usted qué es Plan de Medios?
- ✓ ¿Sabe usted qué es un acta?

3.2 ACTIVIDADES DE CONTEXTUALIZACIÓN E IDENTIFICACIÓN DE CONOCIMIENTOS NECESARIOS PARA EL APRENDIZAJE.

Desde su experiencia responda las siguientes preguntas:



- ❖ Defina: qué es un Guión?
- ❖ Defina: qué es un Blog?
- ❖ Defina: qué es una Plataforma?
- ❖ Sabe usted: Story Board?
- ❖ ¿Para qué sirve una estrategia de comunicación aplicada a la multimedia?

3.3 ACTIVIDADES DE APROPIACIÓN

3.3.1 Elaborar una **PROPUESTA CREATIVA** para las diferentes áreas del SENA - CTA, teniendo en cuenta el desarrollo del brief:

- ✓ Cliente
- ✓ Target
- ✓ Áreas del CTA
- ✓ Objetivos



3.4 BRANDING

Con el fin de conformar la identidad corporativa de cada una de las agencias creativas del programa tecnológico en producción de Multimedia es importante manejar conceptos fundamentales de Branding los cuales le permitan planificar y administrar los elementos de su marca con el fin de mejorar la percepción que tienen de su negocio las personas.

Por ello es importante dar inicio a la construcción de los elementos visuales que comunicarán su imagen corporativa. Para ello deberá aplicar la metodología thinking design y generar una lluvia de ideas con la cual determinará el nombre de su agencia creativa.

Aprendices, una vez realizado este paso, cada agencia deberán diseñar un logotipo teniendo en cuenta la selección de imágenes que comuniquen el sentir de su marca. Realicen 10 bocetos de los cuales deberá seleccionar uno y presentarlo en formato nativo AI usando la técnica de vectorización digital.

Luego tome como ejemplo el manual de identidad corporativa de la marca Coca Cola y analice los diferentes componentes de la identidad visual y adapte los a los requerimientos de su agencia Creativa plasmando en un documento digital en formato PDF tenga presente incluir en el logotipo de su agencia.

3.5 CONSTRUCCIÓN DE LA CONTRA PROPUESTA CREATIVA – PITCHBOOK

Aprendices, en la actividad anterior, las agencias construyeron la **PROPUESTA CREATIVA** de sus propias agencias; desarrollando la identidad visual de su agencia y trabajaron una propuesta Creativa con el área de Emprendimiento y Empresarismo del CTA.

A partir de este momento ustedes asumirán un nuevo reto; cada agencia realizará una contrapropuesta basado en el insumo existente para promocionar los programas de formación titulada del centro de formación; cumpliendo con los requisitos del nuevo Manual de identidad corporativa Brandbook SENA, y que sirvan como insumo para las convocatorias a realizarse durante la vigencia 2023. Para estos cada agencia deberá explorar los programas asignados, y construir propuesta creativa, cronograma, presupuesto dando solución a la necesidad planteada desde el brief.

- ✓ Guion Literario
- ✓ Guion Técnico
- ✓ Story Board para video promocional

Ahora que debemos hacer?

Oficializar nuestro trabajo como agencia responsable para cada proyecto, para esto vamos a realizar un acta de inicio del proyecto.

GFPI-F-135 V01

Preguntémonos entonces, que es un acta?; para que se hace? Y cuando se hace?



Aprendices para esta actividad van a explorar los siguientes links

<https://www.tree.com.py/blog/como-hacer-un-acta-de-reunion>

Después realizaremos una plenaria donde despejaremos dudas.

Como parte de este proceso cada agencia, realizará su acta de inicio para el programa de formación asignado.

❖ RECORDAMOS...Necesidad del cliente.

“La necesidad central de nuestro cliente, está enfocada a diseñar una estrategia de comunicación que le permita promocionar y difundir los programas de formación, a través de la oferta formativa; con el objetivo de captar más público que ingrese al SENA”

3.6 GUIÓN LITERARIO Y GUIÓN TÉCNICO

Para desarrollar un proyecto audiovisual, lo primero que se debe tener claro es la idea, escribir detalladamente un documento que sirva de guía a todos lo el equipo de producción. A este documento le llamamos GUIÓN.

conoceremos la importancia y utilidad del guion para el productor audiovisual.

- Identificar la estructura básica en un guion audiovisual.
- Describir las características y el proceso de elaboración de un guion literario y técnico, a partir de la concepción de una idea y su tratamiento.
- Diferencias entre el guion para proyectos audiovisuales y el guion multimedia.

Aprendices, para esta actividad cada agencia, desarrollará un guion literario, para realizar un video promocional del programa, después de ser aprobado realizarán los demás insumos para elaborar dicho producto audiovisual (guion técnico y story board).

3.7 ACTIVIDAD EMPRESA

Aprendices, iniciaremos la siguiente actividad de transferencia denominada **“SENA CTA”**, en la que deberán responder a los requerimientos de una empresa real, desarrollando las propuestas promocionales de la marca. Para ello usted deberá aplicar los conocimientos adquiridos.



Nombre de la Empresa : SENA CTA

Necesidad del cliente: Promocionar los diferentes programas de formación; a través de un plan de medios que corresponda con el calendario de Convocatorias de formación titulada Presencial, para ser implementado en sus redes sociales. (blog CTA. Pagina facebook CTA).

Objetivo: Aumentar el número de seguidores en las redes sociales y promocionar los programas de formación de la marca ante un público objetivo.

Realizar un Plan de Medios y Contrapropuesta acorde a la necesidad del cliente y según el comportamiento de las redes sociales existentes.

Plan de medios													
		Meses											
Medios		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre
Redes sociales	Publicaciones 4 veces al día												
Web	Blogs, guías, e-books.												
Video	Un video mensual sobre la campaña, haciendo publicidad en display.												
Televisión	Comerciales de 20 s												
Radio	Spots de												
Prensa	Rueda de prensa o pláticas con estudiantes.												
Internos	Mensajes en interiores de autobuses.												
Externos	Espectaculares cerca de periférico.												
Directos	E-mail Marketing												

Recuperado de: <https://www.roastbrief.com.mx/2017/12/como-hacer-un-plan-de-medios-exitoso/>

Piezas a desarrollar:

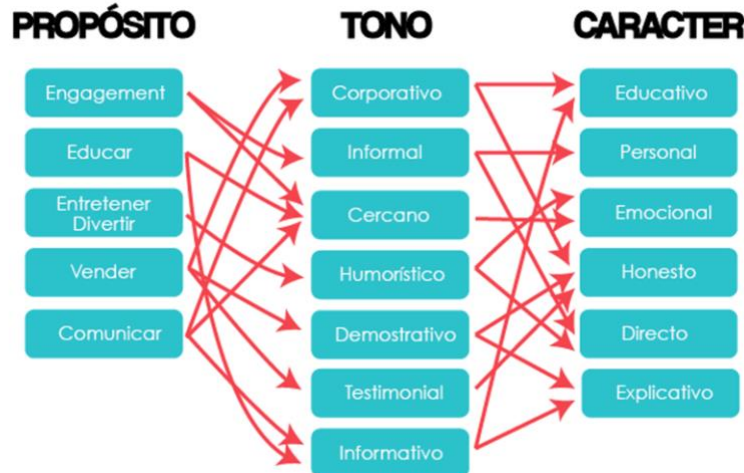
- 2 bocetos de Banner de promoción del programa de formación.
- 1 Banner de promoción del programa de formación asignado.
- 4 bocetos de piezas gráficas para apoyar las charlas informativas del CTA.
- 3 piezas gráficas, para ser publicadas en las diferentes redes sociales que maneja la empresa (Facebook, Blog), y para las charlas informativas del CTA.
- Guion literario y técnico para el Video promocional del Programa de Formación asignado.

GFPI-F-135 V01



- Story board para el Video promocional del Programa de Formación asignado.

PARA TENER EN CUENTA...



Recuperado de: <https://vilmanunez.com/el-sono-de-comunicacion-de-las-marcas-en-internet-y-en-redes-sociales/>

NOTA: Los productos serán entregados en formato digital, en una carpeta en donde se relacionarán todas piezas y de acuerdo al plan de medios, la parrilla para hacer la publicación de los mismos. (publicaciones que realizará la empresa, siempre y cuando cumplan con los requerimientos de calidad y estén acordes al manual de identidad corporativa Brandbook SENA.

La contrapropuesta será la recopilación de todo lo desarrollado durante las demás actividades

PRESUPUESTO.

Todos los proyectos de las industrias creativas, cuentan con varios elementos, los cuales acarrearán una serie de gastos; para poder adelantar una campaña entonces se hace necesario realizar un presupuesto que nos ayude a controlar del monto total del dinero que nos ha sido asignado para desarrollar el proyecto y/o que debemos tener en cuenta a la hora de entregar una propuesta y saber cuánto nos va a costar la ejecución del mismo.

Aprendices, para crear un presupuesto debemos definir que son gastos fijos y gastos variables. Para lograr este objetivo, consultaremos las siguientes páginas:

https://www.gruposrm.com/GrupoSRM_Descargas/GrupoSRM-Tarifas.pdf
https://docs.google.com/spreadsheets/d/16edvEWrh_UMqDID8oIWwlyXqVwvFieDVi-iyogJEQ/edit?fbclid=IwAR29_iOlyO6pH3VbeZ47_0uaM5qOtF5h34MeoZdwHaWCYnhJFSBK2iAEHsk#gid=0



PRESUPUESTO			PLAN DE PUBLICIDAD											
Total: 3.000.000			Costo de medios: 2.333.000											
			Otros costos: 667.000											
Acciones y medios			PLAN DE PUBLICIDAD											
Tipo de acción	Medio	Costo/Unitario	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	ACT					
Publicidad Prensa	La Nación/La República	10.000,00	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Publicidad Revistas	Mi PYMES/IT Essential	10.000,00	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Publicidad exterior	Valla Simple	100.000,00												
Publicidad Radio		300,00												
Internet - web	Facebook	30.000,00	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Marketing Directo	mailing/Llamadas	500,00		1		1		1		1		1		1
Publicidad Cines		600,00												
Internet - web		700,00												
e-mailing		800,00												
Relaciones Públicas		900,00												
Publicidad TV		1.000,00												
Otro 1	Visita a clientes	70.000,00	1	1	1									
Otro 2	Propaganda	300.000,00					1							
Otro 3	Correo Postal	200.000,00				1								
Otro 4	Clasificados online	0,00	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Otro 5	Web de la Empresa	0,00	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Total:			45.300,00	10	7	7	8	7	10	7	7	8	7	10

Recuperado de: <https://diario-minorotero.weebly.com/aporte-no-3.html>

3.8 FUNDAMENTOS DE ANIMACIÓN

Aprendices, Una vez habiendo definido la identidad visual de su agencia creativa, usted procederá a elaborar la animación de su logotipo no sin antes tener en cuenta los elementos del lenguaje audiovisual así como los fundamentos de y principios de animación por lo que se hace necesario realizar ejercicios previos que permitan analizar conceptos importantes cómo frame o fotograma, timing and spacing, aceleración y desaceleración entre otros de igual forma usted analizará las principales diferencias y similitudes entre la animación tradicional y la animación digital. Para ello usted deberá analizar el fragmento del video Super Mario

<https://www.youtube.com/watch?v=rLI9XBg7wSs> y utilizarlo como fuente de inspiración para diseñar un " video juego "teniendo en cuenta su escenario y los personajes necesarios los cuales animará haciendo uso de un software de animación de gráficos en movimiento.

Entregable: Video animado de 30 segundos en formato MP4

3.9. DISEÑO WEB

Aprendices es momento de continuar con el proceso de producción de los contenidos digitales que conformarán la plataforma multimedial por ello es importante diseñar el mockup o prototipo con el cual usted presentará su diseño web como actividad previa del diseño final del sitio.

GFPI-F-135 V01



Como primer paso a desarrollar usted deberá investigar que es un Mockup y así como el uso y la importancia que se le da dentro del diseño de la plataforma, luego en una mesa redonda junto con su instructor socialice la información investigada, Luego haga una selección de las piezas que integrarán su página virtual y organícelas haciendo uso de bocetos o Wireframe. Esto le permitirá contar con un diseño casi finalizado y determinar los elementos finales que la compondrán.

Para dar continuidad al proceso es necesario que se reúna con su cliente y defina los posibles ajustes, observaciones y/o correcciones necesarios en el mismo.

Luego con la ayuda de un gestor de páginas WordPress construya el sitio web, para ampliar los conocimientos acerca del funcionamiento de esta herramienta observe el video Cómo crear una página de WordPress para principiantes <https://www.youtube.com/watch?v=N7mxgr-gGZg>

Producto para entregar: página web sobre WordPress.

Formato: documento en PDF donde se incluyen link del sitio web.
capturas de pantalla de cada una de las páginas de su sitio web.
Documento Power Point con el Mockup de la plataforma.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Tome como referencia la técnica e instrumentos de evaluación citados en la guía de Desarrollo Curricular

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Producto: Diarios creativos Ejercicios de composición y teoría del color	selecciona la tipología multimedia requerida por el público destino y del medio de acuerdo con el proyecto a desarrollar. aplica los instrumentos de recolección de información para definir los requerimientos del usuario siguiendo la metodología establecida escribe el guión literario utilizando las técnicas de composición y comunicación según la idea creativa, la tipología definida y la necesidad cliente usuario. elabora el guion técnico en el	Técnica: GFPI-F-135 V01 Valoración de Producto Instrumento: Lista de chequeo



<p>Evidencias de Desempeño: Presentación fotográfica</p> <p>Infografía</p> <p>Documento Brief</p> <p>Álbum fotográfico</p> <p>Guion audiovisual y Guion Técnico</p> <p>Storyboard,</p> <p>Video promocional</p> <p>Wireframe</p>	<p>formato apropiado de acuerdo con el análisis de la información.</p> <p>construye el storyboard utilizando técnicas de creatividad con base en el guion literario y el guion técnico.</p> <p>identifica los formatos de archivo necesarios según la plataforma de integración de la multimedia</p>	
<p>Evidencias de Conocimiento : Apropiación de los conceptos de los temas relacionados con principios y valores.</p> <p>Evidencias de Producto: Decálogo de valores personal y del grupo de formación</p>	<p>Establece relaciones interpersonales dentro de criterios de libertad, justicia, respeto, responsabilidad, tolerancia y solidaridad según principios y valores universales.</p>	<p>Técnica: Valoración de Producto Instrumento: Lista de chequeo</p>
<p>Evidencias de Conocimiento : my profile</p> <p>Evidencias de Producto: video promoting SENA. VIDEO PRESENTACUIÓN DE 40 SEGUNDOS</p>	<p>Escribe o presenta descripciones de sí mismo, su profesión y su entorno. Plantea y responde preguntas sobre sí mismo.</p> <p>Escribe o presenta descripciones de sí mismo, su profesión y su entorno. Elabora resúmenes cortos sobre textos sencillos, y con contenido técnico.</p>	<p>Técnica: Valoración de Producto Instrumento: Lista de chequeo</p>
<p>Evidencias de Conocimiento : Juegos tradicionales y el desarrollo de la motricidad</p> <p>Evidencias de Desempeño: Informe mensual del plan de entrenamiento.</p>	<p>Aplica técnicas y procedimientos</p> <p>orientados al perfeccionamiento de la psicomotricidad frente a los requerimientos de su desempeño laboral.</p>	<p>Técnica: Valoración de Producto Instrumento: Lista de chequeo</p>



Evidencias de Producto: Protocolo de pausas activas “formaciones activas”	Identificar las técnicas de coordinación motriz fina y gruesa relacionadas para el desarrollo de las competencias definidas en su perfil ocupacional.	
--	---	--

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

PRODUCTION: Etapa en la cual se realiza el proyecto: animación, iluminación, render...

SHOT: Plano es el fragmento más pequeño de una película; el tiempo que transcurre entre 2 cortes de cámara.

POST PRODUCTION: Etapa posterior a la producción la cual incluye edición, etalonaje, efectos especiales...

PRE PRODUCTION: Etapa anterior a la producción en la cual se prepara el material: Diseño, color script, animación, storyboard.

STORYBOARD: Conjunto de ilustraciones mostradas en secuencia con el objetivo de servir de guía para entender una historia, previsualizar una animación o seguir la estructura de una película antes de realizarse o filmarse.

WORKFLOW: Las metodologías y herramientas para hacer el trabajo más ergonómico y efectivo.

CASTING: Etapa en la cual se busca toda la información necesaria para hacer lo que pide el director y la producción.

GATHERING: Etapa en la cual se hace un trabajo de imaginación y exploración para que el plano sea entretenido.

SOFTWARE: conjunto de programas, instrucciones y reglas informáticas que permiten ejecutar distintas tareas en un sistema informático.

DECÁLOGO: Conjunto de diez mandamientos que, según los judíos y los cristianos, dio Dios a Moisés en el monte Sinaí. Deriva del griego *dekalogos*, la palabra *deka*: que es sinónimo de diez, el sustantivo *logos*: que puede traducirse como palabra. El decálogo no se aplica para aspectos técnicos, sino que usualmente se usa para conducta o ética.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Cañizares Márquez, J., & Carbonero, C. (2016). Juegos y deportes tradicionales. En *Juegos y deportes populares, autóctonos y tradicionales* (pág. 30). Sevilla: Wanceulen Editorial.

GFPI-F-135 V01

Castañer, M., & Oleguer, C. (2006). En *Manifestaciones básicas de la motricidad* (pág. 172). Lérida: Edicions de la Universitat de Lleida.



Instituto Colombiano de Bienestar Familiar. (Octubre de 2017). *Pausas Activas*. Obtenido de https://www.icbf.gov.co/sites/default/files/procesos/pu1.pg6_.gth_publicacion_cartilla_pausas_activas_2018_v1.pdf

Silva Camargo, G. (2014). Diccionario básico del deporte y la educación física. Armenia: Kinesis.

<https://brainly.lat/tarea/4366519>, <https://definicion.de/decalogo/>.

Reflexión para descargar: quién soy yo. <https://www.youtube.com/watch?v=xt5rY4NC2MQ>

video para descargar sobre decálogo personal: <http://www.youtube.com/watch?v=KtNvp9SVgcA>

Video para juego de roles <https://youtu.be/GMMRw3Ryki0>

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Elkin Javier Toral Padilla Angelica Janeth Gómez Franco Mónica Burgos Luz Miriam Hernández Luis Adriano Ríos	Instructor técnico Instructora técnica Instructora de bilingüismo Instructora de Ética Instructor de Cultura Física	Centro de Tecnologías Agroindustriales CTA regional Valle	01-02-2022

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



	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)	Elkin Javier Toral Padilla Angelica Janeth Gómez Franco	Instructores área técnica	SENA - CTA	Enero 17 de 2023	ajustes en las actividades por extensión de la fase.