PROYECTO FORMATIVO

1. Información básica del proyecto

Código Proyecto SOFIA:	**2434918**	**Código del Programa SOFIA:**	**124100**	**Versión del Programa:**	**1**	**Fichas asociadas:**	**232**

1.1 Centro de Formación:	CENTRO INDUSTRIAL DEL DISEÑO Y LA MANUFACTURA	**1.2 Regional:**	REGIONAL SANTANDER
1.3 Nombre del proyecto:	DESARROLLO DE SOLUCIONES PUBLICITARIAS PARA LAS MIPYMES DE LA REGIÓN		
1.4 Programa de Formación al que da respuesta:	DESARROLLO PUBLICITARIO		
1.5 Tiempo estimado de ejecución del proyecto (meses):	27		
1.6 Empresas o instituciones que participan en su formulación o financiación: (si Existe)	SENA		
1.7 Palabras claves de búsqueda:	Publicidad, estrategia de comunicación, medios, piezas publicitarias, estrategia creativa, mercadeo, campañas, marca, brief, mercadeo digital, comunicación interna.		

1.8 Número total de resultados de aprendizaje del programa de formación:	63	**1.9 Número de resultados de aprendizaje por tipo de competencia**	**1.9.1 Número de resultados de aprendizaje específicos que se alcanzan con el proyecto:**	62
			1.9.2 Número de resultados de aprendizaje transversales que se alcanzan con el proyecto:	0
			1.9.3 Número de resultados de aprendizaje básicos que se alcanzan con el proyecto:	1

2. Estructura del proyecto

2.1 Planteamiento del problema o necesidad que se pretende solucionar

La publicidad para mipymes debe ser diferente a la de las grandes empresas, en primera instancia por que los presupuestos son mucho más limitados, pero sobre todo, por la cobertura que debe tener esta publicidad, pues como lo afirma David Guiu del portal especializado socialetic.com, "el público objetivo al que nos dirigimos está más limitado. Generalmente por la zona de actuación, que no necesariamente tiene que ser su área más proxima"; lo anterior sumado a la creciente competencia, ya que las mipymes en Colombia representan más del 90% del sector productivo, generan al rededor del 35% del producto interno bruto (PIB) y el 80% del empleo; pero en donde, tras 5 años de actividad solo 29 de cada 100 mipymes sobreviven (Dinero 2017, recuperado de: https://www.dinero.com/economia/articulo/exportaciones-de-las-mipymes-en-colombia/241893), obliga a que las mipymes deban generar mensajes publicitarios directos y que generen diferenciación frente a esa competencia.

Sin embargo, "Uno de los principales problemas es que las pymes colombianas están muy atrasadas en el desarrollo de estrategias de invención e innovación" (Zapata A., 18 de Marzo 2013, Frente a los TLC las pymes dependen del mercado interno, Diario Portafolio), incluyendo el atraso en el desarrollo de estrategias publicitarias que adotpen las tendencias actuales y las nuevas tecnologías, ocacionando un posicionamiento inadecuado de sus marcas, la falta de claridad en comunicación de sus mensajes y de la promoción de sus portafolios de productos y servicios, lo que conlleva a que no sean competitivas en el mercado (El Nuevo Diario 2016, recuperado de: http://www.elnuevodiario.com.ni/economia/392282-importancia-pymes-economia/), puesto que, por ejemplo, "Los gerentes de las pymes creen que las estrategias de hace 20 años les van a funcionar por siempre, pero, la nueva tecnología ha hecho que ya no les sirvan. También, las nuevas generaciones exigen nuevas cosas, todavía hay muchos gerentes que aún están enfrascados en sus enfoques y no le dan cabida a las nuevas generaciones." (Dinero 2015, recuperado de: http://www.dinero.com/economia/articulo/pymes-colombia/212958).

Se busca entonces que las mipymes de la región, tengan la posibilidad de contar con soluciones de comunicación publicitaria estructuradas, diferenciadas y directas, las cuales fortalecen el desarrollo de sus procesos de comercialización y mercadeo, al mismo tiempo que mejoran su posicionamiento y la relación con sus clientes.

¿Cómo desarrollar soluciones publicitarias que potencialicen la gestión comercial y de mercadeo para las mipymes de la región, teniendo en cuenta las tendencias del mercado y las nuevas tecnologías?

2.2 Justificación del proyecto

El acelerado ritmo al que se mueven las empresas y los mercados en todo el mundo, en especial en las mipymes, obliga a crear nuevas estrategias publicitarias que garanticen mensajes efectivos utilizando todas las herramientas de comunicación para transmitir a la audiencia mensajes coherentes y que los lleve a una acción. El desarrollo de soluciones de comunicación publicitaria estructuradas, diferenciadas y directas, no sólo se configura en una buena alternativa que le permitiría a este tipo de empresas destacarse frente a sus competidores y aumentar su participación en el mercado, sino que hoy en día también resulta ser una decisión obligatoria para evitar el declive en ventas, la salida de sus productos del comercio y con ello la desaparición final de la empresa, ya que solamente el 50% de las mipymes colombianas sobreviven el primer año (Dinero 2015, Recuperado de: http://www.dinero.com/economia/articulo/pymes-colombia/212958).

Desarrollar soluciones de comunicación publicitaria, aplicando estrategias que adotpen las tendencias actuales y las nuevas tecnologías, y teniendo en cuenta las necesidades de las regiones, mejora el reconocimiento y pocisionamiento de las mipymes y sus marcas, aumenta la efectividad en la transmición de mensajes, reduce riesgos y costos relacionados a los procesos de comunicación y acerca a los clientes generando vínculos más fuertes, lo que además redunda en el aumento de las ventas y de las utilidades.

2.3 Objetivo general

Desarrollar soluciones publicitarias para las mipymes de la región.

2.4 Objetivos específicos

1) Diagnosticar las necesidades de comunicación publicitaria de la mipyme
2) Definir el plan de comunicación publicitaria para la mipyme
3) Aplicar la estrategia de implementación del plan de comunicación publicitaria para la mipyme
4) Evaluar el impacto de la implementación del plan de comunicación publicitaria para la mipyme

2.5 Alcance

2.5.1 Beneficiarios del proyecto	Aprendices, emprendedores, empresarios, agremiaciones, organizaciones y el SENA.
2.5.2 Impacto	
Social:	1. Generar una fuerza laboral empleos directos y empleos indirectos en los diferentes sectores de la economia regional, en especial el sector publicitario. 2. Contextualizar a los aprendices participes de este proyecto con el ambiente de planificación de soluciones de comunicación publicitaria, para que desarrollen apropiadamente las habilidades y destrezas requeridas en este campo, que les generen oportunidades laborales

y por ende mejoren su calidad de vida y las de sus familias, así como en los empresarios beneficiarios del proyecto.	
Económico:	1. Contribuir al crecimiento y dinamismo económico tanto del sector publicitario como de los diferentes sectores productivos de la región. 2. Realizar incrementos porcentuales sobre el total de las ventas de las mipymes, generadas a partir de la implementación del presente proyecto y de las soluciones de comunicación publicitaria por aplicar.
Ambiental:	1. Promover el compromiso sostenible con el medio ambiente y la humanidad, a partir del uso racional de las tecnologías que comprometan los recursos naturales, basandose en la aplicación de estrategias digitales y en la no utilización de sustratos fisicos y otros elementos no amigables con el medio ambiente, empleados por la industria publicitaria actual.
Tecnológico:	1. Ayudar a las mipymes a tener un mayor acceso a la información y al manejo de medios digitales, a partir de la aplicación de tecnologías de la comunicación y la información, siguiendo el Plan Nacional de TIC del Ministerio de comunicaciones, con el que se pretende que más colombianos aprovechen el uso adecuado de las TIC, incrementando su aplicación. 2. Implementar el uso de las nuevas tecnologías en la aplicación de soluciones de comunicación publicitaria para el éxito del negocio, factor relevante para sobrellevar el proceso de globalización.

2.5.3 Restricciones o riesgos asociados y alternativas de solución

1. Desaprobación o desinterés por parte de los empresarios frente a la aplicación del proyecto.
2. Dificultades para el acceso y manipulación de la información necesaria para el desarrollo del proyecto.
3. Barreras culturales arraigadas en los empresarios de las mipymes.
4. Resistencia al cambio por parte de los empresarios de las Mipymes.
5. Falta de presupuesto para el desarrollo idóneo del proyecto.
6. Problemáticas sociales y de seguridad en el entorno de las mipymes.

2.5.4. Productos o resultados del proyecto

1. Diagnóstico de las necesidades de comunicación publicitaria
2. Plan de comunicación publicitaria
3. Piezas publicitarias
4. Informe con la evaluación del impacto del plan de comunicación publicitaria

2.6 Innovación/Gestión Tecnológica	
El proyecto resuelve una necesidad del sector productivo?	SI
El proyecto mejora el proceso/producto/servicio existente?	SI
El proyecto involucra el uso de nuevas técnicas y tecnologías de proceso?	SI
Los productos finales son susceptibles a protección industrial y/o derechos de autor?	SI
Los productos obtenidos en el proyecto pueden ser posicionados en el mercado?	SI
2.7 Valoración Productiva	
Con el desarrollo del proyecto se puede satisfacer la necesidad de un cliente potencial?	SI
Viabilidad de proyecto para plan de negocio?	SI

3. Planeación del proyecto

3.1. Fases del Proyecto	3.2. Actividades del Proyecto	3.3. Resultados de Aprendizaje Específicos, Transversales y Básicos (a partir del programa de formación)	3.4. Competencia Asociada
ANÁLISIS	RECONOCER NECESIDADES DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA TENIENDO EN CUENTA ENTORNO EMPRESARIAL	606603 - RA1. ESTABLECER VARIABLES SITUACIONALES TENIENDO EN CUENTA REQUERIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN. 144 H	260101051 - Construir el brief según metodologías de diagnóstico organizacional
ANÁLISIS	RECONOCER NECESIDADES DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA TENIENDO EN CUENTA ENTORNO EMPRESARIAL	606604 - RA2. ELABORAR EL BRIEF SEGÚN ANÁLISIS Y RECONOCIMIENTO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN. 192 H	260101051 - Construir el brief según metodologías de diagnóstico organizacional
ANÁLISIS	RECONOCER NECESIDADES DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA TENIENDO EN CUENTA ENTORNO EMPRESARIAL	606735 - RA3 PROMOVER EL USO RACIONAL DE LOS RECURSOS NATURALES A PARTIR DE CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD Y SUSTENTABILIDAD ÉTICA Y NORMATIVA	240201526 - Enrique Low Murtra-Interactuar en el contexto productivo y social de acuerdo con principios éticos para la construcción de una cultura de paz.
ANÁLISIS	RECONOCER NECESIDADES DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA TENIENDO EN CUENTA ENTORNO EMPRESARIAL	606736 - RA4 CONTRIBUIR CON EL FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA DE PAZ A PARTIR DE LA DIGNIDAD HUMANA Y LAS ESTRATEGIAS PARA LA TRANSFORMACIÓN DE	240201526 - Enrique Low Murtra-Interactuar en el contexto productivo y social de acuerdo con principios éticos para la construcción de una cultura de paz.

		CONFLICTOS.	
ANÁLISIS	RECONOCER NECESIDADES DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA TENIENDO EN CUENTA ENTORNO EMPRESARIAL	606737 - RA1 PROMOVER MI DIGNIDAD Y LA DEL OTRO A PARTIR DE LOS PRINCIPIOS Y VALORES ÉTICOS COMO APORTE EN LA INSTAURACIÓN DE UNA CULTURA DE PAZ.	240201526 - Enrique Low Murtra-Interactuar en el contexto productivo y social de acuerdo con principios éticos para la construcción de una cultura de paz.
ANÁLISIS	RECONOCER NECESIDADES DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA TENIENDO EN CUENTA ENTORNO EMPRESARIAL	606738 - RA2 ESTABLECER RELACIONES DE CRECIMIENTO PERSONAL Y COMUNITARIO A PARTIR DEL BIEN COMÚN COMO APORTE PARA EL DESARROLLO SOCIAL.	240201526 - Enrique Low Murtra-Interactuar en el contexto productivo y social de acuerdo con principios éticos para la construcción de una cultura de paz.
ANÁLISIS	RECONOCER NECESIDADES DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA TENIENDO EN CUENTA ENTORNO EMPRESARIAL	606755 - RA1 ALISTAR HERRAMIENTAS DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (TIC), DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DE PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN.	220501046 - Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información
ANÁLISIS	RECONOCER NECESIDADES DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA TENIENDO EN CUENTA ENTORNO EMPRESARIAL	606756 - RA4 OPTIMIZAR LOS RESULTADOS, DE ACUERDO CON LA VERIFICACIÓN.	220501046 - Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información
ANÁLISIS	RECONOCER NECESIDADES DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA TENIENDO EN CUENTA ENTORNO EMPRESARIAL	606757 - RA3 EVALUAR LOS RESULTADOS, DE ACUERDO CON LOS REQUERIMIENTOS.	220501046 - Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información
ANÁLISIS	RECONOCER NECESIDADES DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA TENIENDO EN CUENTA ENTORNO EMPRESARIAL	606758 - RA2 APLICAR FUNCIONALIDADES DE HERRAMIENTAS Y SERVICIOS TIC, DE ACUERDO CON MANUALES DE USO, PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS Y BUENAS PRÁCTICAS.	220501046 - Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información
EJECUCIÓN	DESARROLLAR SOLUCIONES PUBLICITARIAS TENIENDO EN CUENTA EL PLAN DE COMUNICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN.	606607 - RA2. DESARROLLAR CONTENIDOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL TENIENDO EN CUENTA TÁCTICAS DEL PLAN DE MERCADEO DIGITAL Y NORMATIVA PUBLICITARIA. 192 H	260101055 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
EJECUCIÓN	DESARROLLAR SOLUCIONES PUBLICITARIAS TENIENDO EN CUENTA EL PLAN DE COMUNICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN.	606608 - RA2. CONSTRUIR EL MENSAJE PUBLICITARIO DE ACUERDO CON EL MEDIO Y LOS REQUERIMIENTOS DEL BRIEF. 144 H	291301077 - ELABORAR PIEZAS GRAFICAS DE ACUERDO CON LOS REQUERIMIENTOS DEL CLIENTE Y PRINCIPIOS DEL DISEÑO GRÁFICO.
EJECUCIÓN	DESARROLLAR SOLUCIONES PUBLICITARIAS TENIENDO EN CUENTA EL PLAN DE COMUNICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN.	606610 - RA3. PRODUCIR PIEZAS DE COMUNICACIÓN EN BOCETO, CUMPLIENDO CON LOS LINEAMIENTOS DE DISEÑO Y LA NORMATIVIDAD PUBLICITARIA. 192 H	291301077 - ELABORAR PIEZAS GRAFICAS DE ACUERDO CON LOS REQUERIMIENTOS DEL CLIENTE Y PRINCIPIOS DEL DISEÑO GRÁFICO.
EJECUCIÓN	DESARROLLAR SOLUCIONES PUBLICITARIAS TENIENDO EN CUENTA EL PLAN DE COMUNICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN.	606611 - RA4. PREPARAR ARTES FINALES DE ACUERDO A LAS CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DEL MEDIO. 144 H	291301077 - ELABORAR PIEZAS GRAFICAS DE ACUERDO CON LOS REQUERIMIENTOS DEL CLIENTE Y PRINCIPIOS DEL DISEÑO GRÁFICO.

EJECUCIÓN	DESARROLLAR SOLUCIONES PUBLICITARIAS TENIENDO EN CUENTA EL PLAN DE COMUNICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN.	606647 - RA2. DESARROLLAR LA CAMPAÑA PUBLICITARIA TENIENDO EN CUENTA EL PLAN DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL. 192 H	260101052 - Estructurar la campaña publicitaria de acuerdo con objetivos de comunicación y metodología de planeación
EJECUCIÓN	DESARROLLAR SOLUCIONES PUBLICITARIAS TENIENDO EN CUENTA EL PLAN DE COMUNICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN.	606688 - RA5 PRESENTAR UN PROCESO PARA LA REALIZACIÓN DE UNA ACTIVIDAD EN SU QUEHACER LABORAL DE ACUERDO CON LOS PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS DESDE SU PROGRAMA DE FORMACIÓN. 48 H	240202501 - INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS
EJECUCIÓN	DESARROLLAR SOLUCIONES PUBLICITARIAS TENIENDO EN CUENTA EL PLAN DE COMUNICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN.	606690 - RA6 EXPLICAR LAS FUNCIONES DE SU OCUPACIÓN LABORAL USANDO EXPRESIONES DE ACUERDO AL NIVEL REQUERIDO POR EL PROGRAMA DE FORMACIÓN. 48 H	240202501 - INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS
EJECUCIÓN	DESARROLLAR SOLUCIONES PUBLICITARIAS TENIENDO EN CUENTA EL PLAN DE COMUNICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN.	606691 - RA4 IMPLEMENTAR ACCIONES DE MEJORA RELACIONADAS CON EL USO DE EXPRESIONES, ESTRUCTURAS Y DESEMPEÑO SEGÚN LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE FORMULADOS PARA EL PROGRAMA. 48 H	240202501 - INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS
EJECUCIÓN	DESARROLLAR SOLUCIONES PUBLICITARIAS TENIENDO EN CUENTA EL PLAN DE COMUNICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN.	606731 - RA4 PROPONER ACCIONES DE MEJORA PARA EL MANEJO AMBIENTAL Y EL CONTROL DE LA SST, DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE TRABAJO, COLABORATIVO, COOPERATIVO Y COORDINADO EN EL CONTEXTO PRODUCTIVO Y SOCIAL.	220601501 - APLICAR PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y LA NORMATIVIDAD VIGENTE.
EJECUCIÓN	DESARROLLAR SOLUCIONES PUBLICITARIAS TENIENDO EN CUENTA EL PLAN DE COMUNICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN.	606732 - RA3 REALIZAR SEGUIMIENTO Y ACOMPAÑAMIENTO AL DESARROLLO DE LOS PLANES Y PROGRAMAS AMBIENTALES Y SST, SEGÚN EL ÁREA DE DESEMPEÑO.	220601501 - APLICAR PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y LA NORMATIVIDAD VIGENTE.
EJECUCIÓN	DESARROLLAR SOLUCIONES PUBLICITARIAS TENIENDO EN CUENTA EL PLAN DE COMUNICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN.	606733 - RA2 IMPLEMENTAR ESTRATEGIAS PARA EL CONTROL DE LOS IMPACTOS AMBIENTALES Y DE LOS ACCIDENTES Y ENFERMEDADES DE ACUERDO CON LOS PLANES Y PROGRAMAS ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN.	220601501 - APLICAR PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y LA NORMATIVIDAD VIGENTE.
EJECUCIÓN	DESARROLLAR SOLUCIONES PUBLICITARIAS TENIENDO EN CUENTA EL PLAN DE COMUNICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN.	606734 - RA1 ANALIZAR LAS ESTRATEGIAS PARA LA PREVENCIÓN Y CONTROL DE LOS IMPACTOS AMBIENTALES Y DE LOS ACCIDENTES Y ENFERMEDADES LABORALES DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y EL ENTORNO SOCIAL.	220601501 - APLICAR PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y LA NORMATIVIDAD VIGENTE.
EJECUCIÓN	DESARROLLAR SOLUCIONES PUBLICITARIAS TENIENDO EN CUENTA EL PLAN DE COMUNICACIÓN DE LA	606747 - RA4 PROPONER ACCIONES DE MEJORA FRENTE A LOS RESULTADOS DE LOS PROCEDIMIENTOS MATEMÁTICOS DE ACUERDO	240201528 - Razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales,

	ORGANIZACIÓN.	CON EL PROBLEMA PLANTEADO.	sociales y personales.
EJECUCIÓN	DESARROLLAR SOLUCIONES PUBLICITARIAS TENIENDO EN CUENTA EL PLAN DE COMUNICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN.	606748 - RA1 IDENTIFICAR MODELOS MATEMÁTICOS DE ACUERDO CON LOS REQUERIMIENTOS DEL PROBLEMA PLANTEADO EN CONTEXTOS SOCIALES Y PRODUCTIVO.	240201528 - Razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales, sociales y personales.
EJECUCIÓN	DESARROLLAR SOLUCIONES PUBLICITARIAS TENIENDO EN CUENTA EL PLAN DE COMUNICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN.	606749 - RA3 RESOLVER PROBLEMAS MATEMÁTICOS A PARTIR DE SITUACIONES GENERADAS EN EL CONTEXTO SOCIAL Y PRODUCTIVO.	240201528 - Razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales, sociales y personales.
EJECUCIÓN	DESARROLLAR SOLUCIONES PUBLICITARIAS TENIENDO EN CUENTA EL PLAN DE COMUNICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN.	606750 - RA2 PLANTEAR PROBLEMAS MATEMÁTICOS A PARTIR DE SITUACIONES GENERADAS EN EL CONTEXTO SOCIAL Y PRODUCTIVO.	240201528 - Razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales, sociales y personales.
EVALUACIÓN	VERIFICAR LA EFECTIVIDAD DEL PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE LA ORGANIZACIÓN.	606605 - RA3. MEDIR RESULTADOS DEL PLAN DE MERCADEO Y LA COMUNICACIÓN DIGITAL, SEGÚN LOS OBJETIVOS ESTABLECIDOS. 96 H	260101055 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
EVALUACIÓN	VERIFICAR LA EFECTIVIDAD DEL PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE LA ORGANIZACIÓN.	606648 - RA3. EVALUAR LA EFECTIVIDAD DE LA CAMPAÑA SEGÚN LOS SISTEMAS DE MEDICIÓN DE LA ORGANIZACIÓN. 96 H	260101052 - Estructurar la campaña publicitaria de acuerdo con objetivos de comunicación y metodología de planeación
EVALUACIÓN	VERIFICAR LA EFECTIVIDAD DEL PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE LA ORGANIZACIÓN.	606723 - RA1 DESARROLLAR HABILIDADES PSICOMOTRICES EN EL CONTEXTO PRODUCTIVO Y SOCIAL.	230101507 - GENERAR HÁBITOS SALUDABLES DE VIDA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE PROGRAMAS DE ACTIVIDAD FÍSICA EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVOS Y SOCIALES.
EVALUACIÓN	VERIFICAR LA EFECTIVIDAD DEL PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE LA ORGANIZACIÓN.	606724 - RA4 IMPLEMENTAR UN PLAN DE ERGONOMÍA Y PAUSAS ACTIVAS SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DE LA FUNCIÓN	230101507 - GENERAR HÁBITOS SALUDABLES DE VIDA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE PROGRAMAS DE ACTIVIDAD FÍSICA EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVOS Y SOCIALES.
EVALUACIÓN	VERIFICAR LA EFECTIVIDAD DEL PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE LA ORGANIZACIÓN.	606725 - RA3 EJECUTAR ACTIVIDADES DE ACONDICIONAMIENTO FÍSICO ORIENTADAS HACIA EL MEJORAMIENTO DE LA CONDICIÓN FÍSICA EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVO Y SOCIAL.	230101507 - GENERAR HÁBITOS SALUDABLES DE VIDA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE PROGRAMAS DE ACTIVIDAD FÍSICA EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVOS Y SOCIALES.
EVALUACIÓN	VERIFICAR LA EFECTIVIDAD DEL PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE LA ORGANIZACIÓN.	606726 - RA2 PRACTICAR HÁBITOS SALUDABLES MEDIANTE LA APLICACIÓN DE FUNDAMENTOS DE NUTRICIÓN E HIGIENE.	230101507 - GENERAR HÁBITOS SALUDABLES DE VIDA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE PROGRAMAS DE ACTIVIDAD FÍSICA EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVOS Y SOCIALES.
EVALUACIÓN	VERIFICAR LA EFECTIVIDAD DEL PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE LA ORGANIZACIÓN.	606739 - 01- Reconocer el trabajo como factor de movilidad social y transformación vital con referencia a la fenomenología y a los derechos fundamentales en el trabajo.	210201501 - Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.
EVALUACIÓN	VERIFICAR LA EFECTIVIDAD DEL PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE LA ORGANIZACIÓN.	606740 - 04- Participar en acciones solidarias teniendo en cuenta el ejercicio de los derechos humanos, de los pueblos y de la naturaleza.	210201501 - Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.

EVALUACIÓN	VERIFICAR LA EFECTIVIDAD DEL PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE LA ORGANIZACIÓN.	606741 - 03- Practicar los derechos fundamentales en el trabajo de acuerdo con la Constitución Política y los Convenios Internacionales.	210201501 - Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.
EVALUACIÓN	VERIFICAR LA EFECTIVIDAD DEL PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE LA ORGANIZACIÓN.	606742 - 02- Valorar la importancia de la ciudadanía laboral con base en el estudio de los derechos humanos y fundamentales en el trabajo.	210201501 - Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.
EVALUACIÓN	VERIFICAR LA EFECTIVIDAD DEL PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE LA ORGANIZACIÓN.	606751 - RA3 ARGUMENTAR SOBRE SITUACIONES PROBLEMÁTICAS DEL ENTORNO SUSCEPTIBLES DE MEJORAMIENTO MEDIANTE LA APLICACIÓN DE PRINCIPIOS Y CONCEPTOS DE BIOLOGÍA.	220201501 - APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS DE LAS CIENCIAS NATURALES DE ACUERDO CON SITUACIONES DEL CONTEXTO PRODUCTIVO Y SOCIAL.
EVALUACIÓN	VERIFICAR LA EFECTIVIDAD DEL PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE LA ORGANIZACIÓN.	606752 - RA4 PROPONER ALTERNATIVAS DE MEJORAMIENTO A SITUACIONES IDENTIFICADAS EN EL ENTORNO PRODUCTIVO Y SOCIAL, ACORDE CON PRINCIPIOS Y CONCEPTOS DE LA	220201501 - APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS DE LAS CIENCIAS NATURALES DE ACUERDO CON SITUACIONES DEL CONTEXTO PRODUCTIVO Y SOCIAL.
EVALUACIÓN	VERIFICAR LA EFECTIVIDAD DEL PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE LA ORGANIZACIÓN.	606753 - RA1 ESTABLECER INTERRELACIONES ENTRE LOS NIVELES DE ORGANIZACIÓN BIOLÓGICA ACORDE CON EL ENTORNO PRODUCTIVO Y SOCIAL.	220201501 - APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS DE LAS CIENCIAS NATURALES DE ACUERDO CON SITUACIONES DEL CONTEXTO PRODUCTIVO Y SOCIAL.
EVALUACIÓN	VERIFICAR LA EFECTIVIDAD DEL PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE LA ORGANIZACIÓN.	606754 - RA2 INTERPRETAR LAS INTERRELACIONES ENTRE LOS NIVELES DE ORGANIZACIÓN BIOLÓGICA SEGÚN EL ENTORNO PRODUCTIVO Y SOCIAL.	220201501 - APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS DE LAS CIENCIAS NATURALES DE ACUERDO CON SITUACIONES DEL CONTEXTO PRODUCTIVO Y SOCIAL.
INDUCCIÓN	CONTEXTUALIZAR LA FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL DE ACUERDO CON LA POLÍTICA INSTITUCIONAL	608047 - APROPIAR CARACTERÍSTICAS DE LA GESTIÓN ORGANIZACIONAL DEL SENA EN EL CONTEXTO DE LA MISIÓN INSTITUCIONAL DE ACUERDO CON SU ROL PROYECTO DE VIDA Y DESARROLLO PROFESIONAL.	240201530 - Resultado de Aprendizaje de la Inducción.
PLANEACIÓN	ESTRUCTURAR PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE ACUERDO CON NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN	606606 - RA1. PROPONER EL PLAN DE MERCADEO DIGITAL DE ACUERDO CON CARACTERÍSTICAS DEL SEGMENTO DE MERCADO. 144 H	260101055 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
PLANEACIÓN	ESTRUCTURAR PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE ACUERDO CON NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN	606609 - RA1. ESTABLECER EL CONCEPTO CREATIVO DE LA CAMPAÑA TENIENDO EN CUENTA EL BRIEF. 144 H	291301077 - ELABORAR PIEZAS GRAFICAS DE ACUERDO CON LOS REQUERIMIENTOS DEL CLIENTE Y PRINCIPIOS DEL DISEÑO GRÁFICO.
PLANEACIÓN	ESTRUCTURAR PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE ACUERDO CON NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN	606643 - RA2. ESTABLECER EL PLAN DE ACCIÓN DE ENDOMARKETING DE ACUERDO CON LA IDENTIDAD CORPORATIVA. 96 H	260101053 - Definir el plan de comunicación interna de acuerdo con la cultura y estrategia corporativa
PLANEACIÓN	ESTRUCTURAR PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE	606644 - RA1. ESTRUCTURAR EL MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA SEGÚN	260101053 - Definir el plan de comunicación interna de acuerdo con la cultura y estrategia

	ACUERDO CON NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN	ESPECIFICACIONES DE LA ORGANIZACIÓN. 192 H	corporativa
PLANEACIÓN	ESTRUCTURAR PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE ACUERDO CON NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN	606645 - RA3. INTERPRETAR EL PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL DE ACUERDO CON EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR. 96 H	260101053 - Definir el plan de comunicación interna de acuerdo con la cultura y estrategia corporativa
PLANEACIÓN	ESTRUCTURAR PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE ACUERDO CON NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN	606646 - RA1. PLANIFICAR CAMPAÑA PUBLICITARIA CON BASE EN REQUERIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN. 144 H	260101052 - Estructurar la campaña publicitaria de acuerdo con objetivos de comunicación y metodología de planeación
PLANEACIÓN	ESTRUCTURAR PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE ACUERDO CON NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN	606689 - RA2 INTERCAMBIAR OPINIONES SOBRE SITUACIONES COTIDIANAS Y LABORALES ACTUALES, PASADAS Y FUTURAS EN CONTEXTOS SOCIALES ORALES Y ESCRITOS. 96	240202501 - INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS
PLANEACIÓN	ESTRUCTURAR PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE ACUERDO CON NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN	606692 - RA1 COMPRENDER INFORMACIÓN SOBRE SITUACIONES COTIDIANAS Y LABORALES ACTUALES Y FUTURAS A TRAVÉS DE INTERACCIONES SOCIALES DE FORMA ORAL Y ESCRITA. 48 H	240202501 - INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS
PLANEACIÓN	ESTRUCTURAR PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE ACUERDO CON NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN	606693 - RA3 DISCUTIR SOBRE POSIBLES SOLUCIONES A PROBLEMAS DENTRO DE UN RANGO VARIADO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES. 96 H	240202501 - INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS
PLANEACIÓN	ESTRUCTURAR PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE ACUERDO CON NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN	606727 - RA2 CARACTERIZAR LA IDEA DE NEGOCIO TENIENDO EN CUENTA LAS OPORTUNIDADES Y NECESIDADES DEL SECTOR PRODUCTIVO Y SOCIAL.	240201529 - Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos de los contextos productivo y social.
PLANEACIÓN	ESTRUCTURAR PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE ACUERDO CON NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN	606728 - RA4 VALORAR LA PROPUESTA DE NEGOCIO CONFORME CON SU ESTRUCTURA Y NECESIDADES DEL SECTOR PRODUCTIVO Y SOCIAL.	240201529 - Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos de los contextos productivo y social.
PLANEACIÓN	ESTRUCTURAR PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE ACUERDO CON NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN	606729 - RA3 ESTRUCTURAR EL PLAN DE NEGOCIO DE ACUERDO CON LAS CARACTERÍSTICAS EMPRESARIALES Y TENDENCIAS DE MERCADO.	240201529 - Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos de los contextos productivo y social.
PLANEACIÓN	ESTRUCTURAR PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE ACUERDO CON NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN	606730 - RA1 INTEGRAR ELEMENTOS DE LA CULTURA EMPRENDEDORA TENIENDO EN CUENTA EL PERFIL PERSONAL Y EL CONTEXTO DE DESARROLLO SOCIAL.	240201529 - Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos de los contextos productivo y social.
PLANEACIÓN	ESTRUCTURAR PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE ACUERDO CON NECESIDADES DE LA	606743 - RA2 ESTRUCTURAR EL PROYECTO DE ACUERDO A CRITERIOS DE LA INVESTIGACIÓN.	240201064 - Orientar investigación formativa según referentes técnicos

	ORGANIZACIÓN		
PLANEACIÓN	ESTRUCTURAR PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE ACUERDO CON NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN	606744 - RA1 ANALIZAR EL CONTEXTO PRODUCTIVO SEGÚN SUS CARACTERÍSTICAS Y NECESIDADES.	240201064 - Orientar investigación formativa según referentes técnicos
PLANEACIÓN	ESTRUCTURAR PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE ACUERDO CON NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN	606745 - RA3 ARGUMENTAR ASPECTOS TEÓRICOS DEL PROYECTO SEGÚN REFERENTES NACIONALES E INTERNACIONALES.	240201064 - Orientar investigación formativa según referentes técnicos
PLANEACIÓN	ESTRUCTURAR PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE ACUERDO CON NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN	606746 - RA4 PROPONER SOLUCIONES A LAS NECESIDADES DEL CONTEXTO SEGÚN RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.	240201064 - Orientar investigación formativa según referentes técnicos
PLANEACIÓN	ESTRUCTURAR PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE ACUERDO CON NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN	606759 - RA2 ARGUMENTAR EN FORMA ORAL Y ESCRITA ATENDIENDO LAS EXIGENCIAS Y PARTICULARIDADES DE LAS DIVERSAS SITUACIONES COMUNICATIVAS MEDIANTE LOS DISTINTOS SISTEMAS DE REPRESENTACIÓN.	240201524 - DESARROLLAR PROCESOS DE COMUNICACIÓN EFICACES Y EFECTIVOS, TENIENDO EN CUENTA SITUACIONES DE ORDEN SOCIAL, PERSONAL Y PRODUCTIVO.
PLANEACIÓN	ESTRUCTURAR PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE ACUERDO CON NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN	606760 - RA1 ANALIZAR LOS COMPONENTES DE LA COMUNICACIÓN SEGÚN SUS CARACTERÍSTICAS, INTENCIONALIDAD Y CONTEXTO.	240201524 - DESARROLLAR PROCESOS DE COMUNICACIÓN EFICACES Y EFECTIVOS, TENIENDO EN CUENTA SITUACIONES DE ORDEN SOCIAL, PERSONAL Y PRODUCTIVO.
PLANEACIÓN	ESTRUCTURAR PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE ACUERDO CON NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN	606761 - RA4 ESTABLECER PROCESOS DE ENRIQUECIMIENTO LEXICAL Y ACCIONES DE MEJORAMIENTO EN EL DESARROLLO DE PROCESOS COMUNICATIVOS SEGÚN REQUERIMIENTOS DEL CONTEXTO.	240201524 - DESARROLLAR PROCESOS DE COMUNICACIÓN EFICACES Y EFECTIVOS, TENIENDO EN CUENTA SITUACIONES DE ORDEN SOCIAL, PERSONAL Y PRODUCTIVO.
PLANEACIÓN	ESTRUCTURAR PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE ACUERDO CON NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN	606762 - RA3 RELACIONAR LOS PROCESOS COMUNICATIVOS TENIENDO EN CUENTA CRITERIOS DE LÓGICA Y RACIONALIDAD.	240201524 - DESARROLLAR PROCESOS DE COMUNICACIÓN EFICACES Y EFECTIVOS, TENIENDO EN CUENTA SITUACIONES DE ORDEN SOCIAL, PERSONAL Y PRODUCTIVO.
PRODUCTIVA	APLICAR LOS CONOCIMIENTOS EN CONTEXTOS REALES DEL SECTOR PRODUCTIVO	606563 - APLICAR EN LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS REALES DEL SECTOR PRODUCTIVO, LOS CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y DESTREZAS PERTINENTES A LAS COMPETENCIAS DEL PROGRAMA DE FORMACIÓN ASUMIENDO ESTRATEGIAS Y METODOLOGÍAS DE AUTOGESTIÓN	999999999 - RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

3.5 Organización del proyecto			
3.5.1 No. Instructores requeridos	No existe información	3.5.2 No. Aprendices sugeridos para participar en el proyecto	No existe información

3.6 Descripción del ambiente de aprendizaje requerido

Ambiente Virtual de Aprendizaje - LMS.

3.7. Recursos estimados

Actividades del proyecto	Duración (Meses)	Equipos / Herramientas				Talento Humano (Instructores)				Materiales de formación consumibles			
		Descripción	Cant.	V. Unit.	V. Total	Especialidad	Cant.	V. Unit.	V. Total	Descripción	Cant.	V. Unit.	V. Total
APLICAR LOS CONOCIMIENTOS EN CONTEXTOS REALES DEL SECTOR PRODUCTIVO	6					Instructores	1	€ 24.000.000	€ 24.000.000				
CONTEXTUALIZAR LA FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL DE ACUERDO CON LA POLÍTICA	0.25					Instructores	1	€ 4.000.000	€ 4.000.000				
DESARROLLAR SOLUCIONES PUBLICITARIAS TENIENDO EN CUENTA EL PLAN DE COMUNICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN.	7.5					Instructores	3	€ 21.333.333	€ 63.999.999				
ESTRUCTURAR PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE ACUERDO CON NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN	8					Instructores	5	€ 15.200.000	€ 76.000.000				
RECONOCER NECESIDADES DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA TENIENDO EN CUENTA ENTORNO EMPRESARIAL	3					Instructores	3	€ 7.000.000	€ 21.000.000				
VERIFICAR LA EFECTIVIDAD DEL PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE LA ORGANIZACIÓN.	2.25					Instructores	4	€ 5.250.000	€ 21.000.000				

4. Rubros presupuestales

Recurso	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Rubro presupuestal por el que se financiará el proyecto
Talento Humano	14	€ 209.999.999	€ 2.939.999.986	HONORARIOS FORMACION PROFESIONAL
		Total:	€ 2.939.999.986	

5. Equipo que participó en la formulación del proyecto

Nombre	Especialidad	Nombre Centro	Regional
RAFAEL NEFTALI LIZCANO	EQUIPO DESARROLLO CURRICULAR	CENTRO INDUSTRIAL DEL DISEÑO Y LA MANUFACTURA	REGIONAL SANTANDER
MANUEL AUGUSTO ARIAS	INSTRUCTOR TECNICO	CENTRO DE COMERCIO Y TURISMO	REGIONAL QUINDÍO