Informe del contenido de la ruta de aprendizaje

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Proyectos de la ruta:

Código proyecto: 2434918
Nombre proyecto: DESARROLLO DE SOLUCIONES PUBLICITARIAS PARA LAS MIPYMES DE LA
Tipo de proyecto: DESARROLLO CURRICULAR
Duración del proyecto: 27
Estado del proyecto: PUBLICADO
Tipo de formación: TITULADA
Justificación: El acelerado ritmo al que se mueven las empresas y los mercados en todo el
Necesidad a solucionar: La publicidad para mipymes debe ser diferente a la de las grandes empresas,

Competencias relacionadas con el

Código de la competencia: 36182

Nombre de la competencia: Resultado de Aprendizaje de la Inducción.

Criterio de evaluación:
RECONOCE LA IDENTIDAD INSTITUCIONAL Y LOS PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS Y FORMATIVOS.
IDENTIFICA LOS COMPONENTES Y ESTRUCTURA DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL SEGÚN EL PROGRAMA DE FORMACIÓN Y SU PERFIL COMO APRENDIZ DEL SENA.
INCORPORA A SU PROYECTO DE VIDA LAS OPORTUNIDADES OFRECIDAS POR EL SENA.

Conocimiento del proceso:
IDENTIFICAR EL DESARROLLO HISTÓRICO DEL SENA.
IDENTIFICAR LA IDENTIDAD CORPORATIVA DEL SENA.
DESCRIBIR LOS ELEMENTOS QUE CONFORMAN LA IMAGEN CORPORATIVA DEL SENA.
IDENTIFICAR LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA ENTIDAD.
DESCRIBIR LAS NORMAS DE CONVIVENCIA QUE REGULAN EL COMPORTAMIENTO DEL APRENDIZ, DURANTE EL PROCESO DE FORMACIÓN.
DESCRIBIR LAS CARACTERÍSTICAS DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL DEL SENA.
DIFERENCIAR LAS CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA DE PROGRAMAS DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL.
VIVENCIAR SU PROYECTO DE VIDA EN EL MARCO DEL DESARROLLO HUMANO INTEGRAL.

Conocimiento del concepto:
MISIÓN, VISIÓN, HISTORIA INSTITUCIONAL, OBJETIVOS DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL, PRINCIPIOS ÉTICOS, VALORES ÉTICOS Y PROCEDERES ÉTICOS.
ELEMENTOS DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL: ESCUDO, BANDERA, LOGO, SÍMBOLO, HIMNO, ESCARAPELAS.
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA.

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del concepto: INTERNA: ALTERNATIVAS PARA EL DESARROLLO DE LA ETAPA PRODUCTIVA. ETAPAS DE LA FORMACIÓN: TIPOLOGÍA, CARACTERÍSTICAS, PROCEDIMIENTO. MANUAL DE CONVIVENCIA, NORMAS ESPECÍFICAS DE LOS CENTROS.
FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL: CONCEPTO, PRINCIPIOS Y CARACTERÍSTICAS.
TIPOS DE OFERTA DE PROGRAMAS DE FORMACIÓN PROFESIONAL Y SUS CARACTERÍSTICAS. TIPOS DE CERTIFICADO DE ACUERDO CON LA FORMACIÓN Y DURACIÓN DE LOS PROGRAMAS DE FORMACIÓN.
DESARROLLO DE COMPETENCIAS EN LA FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL, CONCEPTO, TIPOS Y CARACTERÍSTICAS.
PROYECTO FORMATIVO: CONCEPTO, FASES ACTIVIDADES, DENOMINACIÓN, OBJETIVOS, PORTAFOLIO DE EVIDENCIAS: ESTRUCTURA, TIPOS DE EVIDENCIA, FORMATO, CONTENIDOS.
PLATAFORMAS TECNOLÓGICAS SENA: TUTORIALES SENA: LMS, SOFÍA PLUS, SISTEMA VIRTUAL DE APRENDICES (SVA), GESTIÓN CONTRATO DE APRENDIZAJE. CORREO MISENA. PORTALES, REDES SOCIALES DE LA ENTIDAD.
RUTA DE FORMACIÓN: ETAPA LECTIVA, ETAPA PRÁCTICA (ALTERNATIVAS). DURACIÓN, CARACTERÍSTICAS, REQUISITOS, FORMATOS, COMPROMISOS, EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO, PLAN DE MEJORA.

Perfil del instructor:

Actividades que comprenden el proyecto:

Código de la actividad: 10358023
Nombre de la actividad: CONTEXTUALIZAR LA FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL DE ACUERDO
Descripción de la actividad:
Modalidad de formación: VIRTUAL

Resultados del proyecto:

Código del resultado: 608047
Nombre del resultado: 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.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Competencias relacionadas con el

Código de la competencia: 3414

Nombre de la competencia: Construir el brief según metodologías de diagnóstico organizacional

Criterio de evaluación: RA1.
ANALIZA VARIABLES INTERNAS Y EXTERNAS DEL ENTORNO TENIENDO EN CUENTA PROCEDIMIENTOS
CLASIFICA LAS FUENTES DE INFORMACIÓN TENIENDO EN CUENTA NECESIDADES
UTILIZA HERRAMIENTAS DE DIAGNÓSTICO SEGÚN PROCEDIMIENTOS
PRESENTA DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN DE ACUERDO CON LAS

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Criterio de evaluación:	FUENTES DE INFORMACIÓN RA2. UTILIZA INFORMACIÓN RELEVANTE TENIENDO EN CUENTA LAS NECESIDADES DEL BRIEF ANALIZA LOS ANTECEDENTES DE LA MARCA TENIENDO EN CUENTA IMAGEN CORPORATIVA REDACTA LOS OBJETIVOS DEL BRIEF SEGÚN METODOLOGÍA INCORPORA EN EL BRIEF LAS RESTRICCIONES LEGALES DEL PRODUCTO DE ACUERDO CON NORMATIVA SUSTENTA BRIEF CUMPLIENDO CON PARÁMETROS ESTABLECIDOS VERIFICA LA INFORMACIÓN SUMINISTRADA POR EL CLIENTE A PARTIR DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL BRIEF
Conocimiento del proceso:	RA1. ANALIZAR PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADEO IDENTIFICAR INFORMACIÓN RELEVANTE PARA LA ESTRUCTURA DEL BRIEF CLASIFICAR VARIABLES INTERNAS Y EXTERNAS DEL ENTRONO SELECCIONAR FUENTES DE INFORMACIÓN PRIMARIA Y SECUNDARIA COMPILAR INFORMACIÓN DIAGNOSTICAR LA SITUACIÓN DEL MERCADO PREPARAR INFORME DIAGNÓSTICO RA2. ANALIZAR MEZCLA DE MERCADEO ANALIZAR IMAGEN CORPORATIVA INTERPRETAR MANUALES DE MARCA IDENTIFICAR COMPETIDORES SELECCIONAR CANALES POR SEGMENTO ANALIZAR ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERPRETAR INFORMACIÓN OBTENIDA DEL DIAGNOSTICO REDACTAR DOCUMENTO FINAL BRIEF ANALIZAR INFORMACIÓN SUMINISTRADA POR LA ORGANIZACIÓN GENERAR PROCESOS DE RETROALIMENTACIÓN CON LA ORGANIZACIÓN
Conocimiento del concepto:	RA1. PLAN DE MERCADEO: CONCEPTO, ESTRUCTURA Y ELEMENTOS MERCADEO: CONCEPTO, OBJETIVOS, BENEFICIOS DIAGNOSTICO EMPRESARIAL: CONCEPTO, TIPOS Y HERRAMIENTAS CULTURA EMPRESARIAL: CONCEPTO, VALORES, POLÍTICAS, JERARQUIZACIÓN, HISTORIA ANÁLISIS DEL ENTORNO: CONCEPTO, TENDENCIAS DEMOGRÁFICAS, SOCIOPOLÍTICA, COMPETENCIA, TECNOLOGÍA, ECONOMÍA Y NORMATIVA MACRO ENTORNO: CONCEPTO, ELEMENTOS MICRO ENTORNO: CONCEPTO, ELEMENTOS VARIABLES EXTERNAS: CONCEPTO, TIPOS VARIABLES INTERNAS: CONCEPTO, TIPOS FUENTES DE INFORMACIÓN: CONCEPTO, TIPOS, ANÁLISIS INFORMACIÓN PRIMARIA: CONCEPTO, TIPOS INFORMACIÓN SECUNDARIA: CONCEPTO, TIPOS DATOS: CONCEPTO, TIPOS DE DATOS, INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN BASES DATOS: CONCEPTO Y ACTUALIZACIÓN HERRAMIENTAS DIAGNÓSTICAS: CONCEPTO, TIPOS, MATRICES RA2.

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del concepto: MEZCLA DE MERCADEO: CONCEPTO, VARIABLES
PRODUCTO: CONCEPTO, ATRIBUTOS, CLASIFICACIÓN, CARACTERÍSTICAS, REFERENCIAS Y TIPOS
SERVICIOS: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS
CICLO DE VIDA: CONCEPTO, ETAPAS
MARCA: CONCEPTO, IMAGEN, BENEFICIOS, DENOMINACIÓN
PROPUESTA DE VALOR: CONCEPTO, DIFERENCIALES, BENEFICIOS, ATRIBUTOS SECUNDARIOS Y CARACTERIZACIÓN
POSICIONAMIENTO DE MARCA: CONCEPTO, NIVEL DE RECORDACIÓN
IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA: CONCEPTO, DIFERENCIA Y ESTRUCTURA
COMPETENCIA: CONCEPTO, TIPOS, CLASES, MATRIZ
BENCHMARKING: CONCEPTO, BENEFICIOS
CANALES DE DISTRIBUCIÓN: CONCEPTO, TIPOS, BENEFICIOS
MERCADO: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, CLASES
TARGET: CONCEPTO, DESCRIPCIÓN DEL TARGET
SEGMENTACIÓN: CONCEPTO, VARIABLES
COMPORTAMIENTO CONSUMIDOR: CONCEPTO, CLASES
ARQUETIPO DE CONSUMIDOR: CONCEPTO, TIPOLOGÍA
BRIEF: CONCEPTO, APLICACIÓN, CARACTERÍSTICAS, FINALIDAD, DISEÑO, TIPOS, ESTRUCTURA Y ELEMENTOS
BRIEFING: CONCEPTO, APLICACIÓN, CARACTERÍSTICAS Y FINALIDAD
CONTRA BRIEFING: CONCEPTO, APLICACIÓN
INFORMES: CONCEPTO, DISEÑO, ESCRITOS, NORMAS, TIPOS DE INFORMES Y

Perfil del instructor:

Actividades que comprenden el proyecto:

Código de la actividad: 10358024
Nombre de la actividad: RECONOCER NECESIDADES DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA TENIENDO EN
Descripción de la actividad:
Modalidad de formación: VIRTUAL

Resultados del proyecto:

Código del resultado: 606603
Nombre del resultado: RA1. ESTABLECER VARIABLES SITUACIONALES TENIENDO EN CUENTA REQUERIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN. 144 H
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 606604
Nombre del resultado: RA2. ELABORAR EL BRIEF SEGÚN ANÁLISIS Y RECONOCIMIENTO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN. 192 H
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Competencias relacionadas con el

Código de la competencia: 36180

Nombre de la competencia: Enrique Low Murtra-Interactuar en el contexto productivo y social de acuerdo con principios éticos para la construcción de una cultura de paz.

Criterio de evaluación:
DEFINE SU PROYECTO DE VIDA DE ACUERDO A LOS CRITERIOS DE DIGNIDAD, DE RESPETO, CREENCIAS, ECOLOGÍA Y CULTURA
RECONOCE SU VALOR Y EL VALOR DEL OTRO DE ACUERDO A LOS PRINCIPIOS DE DIGNIDAD Y CONSTRUCCIÓN CULTURAL Y AUTONOMÍA
UTILIZA HERRAMIENTAS QUE PERMITEN LA COMUNICACIÓN ASERTIVA EN DIFERENTES ENTORNOS TENIENDO EN CUENTA LA PEDAGOGÍA PARA LA PAZ
CONSTRUYE RELACIONES INTERPERSONALES A PARTIR DEL ENFOQUE DIFERENCIAL Y LA PROMOCIÓN DE UNA CULTURA DE PAZ
CAMBIA ACTITUDES FRENTE A SU COMPORTAMIENTO CON BASE EN LA DIGNIDAD, APORTANDO A LA CULTURA DE PAZ
MODIFICA ACTITUDES COMPORTAMENTALES A PARTIR DE LA RESOLUCIÓN PACÍFICA DE CONFLICTOS
APLICA ACCIONES DE PREVENCIÓN DE ACCIONES VIOLENTAS CON BASE EN ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN ASERTIVA
EVIDENCIA RESPETO POR EL BIEN COMÚN, LA ALTERIDAD Y EL DIÁLOGO CON EL OTRO CON BASE EN PRINCIPIOS AXIOLÓGICOS

Conocimiento del proceso:
ESTABLECER COMUNICACIÓN CONSTRUCTIVA
RESPETAR AL OTRO
FIJAR EL PROYECTO DE VIDA
RECLAMAR DERECHOS DE DIGNIDAD
USAR LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA PARA MEJORAR MI CALIDAD DE VIDA
EXIGIR RECONOCIMIENTO EN FUNCIÓN DE MI PRESENCIA PROTAGÓNICA EN LA SOCIEDAD
RECONOCER EL VALOR INTRÍNSECO DE CADA PERSONA
MANTENER EL VALOR DE MI DIGNIDAD Y LA DIGNIDAD DEL OTRO
RECONOCER LA AUTONOMÍA PERSONAL Y DEL OTRO
RECONOCER MIS DIFERENCIAS E IGUALDADES CON EL OTRO
PRACTICAR CON HECHOS EL RESPETO CONMIGO MISMO Y CON LOS DEMÁS
APLICAR LA CAPACIDAD DE ESCUCHA
RESPETAR LA OPINIÓN E IDEAS DEL OTRO
APLICAR ESTILOS DE COMUNICACIÓN
PRACTICAR CON HECHOS EL RESPETO A LOS DEMÁS
RESPETAR LA PRIVACIDAD DEL OTRO
RESPETAR LAS CREENCIAS
RESPETAR LUGARES DE ENCUENTRO COMUNITARIO
PRACTICAR ACTOS DE RESPETO
RESPETAR LAS NORMAS SOCIALES
CONVIVIR EN COMUNIDAD
ASUMIR COMPORTAMIENTO DE CULTURA CIUDADANA
EJERCER ROL PROTAGÓNICO EN EL DESARROLLO SOCIAL
FORTALECER COMPETENCIAS DE LIDERAZGO
DESARROLLAR PROYECTOS SOCIALES
DESARROLLAR EL SENTIDO DE PERTENENCIA
ESTABLECER PROCESOS DE COMUNICACIÓN CONSTRUCTIVA
IDENTIFICAR LOS HECHOS DE VIOLENCIA EN MI HISTORIA DE VIDA
RECONOCER LA IMPORTANCIA DEL DESARROLLO DE UNA CULTURA DE PAZ
IDENTIFICAR ESTRATEGIAS DE RECONCILIACIÓN

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del proceso:

APLICAR ESTRATEGIAS DE RECONCILIACIÓN
ESTABLECER RELACIONES CONSTRUCTIVAS Y RESPETUOSAS
ESTABLECER RELACIONES INTERPERSONALES
ASUMIR ACTITUDES CRÍTICAS CONSTRUCTIVAS Y ARGUMENTATIVAS
ESTABLECER GESTOS DE SOLIDARIOS
GENERAR PROCESOS DE CONSTRUCCIÓN DE PAZ EN EL NÚCLEO FAMILIAR
ESTABLECER RELACIONES INTERPERSONALES A PARTIR DE UNA COMUNICACIÓN ASERTIVA, TOLERANCIA Y SOLIDARIDAD
APLICAR NORMATIVA VIGENTE EN RELACIÓN CON DERECHOS HUMANOS Y DERECHO INTERNACIONAL HUMANITARIO

Conocimiento del concepto:

HOMBRE: CONCEPTO, SUJETO MORAL, SUJETO ÉTICO, SER RACIONAL
CONCEPTO DE NATURALEZA HUMANA, DIGNIDAD HUMANA, ACTOS HUMANOS, ACCIONES HUMANAS, LIBERTAD, LEY NATURAL, LEY POSITIVA Y MORAL
AXIOLOGÍA: CONCEPTO, JERARQUÍA DE VALORES
ÉTICA: CONCEPTO Y APLICABILIDAD
TRABAJO: CONCEPTO, SISTEMA DE RELACIONES
RELACIONES SOCIALES: CONCEPTO, CLASES
RECONCILIACIÓN: CONCEPTO, CONDICIONES
TRABAJO EN EQUIPO: CONTEXTUALIZACIÓN, ALCANCE, TÉCNICAS, FUNDAMENTOS Y VENTAJAS
RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS: CONTEXTUALIZACIÓN, DESTREZAS, TÉCNICAS Y TEORÍAS
COMUNICACIÓN ASERTIVA: CONTEXTUALIZACIÓN, ESTRATEGIAS, FUNDAMENTOS, TIPOS Y TÉCNICAS
LIDERAZGO: CONCEPTO, TENDENCIAS Y GENERALIDADES
INTELIGENCIA EMOCIONAL: CONCEPTO, ALCANCE Y TÉCNICAS
COACHING: CONCEPTO, ALCANCE Y TÉCNICAS BÁSICAS
PROGRAMACIÓN NEUROLINGÜÍSTICA: CONCEPTO, ALCANCE, TÉCNICAS BÁSICAS
TOMA DE DECISIONES: CONCEPTO, MODELOS, ESTRATÉGICAS Y ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y ALCANCE
RELACIONES INTERPERSONALES: CONCEPTO Y ALCANCE
CONTEXTO DEL CONFLICTO: CONCEPTO, CONTEXTO SOCIAL Y POLÍTICO, CONFLICTO ARMADO
CONCEPTO DE PAZ, VIOLENCIA. CONFLICTO, RESPETO, FAMILIA, DIÁLOGO Y CONCERTACIÓN
JUSTICIA: CONCEPTO, CLASES
EQUIDAD: CONCEPTO, APLICACIONES
CONCEPTO Y FORMAS DE GOBIERNO, SOCIEDAD, ESTADO, PAÍS, CONSTITUCIÓN, GOBERNALIDAD, Y DEMOCRACIA
CONVIVENCIA: CONCEPTO, LIBERTAD, CRITICIDAD, NEGOCIACIÓN FRENTE AL CONFLICTO, REPARACIÓN Y REINTEGRACIÓN
DERECHOS HUMANOS: CONCEPTO, NORMATIVA VIGENTE
DERECHO INTERNACIONAL HUMANITARIO: CONCEPTO, NORMATIVA VIGENTE
AUTOESTIMA, AUTONOMÍA, AUTOCONTROL, AUTOCUIDADO
COMUNICACIÓN: ACCIÓN INSTRUMENTAL, ACCIÓN ESTRATÉGICA Y ACCIÓN COMUNICATIVA
HABILIDADES PARA LA VIDA Y PARA LA CONVIVENCIA: AUTOCONOCIMIENTO, EMPATÍA, COMUNICACIÓN ASERTIVA, RELACIONES INTERPERSONALES, TOMA DE DECISIONES, SOLUCIÓN DE PROBLEMAS Y DE CONFLICTOS, PENSAMIENTO CREATIVO, PENSAMIENTO CRÍTICO, MANEJO DE EMOCIONES Y SENTIMIENTOS, MANEJO DE TENSIONES Y ESTRÉS
PARTICIPACIÓN CIUDADANA: CONCEPTO, MECANISMOS E INSTANCIAS DE

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del concepto: PARTICIPACIÓN CIUDADANA, BIEN COMÚN, ALTERIDAD Y GÉNERO, PROCESO DE SOCIABILIDAD HUMANA, REPRESENTACIONES SOCIALES O IMAGINARIOS CULTURALES, CULTURAS EMERGENTES, ROLES SOCIALES.
RESPONSABILIDAD SOCIAL: CONCEPTO, ESTRATEGIAS PARA GENERAR UNA CULTURA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

Perfil del instructor:

Actividades que comprenden el proyecto:

Código de la actividad: 10358024
Nombre de la actividad: RECONOCER NECESIDADES DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA TENIENDO EN
Descripción de la actividad:
Modalidad de formación: VIRTUAL

Resultados del proyecto:

Código del resultado: 606735
Nombre del resultado: RA3 PROMOVER EL USO RACIONAL DE LOS RECURSOS NATURALES A PARTIR DE CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD Y SUSTENTABILIDAD ÉTICA Y NORMATIVA VIGENTE.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 606736
Nombre del resultado: RA4 CONTRIBUIR CON EL FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA DE PAZ A PARTIR DE LA DIGNIDAD HUMANA Y LAS ESTRATEGIAS PARA LA TRANSFORMACIÓN DE CONFLICTOS.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 606737
Nombre del resultado: 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.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 606738
Nombre del resultado: RA2 ESTABLECER RELACIONES DE CRECIMIENTO PERSONAL Y COMUNITARIO A PARTIR DEL BIEN COMÚN COMO APORTE PARA EL
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Competencias relacionadas con el

Código de la competencia: 37371

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Nombre de la competencia:	Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información
Criterio de evaluación:	ESCOGE EQUIPOS TIC, TIPOS DE SOFTWARE Y SERVICIOS DE INTERNET, DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DE PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN Y CARACTERÍSTICAS MANEJA COMPUTADORES, TABLETAS, CELULARES Y OTROS EQUIPOS TIC, DE ACUERDO CON LAS FUNCIONALIDADES DE LOS MISMOS MANEJA PROCESADOR DE TEXTO, HOJA DE CÁLCULO, SOFTWARE PARA PRESENTACIONES, DIAGRAMACIÓN, BASES DE DATOS Y SOFTWARE ESPECÍFICO, DE ACUERDO CON LAS FUNCIONALIDADES DE CADA PROGRAMA Y LAS NECESIDADES DE MANEJO DE LA INFORMACIÓN UTILIZA MOTORES DE BÚSQUEDA, NAVEGACIÓN, CORREO ELECTRÓNICO, TRANSFERENCIA DE ARCHIVOS, CHAT, LISTAS DE CORREOS, BLOGS, WIKIS, FOROS WEB, SPACES, GRUPOS DE NOTICIAS, TELEFONÍA IP, TELEVISIÓN IP, COMPRAR EN INTERNET, E-DEARNING, MARKETING DIGITAL, TRABAJO COLABORATIVO, COMPUTACIÓN EN LA NUBE, REDES SOCIALES Y VIDEOCONFERENCIA POR INTERNET, DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN MANEJA HERRAMIENTAS COLABORATIVAS EN INTERNET, DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL EQUIPO DE TRABAJO
Conocimiento del proceso:	IDENTIFICAR EQUIPOS TIC, TIPOS DE SOFTWARE Y SERVICIOS DE INTERNET DISPONER EQUIPOS TIC, TIPOS DE SOFTWARE Y SERVICIOS DE INTERNET MANEJAR COMPUTADORES, PERIFÉRICOS, TABLETAS, EQUIPOS MÓVILES Y REPRODUCTORES DE MEDIOS ELECTRÓNICOS APLICAR FUNCIONALIDADES DE SISTEMAS OPERATIVOS MANEJAR PROCESADOR DE TEXTO, HOJA DE CÁLCULO, SOFTWARE PARA PRESENTACIONES, DIAGRAMACIÓN, BASES DE DATOS Y PROGRAMAS ESPECÍFICOS UTILIZAR MOTORES DE BÚSQUEDA, NAVEGACIÓN, CORREO ELECTRÓNICO, TRANSFERENCIA DE ARCHIVOS, CHAT, LISTAS DE CORREOS, BLOGS, WIKIS, FOROS WEB, SPACES, GRUPOS DE NOTICIAS, TELEFONÍA IP, TELEVISIÓN IP, COMPRAR EN INTERNET, E-LEARNING, MARKETING DIGITAL, TRABAJO COLABORATIVO, COMPUTACIÓN EN LA NUBE, REDES SOCIALES Y VIDEOCONFERENCIA POR INTERNET MANEJAR HERRAMIENTAS COLABORATIVAS EN INTERNET VALORAR RESULTADOS OBTENIDOS APLICAR PROCESOS DE MEJORA
Conocimiento del concepto:	TECNOLOGÍA: CONCEPTO, TIPOS, CARACTERÍSTICAS HERRAMIENTAS TIC: CLASES, CARACTERÍSTICAS, USOS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN: CONCEPTO, COMPONENTES, CARACTERÍSTICAS, CLASIFICACIÓN, USOS, TENDENCIAS EQUIPOS Y PERIFÉRICOS TIC COMPUTADOR: CONCEPTO, ARQUITECTURA, FUNCIONAMIENTO, TIPOS, CARACTERÍSTICAS PERIFÉRICOS: CONCEPTO, CLASIFICACIÓN, CARACTERÍSTICAS, FUNCIONAMIENTO OTROS (TABLETAS, EQUIPOS MÓVILES, REPRODUCTORES DE MEDIOS ELECTRÓNICOS): CONCEPTO, FUNCIONAMIENTO, TIPOS, CARACTERÍSTICAS REDES DE DATOS: CONCEPTO, CONECTIVIDAD, TIPOS, CARACTERÍSTICAS, USOS, SERVICIOS SOFTWARE: CONCEPTO, HERRAMIENTAS, FUNCIONES, PROPIEDADES TIPOS DE SOFTWARE: SOFTWARE DE SISTEMA (SISTEMA OPERATIVO): CONCEPTO, CLASES,

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del concepto: FUNCIONES, CARACTERÍSTICAS, USOS
SOFTWARE DE APLICACIÓN (PROCESADOR DE TEXTO, HOJA DE CÁLCULO, PROGRAMA DE PRESENTACIÓN, BASE DE DATOS, DIAGRAMACIÓN, SOFTWARE ESPECÍFICO): CONCEPTO, CLASES, FUNCIONES, CARACTERÍSTICAS, USOS
SOFTWARE DE DESARROLLO: CONCEPTO, CLASES, FUNCIONES, CARACTERÍSTICAS, USOS
INTERNET:
DEFINICIÓN, HISTORIA, EVOLUCIÓN, ARQUITECTURA, UTILIDADES
CONEXIÓN: TIPOS, CONFIGURACIÓN, CARACTERÍSTICAS
HERRAMIENTAS COLABORATIVAS
SERVICIOS DE INTERNET:
(NAVEGACIÓN, CORREO ELECTRÓNICO, TRANSFERENCIA DE ARCHIVOS, BÚSQUEDAS, LISTAS DE CORREOS, GRUPOS DE NOTICIAS, CHATS, BLOGS, WIKIS, FOROS WEB, SPACES, REDES SOCIALES, INTERCAMBIO DE ARCHIVOS P2P, TELEFONÍA VOIP, TELEVISIÓN IPTV, COMPRAR EN INTERNET, E-LEARNING, MARKETING DIGITAL, TRABAJO COLABORATIVO, COMPUTACIÓN EN LA NUBE): CONCEPTO, REQUERIMIENTOS, TIPOS, UTILIDADES, APLICACIONES, VENTAJAS, DESVENTAJAS
VERIFICACIÓN DE RESULTADOS: OBJETO, TÉCNICAS

Perfil del instructor:

Actividades que comprenden el proyecto:

Código de la actividad: 10358024
Nombre de la actividad: RECONOCER NECESIDADES DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA TENIENDO EN
Descripción de la actividad:
Modalidad de formación: VIRTUAL

Resultados del proyecto:

Código del resultado: 606755
Nombre del resultado: RA1 ALISTAR HERRAMIENTAS DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (TIC), DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DE PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 606756
Nombre del resultado: RA4 OPTIMIZAR LOS RESULTADOS, DE ACUERDO CON LA VERIFICACIÓN.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 606757
Nombre del resultado: RA3 EVALUAR LOS RESULTADOS, DE ACUERDO CON LOS REQUERIMIENTOS.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Código del resultado: 606758
Nombre del resultado: RA2 APLICAR FUNCIONALIDADES DE HERRAMIENTAS Y SERVICIOS TIC, DE ACUERDO CON MANUALES DE USO, PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS Y BUENAS PRÁCTICAS.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Competencias relacionadas con el

Código de la competencia: 3418

Nombre de la competencia: Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal

Criterio de evaluación:

RA1.
DETERMINA LOS ELEMENTOS DEL PLAN DE MERCADEO DIGITAL TENIENDO EN CUENTA EL DIAGNÓSTICO Y EL SEGMENTO DEL MERCADO
SELECCIONA ACTIVIDADES PARA EL PLAN DE MARKETING DIGITAL DE ACUERDO CON EL MODELO DE NEGOCIO
ELABORA CRONOGRAMA Y PRESUPUESTO A PARTIR DE NECESIDADES DEL PLAN DE MARKETING DIGITAL
UTILIZA INDICADORES Y MÉTRICAS TENIENDO EN CUENTA NECESIDADES DEL PLAN DE MARKETING DIGITAL

RA2.
CONCRETA LOS CONTENIDOS Y PIEZAS GRÁFICAS DE LA CAMPAÑA DIGITAL SEGÚN LOS PARÁMETROS DE USABILIDAD
PRESENTA LOS CONTENIDOS PARA EL PLAN DE MARKETING DIGITAL CON BASE EN LAS TÉCNICAS CREATIVAS UTILIZADAS
UTILIZA HERRAMIENTAS DIGITALES TENIENDO EN CUENTA EL MODELO DE NEGOCIO EN LÍNEA

RA3.
CUANTIFICA LOS DATOS DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES, DE ACUERDO A LA CAMPAÑA
VALIDA LA EFECTIVIDAD DE LA CAMPAÑA DE MARKETING Y COMUNICACIÓN DIGITAL DE ACUERDO CON LAS TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DE MONITOREO
APLICA NORMATIVA DE PROTECCIÓN DE DATOS TENIENDO EN CUENTA POLÍTICAS

Conocimiento del proceso:

RA1.
ANALIZAR BRIEFING DE LA ORGANIZACIÓN
ELABORAR LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO DIGITAL
SELECCIONAR LAS ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS DEL PLAN DE MARKETING DIGITAL
DETERMINAR LOS RECURSOS DEL PLAN DE MARKETING DIGITAL

RA2.
DETERMINAR LANDING PAGE Y CALL TO ACTION DE LA ORGANIZACIÓN O PRODUCTO
REDACTAR LOS TEXTOS PARA LA COMUNICACIÓN EN MEDIOS DIGITALES
ESTABLECER TEMAS DE CONTENIDOS AFINES A LA ORGANIZACIÓN O AL PRODUCTO PARA CADA NICHO
DESARROLLAR LOS FORMATOS DE CONTENIDOS PARA CADA CANAL, RED

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del proceso:

SOCIAL, MAIL O PLATAFORMA
REDACTAR LOS CONTENIDOS DE LA CAMPAÑA DIGITAL
DETERMINAR LANDING PAGE Y CALL TO ACTION DE LA ORGANIZACIÓN O PRODUCTO

RA3.
SELECCIONAR VARIABLES DE MEDICIÓN DE EFECTIVIDAD DE LA CAMPAÑA
FIJAR LA FRECUENCIA DE LOS IMPACTOS E INTENSIDAD DE LA CAMPAÑA
DETERMINAR LOS LEADS POR NICHOS DE MERCADOS.
IMPLEMENTAR ANALÍTICA WEB A LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL
GENERAR INFORMES CON ESTADÍSTICAS Y DATOS DE CADA CANAL

Conocimiento del concepto:

RA1.
PLAN DE MERCADEO DIGITAL: CONCEPTO, ESTRUCTURA, OBJETIVOS, ESTRATEGIAS, TÁCTICAS, RECURSOS, MEDICIÓN, ORDENES DE PUBLICACIÓN
MEDIOS DIGITALES: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS Y TIPOS.
CANALES DE COMUNICACIÓN DIGITAL: CONCEPTO, TIPOS, VENTAJAS Y DESVENTAJAS
POSICIONAMIENTO EN MEDIOS DIGITALES: CONCEPTO, TIPOS
LENGUAJE DE MARKETING DIGITAL: CONCEPTO, TIPOS
NORMATIVA: CÓDIGO DE AUTORREGULACIÓN PUBLICITARIA, CÓDIGO DEL COMERCIO, UCEP Y CONARED, DERECHOS DE AUTOR

RA2.
CONTENIDOS DIGITALES: CONCEPTO, GESTIÓN, CLASES
CONTENIDOS MULTIMEDIA: CONCEPTO, CLASES
STORYTELLING: CONCEPTO, INFOGRAFÍAS Y LÍNEAS DE TIEMPO
CONTENIDOS TRANSMEDIA: CONCEPTO Y APLICACIÓN
ANUNCIOS EN MEDIOS DIGITALES: CONCEPTO, ADWORDS, FACEBOOK ADS, SANP ADS, TWITTER ADS, INSTAGRAM ADS
POSICIONAMIENTO EN WEB: SEO, SEM, KEYWORDS, LEADS, TRACKING
MENSAJE: CONCEPTO, COMPOSICIÓN, ESTILO, FORMA, SEMIOLOGÍA, ICONOGRAFÍA, TIPOS
COMUNICACIÓN DIGITAL: CONCEPTO, MEDIOS, CARACTERÍSTICAS, BLOGS, REDES SOCIALES Y UNIDAD DE CAMPAÑA
MARKETING DE CONTENIDOS: CONCEPTO, INBOUND, OUTBOUND, ESTRUCTURA, USABILIDAD, PALABRAS CLAVES, COMPOSICIÓN, TIPOS Y OPTIMIZACIÓN WEB
CREACIÓN DE SLOGAN: CONCEPTO, MÉTRICA, ENGAGEMENT, RECORDACIÓN, ORIGINALIDAD
REDACCIÓN DE TEXTOS PARA MEDIOS DIGITALES: CONCEPTO, TITULARES, ENCABEZADOS PARA WEB, ESTRUCTURA DE TEXTOS PARA WEB Y REDES SOCIALES, TENDENCIAS CON PALABRAS CLAVES
ESTRATEGIAS MASIVAS EN REDES: CONCEPTO, TENDENCIAS, GRUPOS, COMUNIDADES, PÁGINAS, PERFILES, LISTAS, INFLUENCERS Y PRO TIPS
LANDINGS: CONCEPTO, CALL TO ACTION, SITIOS DE CONVERSIÓN DE USUARIOS, CORREOS MASIVOS Y MOVIL MARKETING
REMARKETING: CONCEPTO, PAGO EN REDES SOCIALES Y SITIOS DEL ALTO TRÁFICO
VERBATIM: CONCEPTO, ESTRUCTURA, MÉTODO Y UTILIDAD

RA3.
HERRAMIENTAS DE MEDICIÓN WEB: CONCEPTO, HACKING EN REDES,

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del concepto: SITIOS WEB, ANÁLISIS DE TRÁFICO, GEO-LOCALIZACIÓN
ANALÍTICA WEB: CONCEPTO, SEGUIMIENTO DE COMENTARIOS, BARRIDO EN LA WEB, POSICIONAMIENTO, REPUTACIÓN EN REDES Y EN EL MERCADO, ANÁLISIS DE CONVERSIONES
CONVERSIÓN DE USUARIOS: CONCEPTO, ANÁLISIS DE CONVERSIÓN POR CONTENIDOS, MEDICIÓN DE EFECTIVIDAD DE LINKS Y RE-MARKETING, TÉCNICAS DE EVALUACIÓN DE INBOUND

Perfil del instructor:

Actividades que comprenden el proyecto:

Código de la actividad: 10358025
Nombre de la actividad: ESTRUCTURAR PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE ACUERDO CON
Descripción de la actividad:
Modalidad de formación: VIRTUAL

Resultados del proyecto:

Código del resultado: 606606
Nombre del resultado: RA1. PROPONER EL PLAN DE MERCADEO DIGITAL DE ACUERDO CON CARACTERÍSTICAS DEL SEGMENTO DE MERCADO. 144 H
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Competencias relacionadas con el

Código de la competencia: 37937

Nombre de la competencia: ELABORAR PIEZAS GRAFICAS DE ACUERDO CON LOS REQUERIMIENTOS DEL CLIENTE Y PRINCIPIOS DEL DISEÑO GRÁFICO.

Criterio de evaluación: RA1.
JERARQUIZA IDEAS PARA LA REALIZACIÓN DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA SEGÚN SOLICITUD DEL CLIENTE
SELECCIONA LA IDEA CREATIVA DE ACUERDO CON CRITERIO PUBLICITARIO
DETERMINA EL CONCEPTO CREATIVO PARA LA CAMPAÑA PUBLICITARIA, TENIENDO EN CUENTA LA COMPOSICIÓN, FORMATO Y MATERIAL DE DISEÑO

RA2.
ORGANIZA COMPONENTES DEL MENSAJE PUBLICITARIO A PARTIR DE BRIEF
ESTRUCTURA EL GUION DE ACUERDO A LA NECESIDAD DE LA CAMPAÑA
REDACTA EL MENSAJE PUBLICITARIO ATENDIENDO NORMAS DE ORTOGRAFÍA Y GRAMATICALES.
REDACTA EL TEXTO TENIENDO EN CUENTA LA NORMATIVA PUBLICITARIAS Y LEGALES

RA3.
PRESENTA LOS BOCETOS DE LAS PIEZAS TENIENDO EN CUENTA LA ESTRUCTURA DE LA CAMPAÑA
SELECCIONA HERRAMIENTAS DE DISEÑO DE ACUERDO CON EL OBJETIVO DE COMUNICACIÓN Y EL MEDIO DE DIFUSIÓN
ORGANIZA LOS ELEMENTOS DE LA PIEZA DE ACUERDO CON ORIENTACIONES

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Criterio de evaluación:

DEL MANUAL DE IDENTIDAD GRÁFICA Y CORPORATIVA
ELABORA EL BOCETO DE LAS PIEZAS DE COMUNICACIÓN DE LA CAMPAÑA SEGÚN LOS LINEAMIENTOS DEL DISEÑO Y NORMATIVIDAD

RA4.
ESTRUCTURA CROMATISMO Y COMPOSICIÓN DE LA PIEZA DE ACUERDO CON EL OBJETIVO DE COMUNICACIÓN Y LA ESTRATEGIA CREATIVA
PRESENTA LA PIEZA ELABORADA A LA ORGANIZACIÓN DE ACUERDO CON LA SOLICITUD DE LA CAMPAÑA
AJUSTA LAS PIEZAS ELABORADA TENIENDO EN CUENTA A LAS ACCIONES DE MEJORA
ENTREGA PIEZAS ARTE FINALIZADAS DE ACUERDO CON EL MEDIO SELECCIONADO

Conocimiento del proceso:

RA1.
ANALIZAR EL BRIEFING DE LA ORGANIZACIÓN
ANALIZAR EL TARGET O GRUPO OBJETIVO
UTILIZAR TÉCNICAS CREATIVAS PARA GENERAR IDEAS
SELECCIONAR TEMA Y TONO DE COMUNICACIÓN
ANALIZAR EL CONCEPTO CREATIVO
RECONOCER LA IDENTIDAD CORPORATIVA DE LA ORGANIZACIÓN O PRODUCTO
ANALIZAR LA ESTRATEGIA DE MEDIOS

RA2.
IDENTIFICAR LOS COMPONENTES DEL TEXTO
REDACTAR LOS CUERPOS DE TEXTO
ELABORAR GUIONES PARA PIEZAS AUDIOVISUALES
REVISAR ORTOGRAFÍA Y GRAMÁTICA
REVISAR NORMAS DE REGULACIÓN PUBLICITARIA

RA3.
SELECCIONAR TÉCNICAS DE REALIZACIÓN DE LAS PIEZAS PARA CADA MEDIO
EXPONER EL BOCETO ANTE EL EQUIPO CREATIVO
ESTABLECER EL CRONOGRAMA DE PROCESO DE ARTE FINALIZADO
ASIGNAR IMÁGENES, ILUSTRACIONES, LAYOUTS, TIPOGRAFÍAS, LOGOS E ICONOS NECESARIOS PARA LA PIEZA PUBLICITARIA
ESTRUCTURAR LA COMPOSICIÓN DE LA PIEZA PUBLICITARIA
ADAPTAR LA PIEZA PUBLICITARIA A LOS MEDIOS
PRESENTAR EL ARTE FINAL DE LAS PIEZAS PUBLICITARIAS

RA4.
REVISAR LA PROPUESTA DE PIEZA PUBLICITARIA ANTE EL CLIENTE Y EL GRUPO CREATIVO
IDENTIFICAR OPORTUNIDADES DE MEJORA EN LAS PIEZAS PUBLICITARIAS FRENTE A LAS EXIGENCIAS DEL CLIENTE
REALIZAR AJUSTES EN LAS PIEZAS PUBLICITARIAS

Conocimiento del concepto:

RA1.
CREATIVIDAD: CONCEPTO, NORMAS, DIFERENCIA, TÉCNICA, MÉTODO
TÉCNICAS CREATIVAS: CONCEPTO, CLASES, INDIVIDUALES Y GRUPALES
TONOS: CONCEPTO, TIPOS, PROPÓSITO
TEMA: CONCEPTO, TIPOS, PROPÓSITOS
CONCEPTO CREATIVO: CONCEPTO, MÉTODOS, PRINCIPIOS, RELEVANCIA, ORIGINALIDAD, OBJETIVO

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del concepto: CONCEPTOS DE DESARROLLO: CONCEPTO, COMPOSICIÓN, PLANOS, COMUNICACIÓN, APROBACIÓN, EXPRESIÓN ORAL, FORMATOS Y MATERIALES DE DISEÑO
CONCEPTO PUBLICITARIO: CONCEPTO, MEDIOS PUBLICITARIOS, MERCHANDISING, ESTRATEGIAS DE CAMPAÑA, REDACCIÓN, TIPOGRAFÍA, Y FUENTE

RA2.
TITULARES: CONCEPTO, REDACCIÓN, IMPACTO, TIPOS
TEXTO: CONCEPTO, REDACCIÓN, TIPOGRAFÍA, FUENTE, ORTOGRAFÍA Y GRAMÁTICA.
GUIONES: CONCEPTO, TIPOS, CONTENIDO
FIGURAS RETÓRICAS: CONCEPTO, TIPOS Y APLICACIÓN PUBLICITARIA.

RA3.
LAYOUT: CONCEPTO, USOS, BENEFICIOS
BOCETO: CONCEPTO, USOS
PIEZAS PUBLICITARIAS: CONCEPTO, FORMATOS, TIPOS, NORMAS TÉCNICAS
TÉCNICAS DE IMPRESIÓN: CONCEPTO
TEORÍA DEL COLOR: CONCEPTO, BENEFICIOS
CIRCULO CROMÁTICO: CONCEPTO, PROPIEDADES, TONO, SATURACIÓN, LUMINOSIDAD
PROCESO GRÁFICO: CONCEPTO, FUNDAMENTOS, PRINCIPIOS Y FORMATOS DE IMÁGENES
CORRIENTES ARTÍSTICAS: CONCEPTO, TIPOS
HERRAMIENTAS DE SOFTWARE (EDICIÓN DE IMÁGENES, VECTORIZADORES, EDICIÓN DE VÍDEO, 3D, APLICABILIDAD Y MANEJO)
CRONOGRAMA: CONCEPTO, BENEFICIOS

RA4.
TÉCNICAS DE PRESENTACIÓN: CONCEPTO, FLUIDEZ VERBAL, MANEJO DE PÚBLICO, RECURSOS FÍSICOS, MATERIALES, ESTRATEGIAS
MEDIOS AUDIOVISUALES: CONCEPTO, TIPOS
TÉCNICAS DE CORRECCIONES: CONCEPTO, TIPOS

Perfil del instructor:

Actividades que comprenden el proyecto:

Código de la actividad: 10358025
Nombre de la actividad: ESTRUCTURAR PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE ACUERDO CON
Descripción de la actividad:
Modalidad de formación: VIRTUAL

Resultados del proyecto:

Código del resultado: 606609
Nombre del resultado: RA1. ESTABLECER EL CONCEPTO CREATIVO DE LA CAMPAÑA TENIENDO EN CUENTA EL BRIEF. 144 H
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Competencias relacionadas con el

Código de la competencia: 3416

Nombre de la competencia: Definir el plan de comunicación interna de acuerdo con la cultura y estrategia corporativa

Criterio de evaluación:

RA1.
APROPIA LOS COMPONENTES DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA SEGÚN REQUERIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN
AJUSTA ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN SEGÚN POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN
SELECCIONA CANALES DE COMUNICACIÓN TENIENDO EN CUENTA SEGMENTO DE MERCADO
ELABORA PROPUESTA TENIENDO EN CUENTA PRINCIPIOS Y COMPONENTES DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA
SUSTENTA PROPUESTA DE IDENTIDAD CORPORATIVA TENIENDO EN CUENTA EXIGENCIAS DE LA ORGANIZACIÓN

RA2.
DETERMINA ACTIVIDADES DE ENDOMARKETING SEGÚN EL CONTEXTO INTERNO DE LA ORGANIZACIÓN
RECONOCE LA IMPORTANCIA DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA TENIENDO EN CUENTA POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN
REDACTA PLAN DE ENDOMARKETING SEGÚN PROCEDIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN

RA3.
SELECCIONA LA ESTRATEGIA DE BRANDIG DE ACUERDO CON LAS CONDICIONES DEL MERCADO
INTERACTÚA CON CLIENTES EXTERNOS E INTERNOS TENIENDO EN CUENTA PROTOCOLOS DE COMUNICACIÓN
ELABORA EL PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL SEGÚN CARACTERÍSTICAS DE LA MARCA Y EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO

Conocimiento del proceso:

RA1.
IDENTIFICAR ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN
ANALIZAR LOS OBJETIVOS
DESCRIBIR EL TARGET
DEFINIR ADN DE MARCA
DESARROLLAR EL CONCEPTO DE MARCA
BOCETAR DE LOGOTIPO, ISOTIPO O IMAGOTIPO DE LA MARCA
INTERPRETAR MENSAJE DEL PRODUCTO Y DE LA MARCA
DETERMINAR PARTICIPACIÓN DE LA MARCA EN EL MERCADO
DESCRIBIR ESTILO Y TONO DE COMUNICACIÓN DEL MENSAJE
ESTABLECER DURACIÓN DE LA CAMPAÑA
ANALIZAR MARCO NORMATIVO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN
UTILIZAR PRESUPUESTO
PRESENTAR INFORME

RA2.
INTERPRETAR ANÁLISIS INTERNO DEL ENTORNO
APROPIAR EL BRANDING INTERNO
SELECCIONAR ESTRATEGIAS DE ENDOMARKETING

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del proceso:

RA3.
IDENTIFICAR BRIEF DE COMUNICACIÓN
SELECCIONAR ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTEGRAL
GESTIONAR BRANDING
ESTABLECER PLAN DE ACCIÓN DE COMUNICACIÓN

Conocimiento del concepto:

RA1.
ADN DE MARCA: CONCEPTO, TIPOS, BENEFICIOS
BRANDING: CONCEPTO, BENEFICIOS
LOGOTIPO: CONCEPTO, TIPOS
SLOGAN: CONCEPTO, TIPOS
IDENTIDAD VISUAL: CONCEPTO, BENEFICIOS
MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA: CONCEPTO, USOS, BENEFICIOS
MENSAJE: CONCEPTO, ESTRUCTURA, TIPOS Y DESTINATARIOS
AUDIENCIA: CONCEPTO Y TIPOS
POSICIONAMIENTO: CONCEPTO
ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN: CONCEPTO, TIPOS Y COMPONENTES
ESTRATEGIAS ATL: CONCEPTO, TIPOS Y ESTRUCTURA
ESTRATEGIAS BTL: CONCEPTO, TIPOS Y ESTRUCTURA
PUBLICIDAD: CONCEPTO, TIPOS, Y BENEFICIOS
CANALES DE COMUNICACIÓN: CONCEPTO, TIPOS Y CARACTERÍSTICAS
FRECUENCIA: CONCEPTO
INTENSIDAD: CONCEPTO
NORMATIVA DE COMUNICACIÓN: CONCEPTO Y COMPOSICIÓN
CAMPAÑA: CONCEPTO Y ESTRUCTURA
INFORME: CONCEPTO, TIPOS Y ESTRUCTURA

RA2.
ENDOMARKETING: CONCEPTO, ESTRATEGIAS, ESTRUCTURA Y MÉTODOS
TALENTO HUMANO: CONCEPTO Y FUNCIONES
CLIENTES INTERNOS: CONCEPTO, TIPOS Y COMPORTAMIENTOS
MANUAL CORPORATIVO: CONCEPTO Y ESTRUCTURA
IMAGEN CORPORATIVA: CONCEPTO Y ESTRUCTURA
CLIMA ORGANIZACIONAL: CONCEPTO Y GENERALIDADES
NORMATIVA: SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

RA3.
COMUNICACIÓN INTEGRAL: CONCEPTO, ESTRUCTURA Y MÉTODOS
VERBATIM: CONCEPTO, ESTRUCTURA, MÉTODO Y UTILIDAD
INSIGHT: CONCEPTO, ESTRUCTURA, MÉTODO Y UTILIDAD
PERCEPCIÓN: CONCEPTO, IMPORTANCIA

Perfil del instructor:

Actividades que comprenden el proyecto:

Código de la actividad: 10358025
Nombre de la actividad: ESTRUCTURAR PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE ACUERDO CON
Descripción de la actividad:
Modalidad de formación: VIRTUAL

Resultados del proyecto:

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Código del resultado: 606643
Nombre del resultado: RA2. ESTABLECER EL PLAN DE ACCIÓN DE ENDOMARKETING DE ACUERDO CON LA IDENTIDAD CORPORATIVA. 96 H
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 606644
Nombre del resultado: RA1. ESTRUCTURAR EL MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA SEGÚN ESPECIFICACIONES DE LA ORGANIZACIÓN. 192 H
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 606645
Nombre del resultado: RA3. INTERPRETAR EL PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL DE ACUERDO CON EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR. 96 H
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Competencias relacionadas con el

Código de la competencia: 3415

Nombre de la competencia: Estructurar la campaña publicitaria de acuerdo con objetivos de comunicación y metodología de planeación

Criterio de evaluación:

RA1.
ELABORA EL PLAN DE CAMPAÑA TENIENDO EN CUENTA TÉCNICAS DE SEGMENTACIÓN, PLANEACIÓN Y ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN
PRESENTA CONCEPTO CREATIVO DE ACUERDO CON EL BRIEF Y LA TÉCNICA CREATIVA
FORMULA OBJETIVOS DE CAMPAÑA DE ACUERDO CON METODOLOGÍA DE PLANEACIÓN Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN
SELECCIONA ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DE CAMPAÑA PUBLICITARIA DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS FORMULADOS
DETERMINA EL TIPO DE CAMPAÑA PUBLICITARIA, TENIENDO EN CUENTA LOS OBJETIVOS FORMULADOS

RA2.
DESARROLLA ESTRATEGIA CREATIVA CON EL EJE TEMÁTICO Y MENSAJE GENERAL DE LA CAMPAÑA DE ACUERDO CON LOS PARÁMETROS DEL MENSAJE PUBLICITARIO
FORMULA EL PLAN DE MEDIOS SEGÚN EL PERFIL DEL SEGMENTO, CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS Y EL ALCANCE DE LOS CANALES DE COMUNICACIÓN
IMPLEMENTA LA CAMPAÑA PUBLICITARIA DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS

RA3.
EXPLORA LAS PRIMERAS REACCIONES DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA TENIENDO EN CUENTA LA INTENCIÓN DE LA CAMPAÑA
CONTROLA LA CAMPAÑA PUBLICITARIA, DE ACUERDO A LOS INDICADORES ESTABLECIDOS

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Criterio de evaluación:

ESTABLECE MECANISMOS PARA VALIDAR LA EFECTIVIDAD DE LOS MEDIOS CONTRATADOS, SEGÚN LAS NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN
EVALÚA EL IMPACTO FINAL DE LA CAMPAÑA TENIENDO EN CUENTA LOS OBJETIVOS

Conocimiento del proceso:

RA1.
ANALIZAR EL BRIEF
ANALIZAR EL PLAN DE MERCADEO DIGITAL
ANALIZAR EL PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL
ANALIZAR LOS CONTENIDOS DIGITALES
ANALIZAR LAS PIEZAS PUBLICITARIAS
IDENTIFICAR ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA
CONSTRUIR EL EJE TEMÁTICO DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA
ELABORAR EL ESLOGAN DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA
ELABORA EL MENSAJE GENERAL DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA
ANALIZAR EL PRESUPUESTO DE LA CAMPAÑA ASIGNADO POR LA ORGANIZACIÓN

RA2.
SELECCIONAR LOS MEDIOS PRINCIPALES Y DE APOYO A UTILIZAR EN LA CAMPAÑA PUBLICITARIA
ESTRUCTURAR LA PROGRAMACIÓN DE LA PAUTA Y FLOWCHART DE CADA MEDIO
DETERMINAR LA INTENSIDAD Y LA FRECUENCIA DE CADA MEDIO.
CONCERTAR LA PAUTA EN LOS MEDIOS SELECCIONADOS

RA3.
ESTABLECER LOS INDICADORES DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA
DETERMINAR EL ROI DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA
DETERMINAR LOS MECANISMOS DE EVALUACIÓN DE LA CAMPAÑA

Conocimiento del concepto:

RA1.
CAMPAÑA PUBLICITARIA: CONCEPTO, TIPOS, RENTABILIDAD, CONVENIENCIA, EFECTIVIDAD, OBJETIVOS, APLICACIÓN, CARACTERÍSTICAS, TIPOS Y CRONOGRAMA
EJE TEMÁTICO: CONCEPTO

RA2.
ESTRATEGIA CREATIVA: CONCEPTO, TIPOS Y PROPÓSITO
MENSAJE PUBLICITARIO: CONCEPTO, TIPOS, ESTRUCTURA, NORMALIZACIÓN, PARÁMETROS, IMPLEMENTACIÓN, EFECTIVIDAD, ELEMENTOS Y CONSTRUCCIÓN
MEDIOS PUBLICITARIOS: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, TIPOS MERCHANDISING, ESTRATEGIAS DE CAMPAÑA
TÉCNICAS PUBLICITARIAS: CONCEPTO, PLATAFORMAS
PAUTA: CONCEPTO, VARIABLES, CLASES, FRECUENCIA, TIEMPO, ANÁLISIS, MEDICIÓN Y COSTO
IMPACTO DE MEDIOS: CONCEPTO, CLASES, MEDICIÓN, CLASES DE MEDIOS, DISTRIBUCIÓN, RENTABILIDAD, EFECTIVIDAD, PENETRACIÓN, RELEVANCIA, ALCANCE, TIPO DE MEDIOS ELECTRÓNICOS

RA3.
INDICADORES: CONCEPTO, TIPOS, CARACTERÍSTICAS, TEST DE VALORACIÓN, VENTAJAS, DESVENTAJAS, OBJETIVOS

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del concepto: RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSIÓN: CONCEPTO, MODELO ROI
TRIANGULO DE LA RENTABILIDAD: CONCEPTO, CREACIÓN DE VALOR, VENTAJA COMPETITIVA
EVALUACIÓN DE LA PAUTA: CONCEPTO, APLICACIÓN DE ORDENADORES, MATRICES
OBJETIVOS DE COBERTURA: CONCEPTO, REACH EN EL TARGET, READER SHIP, SHARE OF VOICE, SHARE OF MARKET, SHARE OF AUDIENCE
EVALUACIÓN DE LA CAMPAÑA: CONCEPTO, PRETEST, POSTEST, EFICACIA PUBLICITARIA, RECONOCIMIENTO, MÉTRICA, INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN, ALCANCE Y EFECTIVIDAD
NEUROMARKETING: CONCEPTO, MEDICIÓN Y ANÁLISIS

Perfil del instructor:

Actividades que comprenden el proyecto:

Código de la actividad: 10358025
Nombre de la actividad: ESTRUCTURAR PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE ACUERDO CON
Descripción de la actividad:
Modalidad de formación: VIRTUAL

Resultados del proyecto:

Código del resultado: 606646
Nombre del resultado: RA1. PLANIFICAR CAMPAÑA PUBLICITARIA CON BASE EN REQUERIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN. 144 H
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Competencias relacionadas con el

Código de la competencia: 37714

Nombre de la competencia: INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA

Criterio de evaluación: RA1
RECONOCE LA IDEA GENERAL Y DETALLES ESPECÍFICOS EN INTERACCIONES ORALES DE LA VIDA COTIDIANA ARTICULADAS CON CLARIDAD Y UNA VELOCIDAD PROMEDIO
RECONOCE LA IDEA GENERAL Y DETALLES ESPECÍFICOS EN TEXTOS ESCRITOS DE LA VIDA COTIDIANA ARTICULADOS CON CLARIDAD

RA2
COMPRENDE INFORMACIÓN CONCRETA RELATIVA A TEMAS COTIDIANOS Y LABORALES EN TEXTOS ORALES Y ESCRITOS
DESCRIBE DE MANERA SENCILLA Y CLARA ASUNTOS, ACCIONES, EXPERIENCIAS, SENTIMIENTOS, PLANES RELACIONADOS CON TEMAS DE SU INTERÉS Y COTIDIANIDAD, SIGUIENDO UNA SECUENCIA LINEAL DE ELEMENTOS

RA3 Y RA4

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Criterio de evaluación:	ACCIONES SE COMUNICA DE MANERA EFICAZ EN TORNO A TEMÁTICAS COTIDIANAS Y LABORALES SENCILLAS HACIENDO USO DE UNA ADECUADA PRONUNCIACIÓN, FLUIDEZ, RANGO DE VOCABULARIO Y ESTRUCTURA GRAMATICAL PARA EL NIVEL PRE INTERMEDIO BRINDA SOLUCIÓN A UN PROBLEMA SENCILLA HACIENDO USO DE UNA ADECUADA PRONUNCIACIÓN, FLUIDEZ, RANGO DE VOCABULARIO Y ESTRUCTURA GRAMATICAL PARA EL NIVEL PRE INTERMEDIO ENLAZA UNA SERIE DE ELEMENTOS BREVES, CONCRETOS Y SENCILLOS PARA CREAR UNA SECUENCIA COHESIONADA Y LINEAL HACE USO DE VOCABULARIO RELACIONADO CON FAMILIA, AFICIONES E INTERESES, TRABAJO, VIAJES Y HECHOS DE ACTUALIDAD, EN TEXTOS ORALES Y ESCRITOS RA5 Y RA6 SIGUE INSTRUCCIONES DE UN PROCESO RELACIONADO CON SU QUEHACER LABORAL HACE USO DE TÉRMINOS Y EXPRESIONES RELACIONADAS CON SU ÁMBITO LABORAL ESPECÍFICO ES CAPAZ DE HACER UNA PRESENTACIÓN BREVE Y PREPARADA SOBRE UN TEMA DENTRO DE SU ESPECIALIDAD CON LA SUFICIENTE CLARIDAD COMO PARA QUE SE PUEDA SEGUIR SIN DIFICULTAD LA MAYOR PARTE DEL TIEMPO Y CUYAS IDEAS PRINCIPALES ESTÁN EXPLICADAS CON UNA RAZONABLE PRECISIÓN PARTICIPA EN JUEGOS DE ROL GUIADOS O SITUACIONES SIMULADAS SOBRE SITUACIONES COTIDIANAS Y LABORALES ACTUALES, PASADAS Y FUTURAS EN CONTEXTOS SOCIALES ORALES Y ESCRITOS ESTABLECE ACCIONES DE MEJORA CONTINUA PARA EL ALCANCE
Conocimiento del proceso:	ESTABLECER LAS DIFERENCIAS ENTRE PRESENTE SIMPLE Y PRESENTE CONTINUO EN TEXTOS SENCILLOS PLANEAR UN ITINERARIO USANDO EL PRESENTE CONTINUO PARA LA ORGANIZACIÓN DE VIAJES, EVENTOS Y/O CELEBRACIONES DESCRIBIR HABITACIONES, CASAS O LUGARES DE TRABAJO USANDO PRONOMBRES POSESIVOS, PREPOSICIONES DE LUGAR, ADJETIVOS CALIFICATIVOS Y VOCABULARIO ESPECÍFICO IDENTIFICAR LAS EDIFICACIONES Y LOS LUGARES DE INTERÉS REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL SUMINISTRAR INFORMACIÓN SOBRE LA UBICACIÓN Y LA MANERA DE LLEGAR A UN LUGAR DETERMINADO ESTABLECER DIFERENCIAS Y SIMILITUDES ENTRE PERSONAS, LUGARES O COSAS NARRAR EVENTOS Y ACONTECIMIENTOS USANDO ESTRUCTURAS GRAMATICALES EN EL TIEMPO PASADO Y CONECTORES QUE BRINDEN COHERENCIA Y COHESIÓN AL TEXTO ESCRIBIR TEXTOS SENCILLOS EN ORDEN CRONOLÓGICO SOBRE ACONTECIMIENTOS PASADOS REALIZAR UNA INVITACIÓN FORMAL A UN EVENTO EMPLEANDO LAS ESTRUCTURAS DEL FUTURO Y WOULD LIKE TO HABLAR DE PLANES FUTUROS PARA SU TRABAJO Y SU CARRERA NARRAR EVENTOS Y ACONTECIMIENTOS USANDO ESTRUCTURAS GRAMATICALES DEL TIEMPO PASADO, PERFECTO Y CONECTORES QUE BRINDEN COHERENCIA Y COHESIÓN AL TEXTO EXPRESAR HECHOS REALES Y POSIBLES ACERCA DE DIVERSOS EVENTOS O SITUACIONES DEL ENTORNO

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del proceso:

PARTICIPAR EN UNA LLAMADA TELEFÓNICA (SALUDAR, PREGUNTAR, RESOLVER PREGUNTAS)
HACER PROPUESTAS Y SOLICITUDES EMPLEANDO VERBOS MODALES Y FÓRMULAS DE CORTESÍA EN DIVERSOS CONTEXTOS
RESPONDER A PROPUESTAS Y SOLICITUDES EMPLEANDO VERBOS MODALES Y FÓRMULAS DE CORTESÍA EN DIVERSOS CONTEXTOS
EXPRESAR INSEGURIDAD SOBRE ALGUNA CUESTIÓN U OPINIÓN
ESCRIBIR INFORMES Y REPORTES LABORALES UTILIZANDO FRASES CONCRETAS Y UNA INTRODUCCIÓN, DESARROLLO Y CONCLUSIÓN
DESCRIBIR EL PROCESO DE PREPARACIÓN Y EJECUCIÓN DE UNA ACTIVIDAD DE SU QUEHACER LABORAL
DAR INSTRUCCIONES DE UN PROCESO RELACIONADO CON SU QUEHACER LABORAL
SEGUIR INSTRUCCIONES DE UN PROCESO RELACIONADO CON SU QUEHACER LABORAL
EXPONER LAS ACCIONES Y FUNCIONES RELACIONADAS CON SU CARGO
PUNTUALIZAR LAS LABORES ESPECÍFICAS QUE DESARROLLA EN SU LUGAR DE TRABAJO, HACIENDO USO DE VOCABULARIO ADECUADO
RECONOCER LOS FONEMAS DEL SISTEMA VOCÁLICO INGLÉS
ESTABLECER DIFERENCIAS ENTRE DIVERSOS SONIDOS COMUNES DEL INGLÉS
PRONUNCIAR TÉRMINOS Y FRASES HACIENDO USO DE LAS REGLAS DE LA ACENTUACIÓN Y ENTONACIÓN ADECUADA PARA ESTE NIVEL DE FORMACIÓN
HACER USO DE ESTRATEGIAS METACOGNITIVAS COMO EL USO DE FLASHCARDS, GRÁFICOS ORGANIZACIONALES Y PORTAFOLIOS, PARA MONITOREAR SU PROCESO DE APRENDIZAJE
PUNTUALIZAR LAS LABORES ESPECÍFICAS QUE DESARROLLA EN SU LUGAR DE TRABAJO, HACIENDO USO DE VOCABULARIO ADECUADO
RECONOCER LOS FONEMAS DEL SISTEMA VOCÁLICO INGLÉS
ESTABLECER DIFERENCIAS ENTRE DIVERSOS SONIDOS COMUNES DEL INGLÉS
PRONUNCIAR TÉRMINOS Y FRASES HACIENDO USO DE LAS REGLAS DE LA ACENTUACIÓN Y ENTONACIÓN ADECUADA PARA ESTE NIVEL DE FORMACIÓN
HACER USO DE ESTRATEGIAS METACOGNITIVAS COMO EL USO DE

Conocimiento del concepto:

1. GRAMÁTICA
PRESENTE SIMPLE Y PRESENTE CONTINUO
PRESENTE CONTINUO: (USO PARA PLANES Y ACUERDOS)
PRONOMBRES POSESIVOS
PREPOSICIONES DE LUGAR (REVISIÓN)
PREPOSICIONES DE MOVIMIENTO
ADJETIVOS
COMPARATIVOS
FORMAS VERBALES EN EL PASADO SIMPLE (REGULAR VERBS AND IRREGULAR VERBS)
USED TO
PASADO CONTINUO
PASADO SIMPLE Y PASADO CONTINUO
FUTURO CON LAS FÓRMULAS: WILL, BE GOING TO
WOULD LIKE TO
DIFERENCIA ENTRE EL PRESENTE PERFECTO Y PASADO SIMPLE.
CONDICIONAL ZERO Y FIRST
WOULD RATHER (USO Y CONTEXTO)
HAD BETTER, SHOULD, I THINK (THAT), I CONSIDER (THAT), MUST, COULD.
SUPERLATIVOS (USO Y CONTEXTO)

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del concepto:

ADVERBIOS DE FORMA Y MANERA
CONECTORES
VERBOS FRASALES COMUNES
CLÁUSULAS DE RELATIVO
IMPERATIVO PARA DAR INSTRUCCIONES
CONDICIONAL ZERO (IF, WHEN)

2. VOCABULARIO
ACTIVIDADES DEL TIEMPO LIBRE
CELEBRACIONES, COSTUMBRES Y TRADICIONES
CUARTOS, LUGARES EN UNA CASA Y SUS OBJETOS
TIENDAS Y LUGARES EN LA CIUDAD Y LOS PUEBLOS
EDIFICACIONES Y CONSTRUCCIONES
APARIENCIA DE LAS PERSONAS
COMPORTAMIENTOS Y PERSONALIDADES
CUALIDADES Y DEFECTOS PERSONALES
EXPRESIONES DE TIEMPO EN EL PASADO Y FUTURO
REUNIONES FAMILIARES, ACTIVIDADES DE LA INFANCIA, EVENTOS HISTÓRICOS
WHEN Y WHILE
NÚMEROS ORDINALES Y CARDINALES
CONECTORES (MEANWHILE, SUDDENLY, HOWEVER, THEN, AFTER)
EVENTOS FORMALES (CONGRESOS, CONFERENCIAS)
PREPOSICIONES DE TIEMPO (IN, ON , AT) EN DIFERENTES CONTEXTOS
ADVERBIOS (YET, STILL, EVER, ALREADY, JUST, LATELY)
SINCE, FOR Y AGO
VOCABULARIO DE VIAJES
FENÓMENOS NATURALES
EXPRESIONES DE CORTESÍA PARA INTERCAMBIAR OPINIONES
EXPRESIONES IDIOMÁTICAS COMUNES EN CONTEXTOS LABORALES
TERMINOLOGÍA TÉCNICA OCUPACIONAL
TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN
CONECTORES DE SECUENCIA
VOCABULARIO Y EXPRESIONES RELACIONADAS CON SU ÁREA OCUPACIONAL
VOCABULARIO Y EXPRESIONES RELACIONADAS CON LAS FUNCIONES EN EL ÁREA OCUPACIONAL
ELECTRODOMÉSTICOS, MAQUINARIA, INSUMOS Y EQUIPAMIENTO
LUGARES DE TRABAJO

3. PRONUNCIACIÓN
SUJETO + CONTRACCIONES CON AUXILIARES
ACENTUACIÓN EN FRASES (CONTENIDO Y FUNCIONES DE LAS PALABRAS)
REGLA DE PRONUNCIACIÓN --‐ ED ENDING, VOICED CONSONANTS VS VOICELESS CONSONANTS.
ENTONACIÓN DE FONEMAS DE SUSTANTIVOS PLURALES
FONEMAS VOCÁLICOS
DIFERENCIA ENTRE EL PRESENTE PERFECTO Y PASADO SIMPLE
CONDICIONAL ZERO Y FIRST
WOULD RATHER (USO Y CONTEXTO)
HAD BETTER, SHOULD , I THINK (THAT), I CONSIDER (THAT), MUST, COULD.
SUPERLATIVOS (USO Y CONTEXTO)
ADVERBIOS DE FORMA Y MANERA
CONECTORES
VERBOS FRASALES COMUNES

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del concepto: CONDICIONAL ZERO (IF, WHEN)
DIFERENCIA ENTRE EL SONIDO TH /θ/ Y /Ð/
ENTONACIÓN PARA PRESENTAR INFORMACIÓN NUEVA
ACENTUACIÓN EN FRASES (CONTENIDO Y FUNCIONES DE LAS PALABRAS)
ACENTUACIÓN DE ÉNFASIS
REDUCCIÓN VOCÁLICA
INTERNATIONAL PHONETIC ALPHABET (RECONOCIMIENTO DE LOS SÍMBOLOS Y SU PRONUNCIACIÓN)
ELEVACIÓN Y CAÍDA DE LA ENTONACIÓN EN DIFERENTES TIPOS DE FRASES
CONEXIÓN Y ELISIÓN DE SONIDOS CON LOS SUPERLATIVOS

4. ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE
USO DE ORGANIZADORES GRÁFICOS (DIAGRAMAS DE FLUJO, MAPAS CONCEPTUALES, MAPAS MENTALES, ENTRE OTROS)
USO DE TARJETAS DIDÁCTICAS O FLASHCARDS
USO DE PORTAFOLIOS

Perfil del instructor:

Actividades que comprenden el proyecto:

Código de la actividad: 10358025
Nombre de la actividad: ESTRUCTURAR PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE ACUERDO CON
Descripción de la actividad:
Modalidad de formación: VIRTUAL

Resultados del proyecto:

Código del resultado: 606689
Nombre del resultado: RA2 INTERCAMBIAR OPINIONES SOBRE SITUACIONES COTIDIANAS Y LABORALES ACTUALES, PASADAS Y FUTURAS EN CONTEXTOS SOCIALES ORALES Y ESCRITOS. 96 H
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 606692
Nombre del resultado: RA1 COMPRENDER INFORMACIÓN SOBRE SITUACIONES COTIDIANAS Y LABORALES ACTUALES Y FUTURAS A TRAVÉS DE INTERACCIONES SOCIALES DE FORMA ORAL Y ESCRITA. 48 H
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 606693
Nombre del resultado: RA3 DISCUTIR SOBRE POSIBLES SOLUCIONES A PROBLEMAS DENTRO DE UN RANGO VARIADO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES. 96 H
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Competencias relacionadas con el

Código de la competencia: 38561

Nombre de la competencia: Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos de los contextos productivo y social.

Criterio de evaluación:
PLANTEA IDEAS DE NEGOCIO A PARTIR DE OPORTUNIDADES Y NECESIDADES DEL MERCADO CONFORME CON EL ANÁLISIS SECTORIAL
ESTRUCTURA UN PERFIL DE EMPRENDEDOR TENIENDO EN CUENTA LAS HABILIDADES Y PRINCIPIOS DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL
CONSTRUYE PROPUESTAS EMPRESARIALES Y DE NEGOCIO TENIENDO EN CUENTA LAS NECESIDADES Y SEGMENTACIÓN DEL MERCADO
DETERMINA EL IMPACTO DEL PLAN DE NEGOCIO CONFORME CON LAS ATRIBUCIONES Y DINÁMICAS DEL SECTOR PRODUCTIVO

Conocimiento del proceso:
IDENTIFICAR LOS ELEMENTOS DE LA CULTURA EMPRENDEDORA
RECONOCER CASOS DE ÉXITO EMPRESARIAL
DETERMINAR ELEMENTOS PERSONALES EN LA CULTURA EMPRENDEDORA
ANALIZAR EL SECTOR PRODUCTIVO DE INFLUENCIA
ESTABLECER OPORTUNIDADES DE NEGOCIO
ESTABLECER SOLUCIONES A PROBLEMAS O NECESIDADES PLANTEADAS
IDENTIFICAR NECESIDADES EMPRESARIALES DEL SECTOR PRODUCTIVO DE INFLUENCIA
RECONOCER LAS CARACTERÍSTICAS DEL PERFIL EMPRENDEDOR
ANALIZAR EL MERCADO POTENCIAL
IDENTIFICAR ESTRUCTURAS ORGANIZACIONALES
DEFINIR LA NATURALEZA DE LAS ORGANIZACIONES EMPRESARIALES
RECONOCER ESTRUCTURAS OPERACIONALES
CONSTRUIR PROPUESTAS EMPRESARIALES
ESTABLECER PRINCIPIOS DE GESTIÓN EMPRESARIAL
CONSTRUIR IDEAS DE NEGOCIO
ABORDAR LOS CONTEXTOS DE INFLUENCIA DE LA IDEA DE NEGOCIO

Conocimiento del concepto:
EMPRENDIMIENTO: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, HABILIDADES, TIPOS, PERFIL EMPRENDEDOR, RESPONSABILIDAD, COMUNICACIÓN ASERTIVA, AUTOGESTIÓN, AUTONOMÍA, PRINCIPIOS Y VALORES ÉTICOS
IDEACIÓN: CONCEPTO, METODOLOGÍAS, TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS
PROBLEMA: CONCEPTOS, ESTRUCTURA DE PROBLEMA, ALTERNATIVAS CREATIVAS DE SOLUCIÓN
IDEAS Y OPORTUNIDADES DE NEGOCIO, MODELAJE DE IDEAS
VALIDACIÓN TEMPRANA DE MERCADOS, INNOVACIÓN, CREATIVIDAD, PROCESO CREATIVO
EMPRESA: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, ESTRUCTURA, TIPOLOGÍA, ÁREAS FUNCIONALES, FORMALIZACIÓN
MERCADOS: CONCEPTO, TIPOS, ESTRUCTURA, CARACTERÍSTICAS PRODUCTIVIDAD, COMPETITIVIDAD
ESTRUCTURA OPERACIONAL: CONCEPTO, PRODUCTO, PROCESO, INFRAESTRUCTURA FÍSICA, REQUERIMIENTOS TÉCNICOS, TECNOLÓGICOS Y HUMANOS
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL: CONCEPTO, TIPOLOGÍA, ESTRUCTURA ORGÁNICA
PLANEACIÓN ESTRATÉGICA: CONCEPTO
GESTIÓN EMPRESARIAL: CONCEPTO, HABILIDADES, DESTREZAS, NIVELES,

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del concepto: ESTRUCTURA, CONTROL Y EVALUACIÓN

Perfil del instructor:

Actividades que comprenden el proyecto:

Código de la actividad: 10358025
Nombre de la actividad: ESTRUCTURAR PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE ACUERDO CON
Descripción de la actividad:
Modalidad de formación: VIRTUAL

Resultados del proyecto:

Código del resultado: 606727
Nombre del resultado: RA2 CARACTERIZAR LA IDEA DE NEGOCIO TENIENDO EN CUENTA LAS OPORTUNIDADES Y NECESIDADES DEL SECTOR PRODUCTIVO Y SOCIAL.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 606728
Nombre del resultado: RA4 VALORAR LA PROPUESTA DE NEGOCIO CONFORME CON SU ESTRUCTURA Y NECESIDADES DEL SECTOR PRODUCTIVO Y SOCIAL.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 606729
Nombre del resultado: RA3 ESTRUCTURAR EL PLAN DE NEGOCIO DE ACUERDO CON LAS CARACTERÍSTICAS EMPRESARIALES Y TENDENCIAS DE MERCADO.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 606730
Nombre del resultado: RA1 INTEGRAR ELEMENTOS DE LA CULTURA EMPRENDEDORA TENIENDO EN CUENTA EL PERFIL PERSONAL Y EL CONTEXTO DE DESARROLLO SOCIAL.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Competencias relacionadas con el

Código de la competencia: 38199

Nombre de la competencia: Orientar investigación formativa según referentes técnicos

Criterio de evaluación: RECONOCE LAS NECESIDADES DEL CONTEXTO, SEGÚN LAS PROBLEMÁTICAS IDENTIFICADAS
DESCRIBE EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN DE ACUERDO A LOS ELEMENTOS OBSERVADOS
PLANTEA LOS OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN SEGÚN LA PREGUNTA DE

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Criterio de evaluación:
INVESTIGACIÓN
CONSOLIDA EL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN TENIENDO EN CUENTA LA PERTINENCIA Y LOS ALCANCES
ELABORA EL MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO A LOS CONTEXTOS NACIONAL E INTERNACIONAL.
APLICA TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN DE ACUERDO A CRITERIOS ESTABLECIDOS POR LA METODOLOGÍA
COMUNICA LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN SEGÚN CRITERIOS DE PRESENTACIÓN DE INFORMES

Conocimiento del proceso:
DIFERENCIAR FORMAS DE CONOCIMIENTO
DEFINIR LAS TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN
FORMULAR EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN
PLANTEAR LA PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN
CONTEXTUALIZAR LA IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN
DETERMINAR DE LOS OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN
REALIZAR BÚSQUEDAS DE INFORMACIÓN
ELABORAR DEL MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN
APLICAR TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN
ELABORAR EL INFORME DE LA INVESTIGACIÓN

Conocimiento del concepto:
CONOCIMIENTO: CONCEPTO, TIPOS
COSMOVISIÓN: CONCEPTO, PERSPECTIVAS E IMPORTANCIA
INVESTIGACIÓN: CONCEPTOS Y ENFOQUES
METODOLOGÍAS, MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN: CONCEPTOS Y TIPOS
PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN: CONCEPTO, TIPOS, ESTRUCTURAS Y PROCEDIMIENTOS
IDEAS, PROBLEMAS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN
JUSTIFICACIÓN: CONCEPTO, COMPONENTES
OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN: CONCEPTO, TIPOS
FUENTES DE INFORMACIÓN: DEFINICIÓN, TIPOS Y REFERENCIACIÓN
MARCO TEÓRICO: CONCEPTO, TIPOS
INFORME DE INVESTIGACIÓN: CARACTERÍSTICAS, TIPOS

Perfil del instructor:

Actividades que comprenden el proyecto:

Código de la actividad: 10358025
Nombre de la actividad: ESTRUCTURAR PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE ACUERDO CON
Descripción de la actividad:
Modalidad de formación: VIRTUAL

Resultados del proyecto:

Código del resultado: 606743
Nombre del resultado: RA2 ESTRUCTURAR EL PROYECTO DE ACUERDO A CRITERIOS DE LA INVESTIGACIÓN.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Código del resultado: 606744
Nombre del resultado: RA1 ANALIZAR EL CONTEXTO PRODUCTIVO SEGÚN SUS CARACTERÍSTICAS Y NECESIDADES.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 606745
Nombre del resultado: RA3 ARGUMENTAR ASPECTOS TEÓRICOS DEL PROYECTO SEGÚN REFERENTES NACIONALES E INTERNACIONALES.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 606746
Nombre del resultado: RA4 PROPONER SOLUCIONES A LAS NECESIDADES DEL CONTEXTO SEGÚN RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Competencias relacionadas con el

Código de la competencia: 37802

Nombre de la competencia: DESARROLLAR PROCESOS DE COMUNICACIÓN EFICACES Y EFECTIVOS, TENIENDO EN CUENTA SITUACIONES DE ORDEN SOCIAL, PERSONAL Y PRODUCTIVO.

Criterio de evaluación:
ESCUCHA CON ATENCIÓN Y CONCENTRACIÓN, ASIENTE Y PREGUNTA AL HABLANTE-OYENTE PARA RETROALIMENTAR EL PROCESO
INTERPRETA MENSAJES Y RECONSTRUYE EL DISCURSO CON SUS PROPIAS PALABRAS MANTENIENDO EL SENTIDO
ESTABLECE ACUERDOS A PARTIR DE LA DIVERSIDAD DE CONCEPTOS Y OPINIONES
USA EL LÉXICO CON PRECISIÓN Y PROPIEDAD EN LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN RELACIONADOS CON EL ÁREA DE DESEMPEÑO LABORAL
UTILIZA EL LENGUAJE SEGÚN EL DESTINATARIO, EL PROPÓSITO, EL CONTEXTO Y EL CONTENIDO
REDACTA TEXTOS CON COHESIÓN Y COHERENCIA SIGUIENDO PAUTAS DE PROGRESIÓN TEMÁTICA
UTILIZA LAS REGLAS GRAMATICALES Y LOS SIGNOS DE PUNTUACIÓN SEGÚN EL TEXTO COMUNICATIVO

Conocimiento del proceso:
RECONOCER LA IMPORTANCIA, NATURALEZA Y CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNICACIÓN HUMANA
MANTENER LA ATENCIÓN Y ESCUCHA EN LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN
INTERPRETAR MENSAJES Y RECONSTRUIR EL DISCURSO CON SUS PROPIAS PALABRAS MANTENIENDO EL SENTIDO
APLICAR TÉCNICAS PARA LA COMUNICACIÓN VERBAL Y NO VERBAL
USAR EL LÉXICO CON PRECISIÓN Y PROPIEDAD EN LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN
UTILIZAR LA INFORMACIÓN SEGÚN EL PROPÓSITO ESTABLECIDO

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del proceso: ESTABLECER ACUERDOS A PARTIR DE LA DIVERSIDAD DE CONCEPTOS Y OPINIONES
REDACTAR DIFERENTES TIPOS DE TEXTOS APLICANDO REGLAS GRAMATICALES Y ORTOGRÁFICAS
EXPONER EN FORMA ORAL O ESCRITA UN PLANTEAMIENTO UTILIZANDO LOS PRINCIPIOS DE LA ARGUMENTACIÓN

Conocimiento del concepto: COMUNICACIÓN: CONCEPTO, TIPOS, USOS, MEDIOS, CANALES, TÉCNICAS, PROCESOS CARACTERÍSTICOS, ESCENARIOS, COMPONENTES, FUNCIONES, BARRERAS, NIVELES
EXPRESIÓN CORPORAL: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, GESTOS, POSTURAS, EMOCIONES, SENTIMIENTOS
ACTOS DE HABLA: CONCEPTO, PERCEPCIÓN, OBSERVACIÓN, ESCUCHA ACTIVA, COMUNICACIÓN VERBAL Y NO VERBAL
COMPRENSIÓN DE TEXTOS: CONCEPTO, TÉCNICAS, PROCESOS, NIVELES, CARACTERÍSTICAS, INTERPRETACIÓN, ELEMENTOS
REDACCIÓN DE TEXTOS: TIPOS, USOS, CLASES, PARTES, FORMA, CONTENIDO, INTENCIONALIDAD, TÉCNICAS, MÉTODOS, COHESIÓN, COHERENCIA, SINTAXIS, ORTOGRAFÍA, SIGNOS DE PUNTUACIÓN, SEMÁNTICA, PRINCIPIOS Y CUALIDADES
ARGUMENTACIÓN: CONCEPTO, PROCESOS, ELEMENTOS, CARACTERÍSTICAS, LA PREGUNTA, LA TESIS, EL ARGUMENTO, LA CONCLUSIÓN, LA SÍNTESIS
PROPOSICIÓN: CONCEPTO, PROCESOS, ELEMENTOS, CARACTERÍSTICAS
ESTILO: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, APLICACIÓN
CARÁCTER CONVENCIONAL Y FUNCIÓN SOCIAL DE LOS SIGNOS: CONCEPTO, TIPOS, RELACIONES, USOS, CARÁCTER, INTERPRETACIÓN, CARACTERÍSTICAS, CONTEXTO, ELEMENTOS BÁSICOS DE LA SEMIÓTICA Y SEMIOLOGÍA
PROCESOS DE PENSAMIENTO: CONCEPTO, ANÁLISIS, SÍNTESIS, PROPOSICIÓN, ARGUMENTACIÓN
CONSULTA Y LECTURA: MÉTODOS, TÉCNICAS SELECCIÓN, ORGANIZACIÓN Y ARCHIVO DE INFORMACIÓN EN DIVERSAS FUENTES, NIVELES, ESTRATEGIAS
NORMATIVIDAD: NORMAS ICONTEC PARA LA ELABORACIÓN DE TEXTOS

Perfil del instructor:

Actividades que comprenden el proyecto:

Código de la actividad: 10358025
Nombre de la actividad: ESTRUCTURAR PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE ACUERDO CON
Descripción de la actividad:
Modalidad de formación: VIRTUAL

Resultados del proyecto:

Código del resultado: 606759
Nombre del resultado: RA2 ARGUMENTAR EN FORMA ORAL Y ESCRITA ATENDIENDO LAS EXIGENCIAS Y PARTICULARIDADES DE LAS DIVERSAS SITUACIONES COMUNICATIVAS MEDIANTE LOS DISTINTOS SISTEMAS DE
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Código del resultado: 606760
Nombre del resultado: RA1 ANALIZAR LOS COMPONENTES DE LA COMUNICACIÓN SEGÚN SUS CARACTERÍSTICAS, INTENCIONALIDAD Y CONTEXTO.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 606761
Nombre del resultado: RA4 ESTABLECER PROCESOS DE ENRIQUECIMIENTO LEXICAL Y ACCIONES DE MEJORAMIENTO EN EL DESARROLLO DE PROCESOS COMUNICATIVOS SEGÚN REQUERIMIENTOS DEL CONTEXTO.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 606762
Nombre del resultado: RA3 RELACIONAR LOS PROCESOS COMUNICATIVOS TENIENDO EN CUENTA CRITERIOS DE LÓGICA Y RACIONALIDAD.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Competencias relacionadas con el

Código de la competencia: 3418

Nombre de la competencia: Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal

Criterio de evaluación:

RA1.
DETERMINA LOS ELEMENTOS DEL PLAN DE MERCADEO DIGITAL TENIENDO EN CUENTA EL DIAGNÓSTICO Y EL SEGMENTO DEL MERCADO
SELECCIONA ACTIVIDADES PARA EL PLAN DE MARKETING DIGITAL DE ACUERDO CON EL MODELO DE NEGOCIO
ELABORA CRONOGRAMA Y PRESUPUESTO A PARTIR DE NECESIDADES DEL PLAN DE MARKETING DIGITAL
UTILIZA INDICADORES Y MÉTRICAS TENIENDO EN CUENTA NECESIDADES DEL PLAN DE MARKETING DIGITAL

RA2.
CONCRETA LOS CONTENIDOS Y PIEZAS GRÁFICAS DE LA CAMPAÑA DIGITAL SEGÚN LOS PARÁMETROS DE USABILIDAD
PRESENTA LOS CONTENIDOS PARA EL PLAN DE MARKETING DIGITAL CON BASE EN LAS TÉCNICAS CREATIVAS UTILIZADAS
UTILIZA HERRAMIENTAS DIGITALES TENIENDO EN CUENTA EL MODELO DE NEGOCIO EN LÍNEA

RA3.
CUANTIFICA LOS DATOS DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES, DE ACUERDO A LA CAMPAÑA
VALIDA LA EFECTIVIDAD DE LA CAMPAÑA DE MARKETING Y COMUNICACIÓN DIGITAL DE ACUERDO CON LAS TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DE MONITOREO
APLICA NORMATIVA DE PROTECCIÓN DE DATOS TENIENDO EN CUENTA POLÍTICAS

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Criterio de evaluación:

Conocimiento del proceso:

RA1.
ANALIZAR BRIEFING DE LA ORGANIZACIÓN
ELABORAR LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO DIGITAL
SELECCIONAR LAS ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS DEL PLAN DE MARKETING DIGITAL
DETERMINAR LOS RECURSOS DEL PLAN DE MARKETING DIGITAL

RA2.
DETERMINAR LANDING PAGE Y CALL TO ACTION DE LA ORGANIZACIÓN O PRODUCTO
REDACTAR LOS TEXTOS PARA LA COMUNICACIÓN EN MEDIOS DIGITALES
ESTABLECER TEMAS DE CONTENIDOS AFINES A LA ORGANIZACIÓN O AL PRODUCTO PARA CADA NICHO
DESARROLLAR LOS FORMATOS DE CONTENIDOS PARA CADA CANAL, RED SOCIAL, MAIL O PLATAFORMA
REDACTAR LOS CONTENIDOS DE LA CAMPAÑA DIGITAL
DETERMINAR LANDING PAGE Y CALL TO ACTION DE LA ORGANIZACIÓN O PRODUCTO

RA3.
SELECCIONAR VARIABLES DE MEDICIÓN DE EFECTIVIDAD DE LA CAMPAÑA
FIJAR LA FRECUENCIA DE LOS IMPACTOS E INTENSIDAD DE LA CAMPAÑA
DETERMINAR LOS LEADS POR NICHOS DE MERCADOS.
IMPLEMENTAR ANALÍTICA WEB A LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL
GENERAR INFORMES CON ESTADÍSTICAS Y DATOS DE CADA CANAL

Conocimiento del concepto:

RA1.
PLAN DE MERCADEO DIGITAL: CONCEPTO, ESTRUCTURA, OBJETIVOS, ESTRATEGIAS, TÁCTICAS, RECURSOS, MEDICIÓN, ORDENES DE PUBLICACIÓN
MEDIOS DIGITALES: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS Y TIPOS.
CANALES DE COMUNICACIÓN DIGITAL: CONCEPTO, TIPOS, VENTAJAS Y DESVENTAJAS
POSICIONAMIENTO EN MEDIOS DIGITALES: CONCEPTO, TIPOS
LENGUAJE DE MARKETING DIGITAL: CONCEPTO, TIPOS
NORMATIVA: CÓDIGO DE AUTORREGULACIÓN PUBLICITARIA, CÓDIGO DEL COMERCIO, UCEP Y CONARED, DERECHOS DE AUTOR

RA2.
CONTENIDOS DIGITALES: CONCEPTO, GESTIÓN, CLASES
CONTENIDOS MULTIMEDIA: CONCEPTO, CLASES
STORYTELLING: CONCEPTO, INFOGRAFÍAS Y LÍNEAS DE TIEMPO
CONTENIDOS TRANSMEDIA: CONCEPTO Y APLICACIÓN
ANUNCIOS EN MEDIOS DIGITALES: CONCEPTO, ADWORDS, FACEBOOK ADS, SANP ADS, TWITTER ADS, INSTAGRAM ADS
POSICIONAMIENTO EN WEB: SEO, SEM, KEYWORDS, LEADS, TRACKING
MENSAJE: CONCEPTO, COMPOSICIÓN, ESTILO, FORMA, SEMIOLOGÍA, ICONOGRAFÍA, TIPOS
COMUNICACIÓN DIGITAL: CONCEPTO, MEDIOS, CARACTERÍSTICAS, BLOGS, REDES SOCIALES Y UNIDAD DE CAMPAÑA
MARKETING DE CONTENIDOS: CONCEPTO, INBOUND, OUTBOUND, ESTRUCTURA, USABILIDAD, PALABRAS CLAVES, COMPOSICIÓN, TIPOS Y

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del concepto: CREACIÓN DE SLOGAN: CONCEPTO, MÉTRICA, ENGAGEMENT, RECORDACIÓN, ORIGINALIDAD
REDACCIÓN DE TEXTOS PARA MEDIOS DIGITALES: CONCEPTO, TITULARES, ENCABEZADOS PARA WEB, ESTRUCTURA DE TEXTOS PARA WEB Y REDES SOCIALES, TENDENCIAS CON PALABRAS CLAVES
ESTRATEGIAS MASIVAS EN REDES: CONCEPTO, TENDENCIAS, GRUPOS, COMUNIDADES, PÁGINAS, PERFILES, LISTAS, INFLUENCERS Y PRO TIPS
LANDINGS: CONCEPTO, CALL TO ACTION, SITIOS DE CONVERSIÓN DE USUARIOS, CORREOS MASIVOS Y MOVIL MARKETING
REMARKETING: CONCEPTO, PAGO EN REDES SOCIALES Y SITIOS DEL ALTO TRÁFICO
VERBATIM: CONCEPTO, ESTRUCTURA, MÉTODO Y UTILIDAD

RA3.
HERRAMIENTAS DE MEDICIÓN WEB: CONCEPTO, HACKING EN REDES, ANALYTICS, ESTADÍSTICAS DE REDES SOCIALES, ESTADÍSTICAS EN BLOGS Y SITIOS WEB, ANÁLISIS DE TRÁFICO, GEO-LOCALIZACIÓN
ANALÍTICA WEB: CONCEPTO, SEGUIMIENTO DE COMENTARIOS, BARRIDO EN LA WEB, POSICIONAMIENTO, REPUTACIÓN EN REDES Y EN EL MERCADO, ANÁLISIS DE CONVERSIONES
CONVERSIÓN DE USUARIOS: CONCEPTO, ANÁLISIS DE CONVERSIÓN POR CONTENIDOS, MEDICIÓN DE EFECTIVIDAD DE LINKS Y RE-MARKETING, TÉCNICAS DE EVALUACIÓN DE INBOUND

Perfil del instructor:

Actividades que comprenden el proyecto:

Código de la actividad: 10358026
Nombre de la actividad: DESARROLLAR SOLUCIONES PUBLICITARIAS TENIENDO EN CUENTA EL PLAN
Descripción de la actividad:
Modalidad de formación: VIRTUAL

Resultados del proyecto:

Código del resultado: 606607
Nombre del resultado: RA2. DESARROLLAR CONTENIDOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL TENIENDO EN CUENTA TÁCTICAS DEL PLAN DE MERCADEO DIGITAL Y NORMATIVA PUBLICITARIA. 192 H
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Competencias relacionadas con el

Código de la competencia: 37937

Nombre de la competencia: ELABORAR PIEZAS GRAFICAS DE ACUERDO CON LOS REQUERIMIENTOS DEL CLIENTE Y PRINCIPIOS DEL DISEÑO GRÁFICO.

Criterio de evaluación: RA1.
JERARQUIZA IDEAS PARA LA REALIZACIÓN DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA SEGÚN SOLICITUD DEL CLIENTE
SELECCIONA LA IDEA CREATIVA DE ACUERDO CON CRITERIO PUBLICITARIO

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Criterio de evaluación:	DETERMINA EL CONCEPTO CREATIVO PARA LA CAMPAÑA PUBLICITARIA, TENIENDO EN CUENTA LA COMPOSICIÓN, FORMATO Y MATERIAL DE DISEÑO RA2. ORGANIZA COMPONENTES DEL MENSAJE PUBLICITARIO A PARTIR DE BRIEF ESTRUCTURA EL GUION DE ACUERDO A LA NECESIDAD DE LA CAMPAÑA REDACTA EL MENSAJE PUBLICITARIO ATENDIENDO NORMAS DE ORTOGRAFÍA Y GRAMATICALES. REDACTA EL TEXTO TENIENDO EN CUENTA LA NORMATIVA PUBLICITARIAS Y LEGALES RA3. PRESENTA LOS BOCETOS DE LAS PIEZAS TENIENDO EN CUENTA LA ESTRUCTURA DE LA CAMPAÑA SELECCIONA HERRAMIENTAS DE DISEÑO DE ACUERDO CON EL OBJETIVO DE COMUNICACIÓN Y EL MEDIO DE DIFUSIÓN ORGANIZA LOS ELEMENTOS DE LA PIEZA DE ACUERDO CON ORIENTACIONES DEL MANUAL DE IDENTIDAD GRÁFICA Y CORPORATIVA ELABORA EL BOCETO DE LAS PIEZAS DE COMUNICACIÓN DE LA CAMPAÑA SEGÚN LOS LINEAMIENTOS DEL DISEÑO Y NORMATIVIDAD RA4. ESTRUCTURA CROMATISMO Y COMPOSICIÓN DE LA PIEZA DE ACUERDO CON EL OBJETIVO DE COMUNICACIÓN Y LA ESTRATEGIA CREATIVA PRESENTA LA PIEZA ELABORADA A LA ORGANIZACIÓN DE ACUERDO CON LA SOLICITUD DE LA CAMPAÑA AJUSTA LAS PIEZAS ELABORADA TENIENDO EN CUENTA A LAS ACCIONES DE MEJORA ENTREGA PIEZAS ARTE FINALIZADAS DE ACUERDO CON EL MEDIO SELECCIONADO
Conocimiento del proceso:	RA1. ANALIZAR EL BRIEFING DE LA ORGANIZACIÓN ANALIZAR EL TARGET O GRUPO OBJETIVO UTILIZAR TÉCNICAS CREATIVAS PARA GENERAR IDEAS SELECCIONAR TEMA Y TONO DE COMUNICACIÓN ANALIZAR EL CONCEPTO CREATIVO RECONOCER LA IDENTIDAD CORPORATIVA DE LA ORGANIZACIÓN O PRODUCTO ANALIZAR LA ESTRATEGIA DE MEDIOS RA2. IDENTIFICAR LOS COMPONENTES DEL TEXTO REDACTAR LOS CUERPOS DE TEXTO ELABORAR GUIONES PARA PIEZAS AUDIOVISUALES REVISAR ORTOGRAFÍA Y GRAMÁTICA REVISAR NORMAS DE REGULACIÓN PUBLICITARIA RA3. SELECCIONAR TÉCNICAS DE REALIZACIÓN DE LAS PIEZAS PARA CADA MEDIO EXPONER EL BOCETO ANTE EL EQUIPO CREATIVO ESTABLECER EL CRONOGRAMA DE PROCESO DE ARTE FINALIZADO ASIGNAR IMÁGENES, ILUSTRACIONES, LAYOUTS, TIPOGRAFÍAS, LOGOS E ICONOS NECESARIOS PARA LA PIEZA PUBLICITARIA ESTRUCTURAR LA COMPOSICIÓN DE LA PIEZA PUBLICITARIA

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del proceso:

ADAPTAR LA PIEZA PUBLICITARIA A LOS MEDIOS
PRESENTAR EL ARTE FINAL DE LAS PIEZAS PUBLICITARIAS

RA4.
REVISAR LA PROPUESTA DE PIEZA PUBLICITARIA ANTE EL CLIENTE Y EL GRUPO CREATIVO
IDENTIFICAR OPORTUNIDADES DE MEJORA EN LAS PIEZAS PUBLICITARIAS FRENTE A LAS EXIGENCIAS DEL CLIENTE
REALIZAR AJUSTES EN LAS PIEZAS PUBLICITARIAS

Conocimiento del concepto:

RA1.
CREATIVIDAD: CONCEPTO, NORMAS, DIFERENCIA, TÉCNICA, MÉTODO
TÉCNICAS CREATIVAS: CONCEPTO, CLASES, INDIVIDUALES Y GRUPALES
TONOS: CONCEPTO, TIPOS, PROPÓSITO
TEMA: CONCEPTO, TIPOS, PROPÓSITOS
CONCEPTO CREATIVO: CONCEPTO, MÉTODOS, PRINCIPIOS, RELEVANCIA, ORIGINALIDAD, OBJETIVO
CONCEPTOS DE DESARROLLO: CONCEPTO, COMPOSICIÓN, PLANOS, COMUNICACIÓN, APROBACIÓN, EXPRESIÓN ORAL, FORMATOS Y MATERIALES DE DISEÑO
CONCEPTO PUBLICITARIO: CONCEPTO, MEDIOS PUBLICITARIOS, MERCHANDISING, ESTRATEGIAS DE CAMPAÑA, REDACCIÓN, TIPOGRAFÍA, Y FUENTE

RA2.
TITULARES: CONCEPTO, REDACCIÓN, IMPACTO, TIPOS
TEXTO: CONCEPTO, REDACCIÓN, TIPOGRAFÍA, FUENTE, ORTOGRAFÍA Y GRAMÁTICA.
GUIONES: CONCEPTO, TIPOS, CONTENIDO
FIGURAS RETÓRICAS: CONCEPTO, TIPOS Y APLICACIÓN PUBLICITARIA.

RA3.
LAYOUT: CONCEPTO, USOS, BENEFICIOS
BOCETO: CONCEPTO, USOS
PIEZAS PUBLICITARIAS: CONCEPTO, FORMATOS, TIPOS, NORMAS TÉCNICAS
TÉCNICAS DE IMPRESIÓN: CONCEPTO
TEORÍA DEL COLOR: CONCEPTO, BENEFICIOS
CIRCULO CROMÁTICO: CONCEPTO, PROPIEDADES, TONO, SATURACIÓN, LUMINOSIDAD
PROCESO GRÁFICO: CONCEPTO, FUNDAMENTOS, PRINCIPIOS Y FORMATOS DE IMÁGENES
CORRIENTES ARTÍSTICAS: CONCEPTO, TIPOS
HERRAMIENTAS DE SOFTWARE (EDICIÓN DE IMÁGENES, VECTORIZADORES, EDICIÓN DE VÍDEO, 3D, APLICABILIDAD Y MANEJO)
CRONOGRAMA: CONCEPTO, BENEFICIOS

RA4.
TÉCNICAS DE PRESENTACIÓN: CONCEPTO, FLUIDEZ VERBAL, MANEJO DE PÚBLICO, RECURSOS FÍSICOS, MATERIALES, ESTRATEGIAS
MEDIOS AUDIOVISUALES: CONCEPTO, TIPOS
TÉCNICAS DE CORRECCIONES: CONCEPTO, TIPOS

Perfil del instructor:

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Actividades que comprenden el proyecto:

Código de la actividad: 10358026
Nombre de la actividad: DESARROLLAR SOLUCIONES PUBLICITARIAS TENIENDO EN CUENTA EL PLAN
Descripción de la actividad:
Modalidad de formación: VIRTUAL

Resultados del proyecto:

Código del resultado: 606608
Nombre del resultado: RA2. CONSTRUIR EL MENSAJE PUBLICITARIO DE ACUERDO CON EL MEDIO Y LOS REQUERIMIENTOS DEL BRIEF. 144 H
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 606610
Nombre del resultado: RA3. PRODUCIR PIEZAS DE COMUNICACIÓN EN BOCETO, CUMPLIENDO CON LOS LINEAMIENTOS DE DISEÑO Y LA NORMATIVIDAD PUBLICITARIA. 192 H
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 606611
Nombre del resultado: RA4. PREPARAR ARTES FINALES DE ACUERDO A LAS CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DEL MEDIO. 144 H
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Competencias relacionadas con el

Código de la competencia: 3415

Nombre de la competencia: Estructurar la campaña publicitaria de acuerdo con objetivos de comunicación y metodología de planeación

Criterio de evaluación: RA1.
ELABORA EL PLAN DE CAMPAÑA TENIENDO EN CUENTA TÉCNICAS DE SEGMENTACIÓN, PLANEACIÓN Y ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN
PRESENTA CONCEPTO CREATIVO DE ACUERDO CON EL BRIEF Y LA TÉCNICA CREATIVA
FORMULA OBJETIVOS DE CAMPAÑA DE ACUERDO CON METODOLOGÍA DE PLANEACIÓN Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN
SELECCIONA ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DE CAMPAÑA PUBLICITARIA DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS FORMULADOS
DETERMINA EL TIPO DE CAMPAÑA PUBLICITARIA, TENIENDO EN CUENTA LOS OBJETIVOS FORMULADOS

RA2.
DESARROLLA ESTRATEGIA CREATIVA CON EL EJE TEMÁTICO Y MENSAJE GENERAL DE LA CAMPAÑA DE ACUERDO CON LOS PARÁMETROS DEL

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Criterio de evaluación:	PUBLICITARIO FORMULA EL PLAN DE MEDIOS SEGÚN EL PERFIL DEL SEGMENTO, CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS Y EL ALCANCE DE LOS CANALES DE COMUNICACIÓN IMPLEMENTA LA CAMPAÑA PUBLICITARIA DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS RA3. EXPLORA LAS PRIMERAS REACCIONES DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA TENIENDO EN CUENTA LA INTENCIÓN DE LA CAMPAÑA CONTROLA LA CAMPAÑA PUBLICITARIA, DE ACUERDO A LOS INDICADORES ESTABLECIDOS ESTABLECE MECANISMOS PARA VALIDAR LA EFECTIVIDAD DE LOS MEDIOS CONTRATADOS, SEGÚN LAS NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN EVALÚA EL IMPACTO FINAL DE LA CAMPAÑA TENIENDO EN CUENTA LOS OBJETIVOS
Conocimiento del proceso:	RA1. ANALIZAR EL BRIEF ANALIZAR EL PLAN DE MERCADEO DIGITAL ANALIZAR EL PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL ANALIZAR LOS CONTENIDOS DIGITALES ANALIZAR LAS PIEZAS PUBLICITARIAS IDENTIFICAR ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA CONSTRUIR EL EJE TEMÁTICO DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA ELABORAR EL ESLOGAN DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA ELABORA EL MENSAJE GENERAL DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA ANALIZAR EL PRESUPUESTO DE LA CAMPAÑA ASIGNADO POR LA ORGANIZACIÓN RA2. SELECCIONAR LOS MEDIOS PRINCIPALES Y DE APOYO A UTILIZAR EN LA CAMPAÑA PUBLICITARIA ESTRUCTURAR LA PROGRAMACIÓN DE LA PAUTA Y FLOWCHART DE CADA MEDIO DETERMINAR LA INTENSIDAD Y LA FRECUENCIA DE CADA MEDIO. CONCERTAR LA PAUTA EN LOS MEDIOS SELECCIONADOS RA3. ESTABLECER LOS INDICADORES DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA DETERMINAR EL ROI DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA DETERMINAR LOS MECANISMOS DE EVALUACIÓN DE LA CAMPAÑA
Conocimiento del concepto:	RA1. CAMPAÑA PUBLICITARIA: CONCEPTO, TIPOS, RENTABILIDAD, CONVENIENCIA, EFECTIVIDAD, OBJETIVOS, APLICACIÓN, CARACTERÍSTICAS, TIPOS Y CRONOGRAMA EJE TEMÁTICO: CONCEPTO RA2. ESTRATEGIA CREATIVA: CONCEPTO, TIPOS Y PROPÓSITO MENSAJE PUBLICITARIO: CONCEPTO, TIPOS, ESTRUCTURA, NORMALIZACIÓN, PARÁMETROS, IMPLEMENTACIÓN, EFECTIVIDAD, ELEMENTOS Y CONSTRUCCIÓN MEDIOS PUBLICITARIOS: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, TIPOS

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del concepto: MERCHANDISING, ESTRATEGIAS DE CAMPAÑA
TÉCNICAS PUBLICITARIAS: CONCEPTO, PLATAFORMAS
PAUTA: CONCEPTO, VARIABLES, CLASES, FRECUENCIA, TIEMPO, ANÁLISIS, MEDICIÓN Y COSTO
IMPACTO DE MEDIOS: CONCEPTO, CLASES, MEDICIÓN, CLASES DE MEDIOS, DISTRIBUCIÓN, RENTABILIDAD, EFECTIVIDAD, PENETRACIÓN, RELEVANCIA, ALCANCE, TIPO DE MEDIOS ELECTRÓNICOS

RA3.
INDICADORES: CONCEPTO, TIPOS, CARACTERÍSTICAS, TEST DE VALORACIÓN, VENTAJAS, DESVENTAJAS, OBJETIVOS
RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSIÓN: CONCEPTO, MODELO ROI
TRIANGULO DE LA RENTABILIDAD: CONCEPTO, CREACIÓN DE VALOR, VENTAJA COMPETITIVA
EVALUACIÓN DE LA PAUTA: CONCEPTO, APLICACIÓN DE ORDENADORES, MATRICES
OBJETIVOS DE COBERTURA: CONCEPTO, REACH EN EL TARGET, READER SHIP, SHARE OF VOICE, SHARE OF MARKET, SHARE OF AUDIENCE
EVALUACIÓN DE LA CAMPAÑA: CONCEPTO, PRETEST, POSTEST, EFICACIA PUBLICITARIA, RECONOCIMIENTO, MÉTRICA, INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN, ALCANCE Y EFECTIVIDAD
NEUROMARKETING: CONCEPTO, MEDICIÓN Y ANÁLISIS

Perfil del instructor:

Actividades que comprenden el proyecto:

Código de la actividad: 10358026
Nombre de la actividad: DESARROLLAR SOLUCIONES PUBLICITARIAS TENIENDO EN CUENTA EL PLAN
Descripción de la actividad:
Modalidad de formación: VIRTUAL

Resultados del proyecto:

Código del resultado: 606647
Nombre del resultado: RA2. DESARROLLAR LA CAMPAÑA PUBLICITARIA TENIENDO EN CUENTA EL PLAN DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL. 192 H
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Competencias relacionadas con el

Código de la competencia: 37714

Nombre de la competencia: INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA

Criterio de evaluación: RA1
RECONOCE LA IDEA GENERAL Y DETALLES ESPECÍFICOS EN INTERACCIONES ORALES DE LA VIDA COTIDIANA ARTICULADAS CON CLARIDAD Y UNA VELOCIDAD PROMEDIO
RECONOCE LA IDEA GENERAL Y DETALLES ESPECÍFICOS EN TEXTOS

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Criterio de evaluación: DE LA VIDA COTIDIANA ARTICULADOS CON CLARIDAD

RA2
COMPRENDE INFORMACIÓN CONCRETA RELATIVA A TEMAS COTIDIANOS Y LABORALES EN TEXTOS ORALES Y ESCRITOS
DESCRIBE DE MANERA SENCILLA Y CLARA ASUNTOS, ACCIONES, EXPERIENCIAS, SENTIMIENTOS, PLANES RELACIONADOS CON TEMAS DE SU INTERÉS Y COTIDIANIDAD, SIGUIENDO UNA SECUENCIA LINEAL DE ELEMENTOS

RA3 Y RA4
OFRECE BREVES RAZONAMIENTOS Y EXPLICACIONES DE OPINIONES, PLANES Y ACCIONES
SE COMUNICA DE MANERA EFICAZ EN TORNO A TEMÁTICAS COTIDIANAS Y LABORALES SENCILLAS HACIENDO USO DE UNA ADECUADA PRONUNCIACIÓN, FLUIDEZ, RANGO DE VOCABULARIO Y ESTRUCTURA GRAMATICAL PARA EL NIVEL PRE INTERMEDIO
BRINDA SOLUCIÓN A UN PROBLEMA SENCILLA HACIENDO USO DE UNA ADECUADA PRONUNCIACIÓN, FLUIDEZ, RANGO DE VOCABULARIO Y ESTRUCTURA GRAMATICAL PARA EL NIVEL PRE INTERMEDIO
ENLAZA UNA SERIE DE ELEMENTOS BREVES, CONCRETOS Y SENCILLOS PARA CREAR UNA SECUENCIA COHESIONADA Y LINEAL
HACE USO DE VOCABULARIO RELACIONADO CON FAMILIA, AFICIONES E INTERESES, TRABAJO, VIAJES Y HECHOS DE ACTUALIDAD, EN TEXTOS ORALES Y ESCRITOS

RA5 Y RA6
SIGUE INSTRUCCIONES DE UN PROCESO RELACIONADO CON SU QUEHACER LABORAL
HACE USO DE TÉRMINOS Y EXPRESIONES RELACIONADAS CON SU ÁMBITO LABORAL ESPECÍFICO
ES CAPAZ DE HACER UNA PRESENTACIÓN BREVE Y PREPARADA SOBRE UN TEMA DENTRO DE SU ESPECIALIDAD CON LA SUFICIENTE CLARIDAD COMO PARA QUE SE PUEDA SEGUIR SIN DIFICULTAD LA MAYOR PARTE DEL TIEMPO Y CUYAS IDEAS PRINCIPALES ESTÁN EXPLICADAS CON UNA RAZONABLE PRECISIÓN
PARTICIPA EN JUEGOS DE ROL GUIADOS O SITUACIONES SIMULADAS SOBRE SITUACIONES COTIDIANAS Y LABORALES ACTUALES, PASADAS Y FUTURAS EN CONTEXTOS SOCIALES ORALES Y ESCRITOS

Conocimiento del proceso: ESTABLECER LAS DIFERENCIAS ENTRE PRESENTE SIMPLE Y PRESENTE CONTINUO EN TEXTOS SENCILLOS
PLANEAR UN ITINERARIO USANDO EL PRESENTE CONTINUO PARA LA ORGANIZACIÓN DE VIAJES, EVENTOS Y/O CELEBRACIONES
DESCRIBIR HABITACIONES, CASAS O LUGARES DE TRABAJO USANDO PRONOMBRES POSESIVOS, PREPOSICIONES DE LUGAR, ADJETIVOS CALIFICATIVOS Y VOCABULARIO ESPECÍFICO
IDENTIFICAR LAS EDIFICACIONES Y LOS LUGARES DE INTERÉS REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL
SUMINISTRAR INFORMACIÓN SOBRE LA UBICACIÓN Y LA MANERA DE LLEGAR A UN LUGAR DETERMINADO
ESTABLECER DIFERENCIAS Y SIMILITUDES ENTRE PERSONAS, LUGARES O COSAS
NARRAR EVENTOS Y ACONTECIMIENTOS USANDO ESTRUCTURAS GRAMATICALES EN EL TIEMPO PASADO Y CONECTORES QUE BRINDEN

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del proceso:

ESCRIBIR TEXTOS SENCILLOS EN ORDEN CRONOLÓGICO SOBRE ACONTECIMIENTOS PASADOS
REALIZAR UNA INVITACIÓN FORMAL A UN EVENTO EMPLEANDO LAS ESTRUCTURAS DEL FUTURO Y WOULD LIKE TO
HABLAR DE PLANES FUTUROS PARA SU TRABAJO Y SU CARRERA
NARRAR EVENTOS Y ACONTECIMIENTOS USANDO ESTRUCTURAS GRAMATICALES DEL TIEMPO PASADO, PERFECTO Y CONECTORES QUE BRINDEN COHERENCIA Y COHESIÓN AL TEXTO
EXPRESAR HECHOS REALES Y POSIBLES ACERCA DE DIVERSOS EVENTOS O SITUACIONES DEL ENTORNO
OFRECER SOLUCIÓN A SITUACIONES PARTICULARES EN SU ÁREA OCUPACIONAL
PARTICIPAR EN UNA LLAMADA TELEFÓNICA (SALUDAR, PREGUNTAR, RESOLVER PREGUNTAS)
HACER PROPUESTAS Y SOLICITUDES EMPLEANDO VERBOS MODALES Y FÓRMULAS DE CORTESÍA EN DIVERSOS CONTEXTOS
RESPONDER A PROPUESTAS Y SOLICITUDES EMPLEANDO VERBOS MODALES Y FÓRMULAS DE CORTESÍA EN DIVERSOS CONTEXTOS
EXPRESAR INSEGURIDAD SOBRE ALGUNA CUESTIÓN U OPINIÓN
ESCRIBIR INFORMES Y REPORTES LABORALES UTILIZANDO FRASES CONCRETAS Y UNA INTRODUCCIÓN, DESARROLLO Y CONCLUSIÓN
DESCRIBIR EL PROCESO DE PREPARACIÓN Y EJECUCIÓN DE UNA ACTIVIDAD DE SU QUEHACER LABORAL
DAR INSTRUCCIONES DE UN PROCESO RELACIONADO CON SU QUEHACER LABORAL
SEGUIR INSTRUCCIONES DE UN PROCESO RELACIONADO CON SU QUEHACER LABORAL
EXPONER LAS ACCIONES Y FUNCIONES RELACIONADAS CON SU CARGO
PUNTUALIZAR LAS LABORES ESPECÍFICAS QUE DESARROLLA EN SU LUGAR DE TRABAJO, HACIENDO USO DE VOCABULARIO ADECUADO
RECONOCER LOS FONEMAS DEL SISTEMA VOCÁLICO INGLÉS
ESTABLECER DIFERENCIAS ENTRE DIVERSOS SONIDOS COMUNES DEL INGLÉS
PRONUNCIAR TÉRMINOS Y FRASES HACIENDO USO DE LAS REGLAS DE LA ACENTUACIÓN Y ENTONACIÓN ADECUADA PARA ESTE NIVEL DE FORMACIÓN
HACER USO DE ESTRATEGIAS METACOGNITIVAS COMO EL USO DE FLASHCARDS, GRÁFICOS ORGANIZACIONALES Y PORTAFOLIOS, PARA MONITOREAR SU PROCESO DE APRENDIZAJE
PUNTUALIZAR LAS LABORES ESPECÍFICAS QUE DESARROLLA EN SU LUGAR DE TRABAJO, HACIENDO USO DE VOCABULARIO ADECUADO
RECONOCER LOS FONEMAS DEL SISTEMA VOCÁLICO INGLÉS
ESTABLECER DIFERENCIAS ENTRE DIVERSOS SONIDOS COMUNES DEL INGLÉS
PRONUNCIAR TÉRMINOS Y FRASES HACIENDO USO DE LAS REGLAS DE LA ACENTUACIÓN Y ENTONACIÓN ADECUADA PARA ESTE NIVEL DE FORMACIÓN

Conocimiento del concepto:

1. GRAMÁTICA
PRESENTE SIMPLE Y PRESENTE CONTINUO
PRESENTE CONTINUO: (USO PARA PLANES Y ACUERDOS)
PRONOMBRES POSESIVOS
PREPOSICIONES DE LUGAR (REVISIÓN)
PREPOSICIONES DE MOVIMIENTO
ADJETIVOS
COMPARATIVOS
FORMAS VERBALES EN EL PASADO SIMPLE (REGULAR VERBS AND

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del concepto:

VERBS)
USED TO
PASADO CONTINUO
PASADO SIMPLE Y PASADO CONTINUO
FUTURO CON LAS FÓRMULAS: WILL, BE GOING TO
WOULD LIKE TO
DIFERENCIA ENTRE EL PRESENTE PERFECTO Y PASADO SIMPLE.
CONDICIONAL ZERO Y FIRST
WOULD RATHER (USO Y CONTEXTO)
HAD BETTER, SHOULD, I THINK (THAT), I CONSIDER (THAT), MUST, COULD.
SUPERLATIVOS (USO Y CONTEXTO)
ADVERBIOS DE FORMA Y MANERA
CONECTORES
VERBOS FRASALES COMUNES
CLÁUSULAS DE RELATIVO
IMPERATIVO PARA DAR INSTRUCCIONES
CONDICIONAL ZERO (IF, WHEN)

2. VOCABULARIO
ACTIVIDADES DEL TIEMPO LIBRE
CELEBRACIONES, COSTUMBRES Y TRADICIONES
CUARTOS, LUGARES EN UNA CASA Y SUS OBJETOS
TIENDAS Y LUGARES EN LA CIUDAD Y LOS PUEBLOS
EDIFICACIONES Y CONSTRUCCIONES
APARIENCIA DE LAS PERSONAS
COMPORTAMIENTOS Y PERSONALIDADES
CUALIDADES Y DEFECTOS PERSONALES
EXPRESIONES DE TIEMPO EN EL PASADO Y FUTURO
REUNIONES FAMILIARES, ACTIVIDADES DE LA INFANCIA, EVENTOS HISTÓRICOS
WHEN Y WHILE
NÚMEROS ORDINALES Y CARDINALES
CONECTORES (MEANWHILE, SUDDENLY, HOWEVER, THEN, AFTER)
EVENTOS FORMALES (CONGRESOS, CONFERENCIAS)
PREPOSICIONES DE TIEMPO (IN, ON , AT) EN DIFERENTES CONTEXTOS
ADVERBIOS (YET, STILL, EVER, ALREADY, JUST, LATELY)
SINCE, FOR Y AGO
VOCABULARIO DE VIAJES
FENÓMENOS NATURALES
EXPRESIONES DE CORTESÍA PARA INTERCAMBIAR OPINIONES
EXPRESIONES IDIOMÁTICAS COMUNES EN CONTEXTOS LABORALES
TERMINOLOGÍA TÉCNICA OCUPACIONAL
TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN
CONECTORES DE SECUENCIA
VOCABULARIO Y EXPRESIONES RELACIONADAS CON SU ÁREA OCUPACIONAL
VOCABULARIO Y EXPRESIONES RELACIONADAS CON LAS FUNCIONES EN EL ÁREA OCUPACIONAL
ELECTRODOMÉSTICOS, MAQUINARIA, INSUMOS Y EQUIPAMIENTO
LUGARES DE TRABAJO

3. PRONUNCIACIÓN
SUJETO + CONTRACCIONES CON AUXILIARES
ACENTUACIÓN EN FRASES (CONTENIDO Y FUNCIONES DE LAS PALABRAS)
REGLA DE PRONUNCIACIÓN --‐ ED ENDING, VOICED CONSONANTS VS

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del concepto: FONEMAS VOCÁLICOS
DIFERENCIA ENTRE EL PRESENTE PERFECTO Y PASADO SIMPLE
CONDICIONAL ZERO Y FIRST
WOULD RATHER (USO Y CONTEXTO)
HAD BETTER, SHOULD , I THINK (THAT), I CONSIDER (THAT), MUST, COULD.
SUPERLATIVOS (USO Y CONTEXTO)
ADVERBIOS DE FORMA Y MANERA
CONECTORES
VERBOS FRASALES COMUNES
CLÁUSULAS DE RELATIVO
IMPERATIVO PARA DAR INSTRUCCIONES
CONDICIONAL ZERO (IF, WHEN)
DIFERENCIA ENTRE EL SONIDO TH /θ/ Y /Ð/
ENTONACIÓN PARA PRESENTAR INFORMACIÓN NUEVA
ACENTUACIÓN EN FRASES (CONTENIDO Y FUNCIONES DE LAS PALABRAS)
ACENTUACIÓN DE ÉNFASIS
REDUCCIÓN VOCÁLICA
INTERNATIONAL PHONETIC ALPHABET (RECONOCIMIENTO DE LOS SÍMBOLOS Y SU PRONUNCIACIÓN)
ELEVACIÓN Y CAÍDA DE LA ENTONACIÓN EN DIFERENTES TIPOS DE FRASES
CONEXIÓN Y ELISIÓN DE SONIDOS CON LOS SUPERLATIVOS

4. ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE
USO DE ORGANIZADORES GRÁFICOS (DIAGRAMAS DE FLUJO, MAPAS CONCEPTUALES, MAPAS MENTALES, ENTRE OTROS)
USO DE TARJETAS DIDÁCTICAS O FLASHCARDS
USO DE PORTAFOLIOS

Perfil del instructor:

Actividades que comprenden el proyecto:

Código de la actividad: 10358026
Nombre de la actividad: DESARROLLAR SOLUCIONES PUBLICITARIAS TENIENDO EN CUENTA EL PLAN
Descripción de la actividad:
Modalidad de formación: VIRTUAL

Resultados del proyecto:

Código del resultado: 606688
Nombre del resultado: 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
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 606690
Nombre del resultado: RA6 EXPLICAR LAS FUNCIONES DE SU OCUPACIÓN LABORAL USANDO EXPRESIONES DE ACUERDO AL NIVEL REQUERIDO POR EL PROGRAMA DE FORMACIÓN. 48 H

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Etapa: LECTIVA
Estado: ACTIVO

Código del resultado: 606691
Nombre del resultado: 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
Etapa: LECTIVA
Estado: ACTIVO

Competencias relacionadas con el

Código de la competencia: 37799

Nombre de la competencia: APLICAR PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y LA NORMATIVIDAD VIGENTE.

Criterio de evaluación: RELACIONA LA LEGISLACIÓN Y NORMATIVIDAD VIGENTE SOBRE MEDIO AMBIENTE Y SST CON LOS ASPECTOS E IMPACTOS AMBIENTALES, GROS Y RIESGOS QUE SE PRESENTAN EN SU AMBIENTE DE TRABAJO SEGÚN POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN Y EL ENTORNO LABORAL
DETERMINA ACCIONES PARA ORIENTAR A SU EQUIPO DE TRABAJO EN LOS PLANES Y PROGRAMAS AMBIENTALES Y DE SST SEGÚN POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN
IMPLEMENTA ACCIONES COORDINADAS PARA EL MONITOREO DE LOS PLANES Y PROGRAMAS AMBIENTALES Y DE SST SEGÚN SU ÁREA DE DESEMPEÑO
FOMENTA LA CULTURA AMBIENTAL RESPONSABLE, EL DESARROLLO SUSTENTABLE Y EL AUTOCUIDADO EN SU CONTEXTO SOCIAL Y PRODUCTIVO DE ACUERDO CON LA INTEGRACIÓN DE LOS DIFERENTES

Conocimiento del proceso: DIFERENCIAR LOS ASPECTOS E IMPACTOS AMBIENTALES ASOCIADOS A SU ENTORNO LABORAL Y SOCIAL
REVISAR LA POLÍTICA AMBIENTAL Y DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO
PONER EN PRÁCTICA LAS ESTRATEGIAS PARA EL CONTROL DE LOS IMPACTOS AMBIENTALES Y ATEL
IDENTIFICAR LAS CLASES DE PLANES Y PROGRAMAS DE GESTIÓN AMBIENTAL Y DE SST ESTABLECIDOS PARA LA INTERVENCIÓN DE LOS IMPACTOS AMBIENTALES Y LOS RIESGOS DE SST
LLEVAR A CABO LAS ACTIVIDADES ESTABLECIDAS EN LOS PLANES Y PROGRAMAS AMBIENTALES Y DE SST, ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN
MONITOREAR LA EJECUCIÓN DE LAS ACTIVIDADES PROPIAS DE SU CONTEXTO, ESTABLECIDAS EN LOS PLANES Y PROGRAMAS DE GESTIÓN AMBIENTAL Y DE SST
RECOMENDAR ACCIONES TENDIENTES A MEJORAR LA GESTIÓN AMBIENTAL Y LA SST
PROMOVER LA CULTURA AMBIENTALMENTE RESPONSABLE, EL DESARROLLO

Conocimiento del concepto: MEDIO AMBIENTE: CONCEPTO, COMPONENTES, CONSERVACIÓN, ASPECTOS E IMPACTOS AMBIENTALES, NORMATIVIDAD BÁSICA LEGAL
ASPECTOS E IMPACTOS AMBIENTALES: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS,

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del concepto: SEGÚN EL CONTEXTO SOCIAL Y PRODUCTIVO, PROBLEMÁTICA AMBIENTAL ASOCIADA Y LEGISLACIÓN APLICABLE
POLÍTICAS AMBIENTALES Y DE SST: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, ALCANCE Y CLASES
PLANES DE MANEJO Y GESTIÓN AMBIENTAL: OBJETO, APLICACIÓN Y ESTRUCTURA
PLANES Y PROGRAMAS DE GESTIÓN DE SST: OBJETO, APLICACIÓN Y ESTRUCTURA
SISTEMA DE GESTIÓN Y SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO: CONCEPTOS GENERALES Y MARCO BÁSICO LEGAL, DERECHOS Y DEBERES
DIRECTRICES Y REQUISITOS INTERNOS DEL SISTEMA DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO: REGLAMENTO DE HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL, REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO, PROCEDIMIENTOS DE TRABAJO SEGURO, PROGRAMAS, POLÍTICA DE SEGURIDAD SALUD EN EL TRABAJO Y POLÍTICAS DE PREVENCIÓN DE ALCOHOL Y SUSTANCIAS PSICOACTIVAS
PELIGROS DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO PROPIOS DEL SECTOR ECONÓMICO: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, CLASES, EFECTOS A LA SALUD, MECANISMOS DE CONTROL Y NORMATIVIDAD
LESIONES Y ENFERMEDADES PROPIAS DEL SECTOR ECONÓMICO: CONCEPTOS, CLASES, CAUSAS Y CARACTERÍSTICAS
MEDIDAS DE MANEJO AMBIENTAL: CONCEPTO, PREVENCIÓN, CONTROL Y MITIGACIÓN, ESTRATEGIAS DE IMPLEMENTACIÓN
PLAN DE EMERGENCIAS Y CONTINGENCIAS: CONCEPTO, CLASES, OBJETO, ALCANCE Y ESTRUCTURA BÁSICA
MONITOREO Y SEGUIMIENTO: CONCEPTO, MÉTODOS Y DOCUMENTACIÓN ASOCIADA
NORMATIVIDAD: REPORTE E INVESTIGACIÓN DE ACCIDENTES DE TRABAJO Y ENFERMEDADES LABORALES
COMITÉS AMBIENTALES Y DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS Y FUNCIONES
ACCIONES DE MEJORA EN EL MANEJO AMBIENTAL Y EN LA SST: CONCEPTO,

Perfil del instructor:

Actividades que comprenden el proyecto:

Código de la actividad: 10358026
Nombre de la actividad: DESARROLLAR SOLUCIONES PUBLICITARIAS TENIENDO EN CUENTA EL PLAN
Descripción de la actividad:
Modalidad de formación: VIRTUAL

Resultados del proyecto:

Código del resultado: 606731
Nombre del resultado: 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.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Código del resultado: 606732
Nombre del resultado: RA3 REALIZAR SEGUIMIENTO Y ACOMPAÑAMIENTO AL DESARROLLO DE LOS PLANES Y PROGRAMAS AMBIENTALES Y SST, SEGÚN EL ÁREA DE
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 606733
Nombre del resultado: 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.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 606734
Nombre del resultado: 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
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Competencias relacionadas con el

Código de la competencia: 38560

Nombre de la competencia: Razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales, sociales y personales.

Criterio de evaluación: PLANTEA ECUACIONES O SISTEMAS DE ECUACIONES DE ACUERDO CON LA RELACIÓN ENTRE LAS VARIABLES
PRESENTA SOLUCIÓN A PROBLEMAS MEDIANTE FIGURAS GEOMÉTRICAS
APLICA PROCEDIMIENTOS ARITMÉTICOS Y ALGEBRAICOS SEGÚN EL PROBLEMA PLANTEADO
SELECCIONA LAS HERRAMIENTAS COMPUTACIONALES PARA LA VERIFICACIÓN DE LOS RESULTADOS DE ACUERDO CON LOS REQUERIMIENTOS MATEMÁTICOS
ELABORA UNA PROPUESTA DE SOLUCIÓN ALTERNATIVA A PARTIR DE LOS

Conocimiento del proceso: PLANTEAR ECUACIONES
PLANTEAR SISTEMAS DE ECUACIONES
ESTABLECER RELACIONES DE PROPORCIONALIDAD ENTRE VARIABLES
APLICAR CRITERIOS DE SEMEJANZA Y CONGRUENCIA DE FIGURAS
APLICAR LOS TEOREMAS DE THALES Y PITÁGORAS
REPRESENTAR FUNCIONES EN EL PLANO CARTESIANO
REALIZAR OPERACIONES CON NÚMEROS REALES Y CON NÚMEROS COMPLEJOS
CALCULAR PERÍMETROS, ÁREAS Y VOLÚMENES
REALIZAR TRANSFORMACIONES GEOMÉTRICAS EN EL PLANO
REALIZAR CONVERSIONES DE UNIDADES DE MEDIDA
RESOLVER ECUACIONES DE PRIMER Y SEGUNDO GRADO
RESOLVER SISTEMAS DE ECUACIONES

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del proceso:
CALCULAR ELEMENTOS DE FUNCIONES
COMPROBAR LOS PROCEDIMIENTOS MATEMÁTICOS
VERIFICAR LA SOLUCIÓN DE UNA ECUACIÓN
DETERMINAR ERRORES DE CÁLCULOS
USAR HERRAMIENTAS COMPUTACIONALES BÁSICAS PARA CÁLCULOS NUMÉRICOS
ELABORAR INFERENCIAS

Conocimiento del concepto:
NÚMEROS REALES: CONCEPTO, REPRESENTACIONES (FRACCIONES, RAZONES, DECIMALES, PORCENTAJES) Y PROPIEDADES.
NÚMEROS COMPLEJOS: CONCEPTO, REPRESENTACIONES Y OPERACIONES
OPERACIONES ARITMÉTICAS: PROPIEDADES Y ORDEN DE LAS OPERACIONES.
PROPORCIONALIDAD DIRECTA E INVERSA: CONCEPTO Y REGLA DE TRES
GEOMETRÍA: CONCEPTOS, POLÍGONOS, LA CIRCUNFERENCIAS Y SÓLIDOS
TRIGONOMETRÍA: CONCEPTOS, RAZONES, TEOREMAS Y APLICACIONES
ECUACIONES: MÉTODOS DE SOLUCIÓN
SISTEMAS DE ECUACIONES: CONCEPTO, TIPOS Y MÉTODOS DE SOLUCIÓN
FUNCIONES: CONCEPTO, REPRESENTACIONES Y TIPOS (POLINÓMICAS, EXPONENCIALES, TRIGONOMÉTRICAS, ETC.)
VARIABLES ESTADÍSTICAS: CONCEPTO Y TIPOS
ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA: MEDIDAS DE CENTRALIDAD (MEDIA, MODA Y MEDIANA) Y MEDIDAS DE
DISPERSIÓN (VARIANZA Y DESVIACIÓN ESTÁNDAR)
GRÁFICOS ESTADÍSTICOS: DIAGRAMA DE BARRAS, CIRCULAR, PICTOGRAMAS Y SERIES
TEOREMA DE PITÁGORAS Y THALES: CONCEPTO Y APLICACIONES
CONVERSIÓN DE UNIDADES Y SISTEMA DE MEDIDAS
SEMEJANZA Y CONGRUENCIA DE SUPERFICIES Y CUERPOS
TRANSFORMACIONES SOBRE POLÍGONOS: RÍGIDAS (TRASLACIONES, ROTACIONES, REFLEXIONES) Y HOMOTECIAS (AMPLIACIONES Y REDUCCIONES)

Perfil del instructor:

Actividades que comprenden el proyecto:

Código de la actividad: 10358026
Nombre de la actividad: DESARROLLAR SOLUCIONES PUBLICITARIAS TENIENDO EN CUENTA EL PLAN
Descripción de la actividad:
Modalidad de formación: VIRTUAL

Resultados del proyecto:

Código del resultado: 606747
Nombre del resultado: RA4 PROPONER ACCIONES DE MEJORA FRENTE A LOS RESULTADOS DE LOS PROCEDIMIENTOS MATEMÁTICOS DE ACUERDO CON EL PROBLEMA PLANTEADO.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 606748
Nombre del resultado: RA1 IDENTIFICAR MODELOS MATEMÁTICOS DE ACUERDO CON LOS

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

606748
REQUERIMIENTOS DEL PROBLEMA PLANTEADO EN CONTEXTOS SOCIALES Y PRODUCTIVO.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 606749
Nombre del resultado: RA3 RESOLVER PROBLEMAS MATEMÁTICOS A PARTIR DE SITUACIONES GENERADAS EN EL CONTEXTO SOCIAL Y PRODUCTIVO.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 606750
Nombre del resultado: RA2 PLANTEAR PROBLEMAS MATEMÁTICOS A PARTIR DE SITUACIONES GENERADAS EN EL CONTEXTO SOCIAL Y PRODUCTIVO.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Competencias relacionadas con el

Código de la competencia: 3418

Nombre de la competencia: Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal

Criterio de evaluación:
RA1.
DETERMINA LOS ELEMENTOS DEL PLAN DE MERCADEO DIGITAL TENIENDO EN CUENTA EL DIAGNÓSTICO Y EL SEGMENTO DEL MERCADO
SELECCIONA ACTIVIDADES PARA EL PLAN DE MARKETING DIGITAL DE ACUERDO CON EL MODELO DE NEGOCIO
ELABORA CRONOGRAMA Y PRESUPUESTO A PARTIR DE NECESIDADES DEL PLAN DE MARKETING DIGITAL
UTILIZA INDICADORES Y MÉTRICAS TENIENDO EN CUENTA NECESIDADES DEL PLAN DE MARKETING DIGITAL

RA2.
CONCRETA LOS CONTENIDOS Y PIEZAS GRÁFICAS DE LA CAMPAÑA DIGITAL SEGÚN LOS PARÁMETROS DE USABILIDAD
PRESENTA LOS CONTENIDOS PARA EL PLAN DE MARKETING DIGITAL CON BASE EN LAS TÉCNICAS CREATIVAS UTILIZADAS
UTILIZA HERRAMIENTAS DIGITALES TENIENDO EN CUENTA EL MODELO DE NEGOCIO EN LÍNEA

RA3.
CUANTIFICA LOS DATOS DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES, DE ACUERDO A LA CAMPAÑA
VALIDA LA EFECTIVIDAD DE LA CAMPAÑA DE MARKETING Y COMUNICACIÓN DIGITAL DE ACUERDO CON LAS TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DE MONITOREO
APLICA NORMATIVA DE PROTECCIÓN DE DATOS TENIENDO EN CUENTA POLÍTICAS

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del proceso:

RA1.
ANALIZAR BRIEFING DE LA ORGANIZACIÓN
ELABORAR LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO DIGITAL
SELECCIONAR LAS ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS DEL PLAN DE MARKETING DIGITAL
DETERMINAR LOS RECURSOS DEL PLAN DE MARKETING DIGITAL

RA2.
DETERMINAR LANDING PAGE Y CALL TO ACTION DE LA ORGANIZACIÓN O PRODUCTO
REDACTAR LOS TEXTOS PARA LA COMUNICACIÓN EN MEDIOS DIGITALES
ESTABLECER TEMAS DE CONTENIDOS AFINES A LA ORGANIZACIÓN O AL PRODUCTO PARA CADA NICHO
DESARROLLAR LOS FORMATOS DE CONTENIDOS PARA CADA CANAL, RED SOCIAL, MAIL O PLATAFORMA
REDACTAR LOS CONTENIDOS DE LA CAMPAÑA DIGITAL
DETERMINAR LANDING PAGE Y CALL TO ACTION DE LA ORGANIZACIÓN O PRODUCTO

RA3.
SELECCIONAR VARIABLES DE MEDICIÓN DE EFECTIVIDAD DE LA CAMPAÑA
FIJAR LA FRECUENCIA DE LOS IMPACTOS E INTENSIDAD DE LA CAMPAÑA
DETERMINAR LOS LEADS POR NICHOS DE MERCADOS.
IMPLEMENTAR ANALÍTICA WEB A LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL
GENERAR INFORMES CON ESTADÍSTICAS Y DATOS DE CADA CANAL

Conocimiento del concepto:

RA1.
PLAN DE MERCADEO DIGITAL: CONCEPTO, ESTRUCTURA, OBJETIVOS, ESTRATEGIAS, TÁCTICAS, RECURSOS, MEDICIÓN, ORDENES DE PUBLICACIÓN
MEDIOS DIGITALES: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS Y TIPOS.
CANALES DE COMUNICACIÓN DIGITAL: CONCEPTO, TIPOS, VENTAJAS Y DESVENTAJAS
POSICIONAMIENTO EN MEDIOS DIGITALES: CONCEPTO, TIPOS
LENGUAJE DE MARKETING DIGITAL: CONCEPTO, TIPOS
NORMATIVA: CÓDIGO DE AUTORREGULACIÓN PUBLICITARIA, CÓDIGO DEL COMERCIO, UCEP Y CONARED, DERECHOS DE AUTOR

RA2.
CONTENIDOS DIGITALES: CONCEPTO, GESTIÓN, CLASES
CONTENIDOS MULTIMEDIA: CONCEPTO, CLASES
STORYTELLING: CONCEPTO, INFOGRAFÍAS Y LÍNEAS DE TIEMPO
CONTENIDOS TRANSMEDIA: CONCEPTO Y APLICACIÓN
ANUNCIOS EN MEDIOS DIGITALES: CONCEPTO, ADWORDS, FACEBOOK ADS, SANP ADS, TWITTER ADS, INSTAGRAM ADS
POSICIONAMIENTO EN WEB: SEO, SEM, KEYWORDS, LEADS, TRACKING
MENSAJE: CONCEPTO, COMPOSICIÓN, ESTILO, FORMA, SEMIOLOGÍA, ICONOGRAFÍA, TIPOS
COMUNICACIÓN DIGITAL: CONCEPTO, MEDIOS, CARACTERÍSTICAS, BLOGS, REDES SOCIALES Y UNIDAD DE CAMPAÑA
MARKETING DE CONTENIDOS: CONCEPTO, INBOUND, OUTBOUND, ESTRUCTURA, USABILIDAD, PALABRAS CLAVES, COMPOSICIÓN, TIPOS Y OPTIMIZACIÓN WEB
CREACIÓN DE SLOGAN: CONCEPTO, MÉTRICA, ENGAGEMENT,

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del concepto: REDACCIÓN DE TEXTOS PARA MEDIOS DIGITALES: CONCEPTO, TITULARES, ENCABEZADOS PARA WEB, ESTRUCTURA DE TEXTOS PARA WEB Y REDES SOCIALES, TENDENCIAS CON PALABRAS CLAVES
ESTRATEGIAS MASIVAS EN REDES: CONCEPTO, TENDENCIAS, GRUPOS, COMUNIDADES, PÁGINAS, PERFILES, LISTAS, INFLUENCERS Y PRO TIPS
LANDINGS: CONCEPTO, CALL TO ACTION, SITIOS DE CONVERSIÓN DE USUARIOS, CORREOS MASIVOS Y MOVIL MARKETING
REMARKETING: CONCEPTO, PAGO EN REDES SOCIALES Y SITIOS DEL ALTO TRÁFICO
VERBATIM: CONCEPTO, ESTRUCTURA, MÉTODO Y UTILIDAD

RA3.
HERRAMIENTAS DE MEDICIÓN WEB: CONCEPTO, HACKING EN REDES, ANALYTICS, ESTADÍSTICAS DE REDES SOCIALES, ESTADÍSTICAS EN BLOGS Y SITIOS WEB, ANÁLISIS DE TRÁFICO, GEO-LOCALIZACIÓN
ANALÍTICA WEB: CONCEPTO, SEGUIMIENTO DE COMENTARIOS, BARRIDO EN LA WEB, POSICIONAMIENTO, REPUTACIÓN EN REDES Y EN EL MERCADO, ANÁLISIS DE CONVERSIONES
CONVERSIÓN DE USUARIOS: CONCEPTO, ANÁLISIS DE CONVERSIÓN POR CONTENIDOS, MEDICIÓN DE EFECTIVIDAD DE LINKS Y RE-MARKETING, TÉCNICAS DE EVALUACIÓN DE INBOUND

Perfil del instructor:

Actividades que comprenden el proyecto:

Código de la actividad: 10358027
Nombre de la actividad: VERIFICAR LA EFECTIVIDAD DEL PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE
Descripción de la actividad:
Modalidad de formación: VIRTUAL

Resultados del proyecto:

Código del resultado: 606605
Nombre del resultado: RA3. MEDIR RESULTADOS DEL PLAN DE MERCADEO Y LA COMUNICACIÓN DIGITAL, SEGÚN LOS OBJETIVOS ESTABLECIDOS. 96 H
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Competencias relacionadas con el

Código de la competencia: 3415

Nombre de la competencia: Estructurar la campaña publicitaria de acuerdo con objetivos de comunicación y metodología de planeación

Criterio de evaluación: RA1.
ELABORA EL PLAN DE CAMPAÑA TENIENDO EN CUENTA TÉCNICAS DE SEGMENTACIÓN, PLANEACIÓN Y ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN
PRESENTA CONCEPTO CREATIVO DE ACUERDO CON EL BRIEF Y LA TÉCNICA CREATIVA
FORMULA OBJETIVOS DE CAMPAÑA DE ACUERDO CON METODOLOGÍA DE PLANEACIÓN Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Criterio de evaluación:

SELECCIONA ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DE CAMPAÑA PUBLICITARIA DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS FORMULADOS
DETERMINA EL TIPO DE CAMPAÑA PUBLICITARIA, TENIENDO EN CUENTA LOS OBJETIVOS FORMULADOS

RA2.
DESARROLLA ESTRATEGIA CREATIVA CON EL EJE TEMÁTICO Y MENSAJE GENERAL DE LA CAMPAÑA DE ACUERDO CON LOS PARÁMETROS DEL MENSAJE PUBLICITARIO
FORMULA EL PLAN DE MEDIOS SEGÚN EL PERFIL DEL SEGMENTO, CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS Y EL ALCANCE DE LOS CANALES DE COMUNICACIÓN
IMPLEMENTA LA CAMPAÑA PUBLICITARIA DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS

RA3.
EXPLORA LAS PRIMERAS REACCIONES DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA TENIENDO EN CUENTA LA INTENCIÓN DE LA CAMPAÑA
CONTROLA LA CAMPAÑA PUBLICITARIA, DE ACUERDO A LOS INDICADORES ESTABLECIDOS
ESTABLECE MECANISMOS PARA VALIDAR LA EFECTIVIDAD DE LOS MEDIOS CONTRATADOS, SEGÚN LAS NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN
EVALÚA EL IMPACTO FINAL DE LA CAMPAÑA TENIENDO EN CUENTA LOS OBJETIVOS

Conocimiento del proceso:

RA1.
ANALIZAR EL BRIEF
ANALIZAR EL PLAN DE MERCADEO DIGITAL
ANALIZAR EL PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL
ANALIZAR LOS CONTENIDOS DIGITALES
ANALIZAR LAS PIEZAS PUBLICITARIAS
IDENTIFICAR ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA
CONSTRUIR EL EJE TEMÁTICO DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA
ELABORAR EL ESLOGAN DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA
ELABORA EL MENSAJE GENERAL DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA
ANALIZAR EL PRESUPUESTO DE LA CAMPAÑA ASIGNADO POR LA ORGANIZACIÓN

RA2.
SELECCIONAR LOS MEDIOS PRINCIPALES Y DE APOYO A UTILIZAR EN LA CAMPAÑA PUBLICITARIA
ESTRUCTURAR LA PROGRAMACIÓN DE LA PAUTA Y FLOWCHART DE CADA MEDIO
DETERMINAR LA INTENSIDAD Y LA FRECUENCIA DE CADA MEDIO.
CONCERTAR LA PAUTA EN LOS MEDIOS SELECCIONADOS

RA3.
ESTABLECER LOS INDICADORES DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA
DETERMINAR EL ROI DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA
DETERMINAR LOS MECANISMOS DE EVALUACIÓN DE LA CAMPAÑA

Conocimiento del concepto:

RA1.
CAMPAÑA PUBLICITARIA: CONCEPTO, TIPOS, RENTABILIDAD, CONVENIENCIA, EFECTIVIDAD, OBJETIVOS, APLICACIÓN, CARACTERÍSTICAS, TIPOS Y CRONOGRAMA

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del concepto: EJE TEMÁTICO: CONCEPTO

RA2.
ESTRATEGIA CREATIVA: CONCEPTO, TIPOS Y PROPÓSITO
MENSAJE PUBLICITARIO: CONCEPTO, TIPOS, ESTRUCTURA, NORMALIZACIÓN, PARÁMETROS, IMPLEMENTACIÓN, EFECTIVIDAD, ELEMENTOS Y CONSTRUCCIÓN
MEDIOS PUBLICITARIOS: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, TIPOS MERCHANDISING, ESTRATEGIAS DE CAMPAÑA
TÉCNICAS PUBLICITARIAS: CONCEPTO, PLATAFORMAS
PAUTA: CONCEPTO, VARIABLES, CLASES, FRECUENCIA, TIEMPO, ANÁLISIS, MEDICIÓN Y COSTO
IMPACTO DE MEDIOS: CONCEPTO, CLASES, MEDICIÓN, CLASES DE MEDIOS, DISTRIBUCIÓN, RENTABILIDAD, EFECTIVIDAD, PENETRACIÓN, RELEVANCIA, ALCANCE, TIPO DE MEDIOS ELECTRÓNICOS

RA3.
INDICADORES: CONCEPTO, TIPOS, CARACTERÍSTICAS, TEST DE VALORACIÓN, VENTAJAS, DESVENTAJAS, OBJETIVOS
RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSIÓN: CONCEPTO, MODELO ROI
TRIANGULO DE LA RENTABILIDAD: CONCEPTO, CREACIÓN DE VALOR, VENTAJA COMPETITIVA
EVALUACIÓN DE LA PAUTA: CONCEPTO, APLICACIÓN DE ORDENADORES, MATRICES
OBJETIVOS DE COBERTURA: CONCEPTO, REACH EN EL TARGET, READER SHIP, SHARE OF VOICE, SHARE OF MARKET, SHARE OF AUDIENCE
EVALUACIÓN DE LA CAMPAÑA: CONCEPTO, PRETEST, POSTEST, EFICACIA PUBLICITARIA, RECONOCIMIENTO, MÉTRICA, INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN, ALCANCE Y EFECTIVIDAD
NEUROMARKETING: CONCEPTO, MEDICIÓN Y ANÁLISIS

Perfil del instructor:

Actividades que comprenden el proyecto:

Código de la actividad: 10358027
Nombre de la actividad: VERIFICAR LA EFECTIVIDAD DEL PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE
Descripción de la actividad:
Modalidad de formación: VIRTUAL

Resultados del proyecto:

Código del resultado: 606648
Nombre del resultado: RA3. EVALUAR LA EFECTIVIDAD DE LA CAMPAÑA SEGÚN LOS SISTEMAS DE MEDICIÓN DE LA ORGANIZACIÓN. 96 H
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Competencias relacionadas con el

Código de la competencia: 37800

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Nombre de la competencia:	GENERAR HÁBITOS SALUDABLES DE VIDA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE PROGRAMAS DE ACTIVIDAD FÍSICA EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVOS Y SOCIALES.
Criterio de evaluación:	RECONOCE FUNDAMENTOS DE ESTILO DE VIDA SALUDABLE, HIGIENE Y NUTRICIÓN EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVO Y SOCIAL DESARROLLA RUTINAS DE EJERCICIO FÍSICO SEGÚN LAS NECESIDADES DE LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL CLASIFICA CONCEPTOS BÁSICOS DE ERGONOMÍA Y PAUSAS ACTIVAS DE ACUERDO CON LA NATURALEZA DE LA FUNCIÓN PRODUCTIVA ESTRUCTURA UN PLAN DE ERGONOMÍA Y PAUSAS ACTIVAS SEGÚN CONTEXTO LABORAL
Conocimiento del proceso:	IDENTIFICAR CONCEPTOS BÁSICOS DE ANATOMÍA Y FISIOLOGÍA APLICAR CONCEPTOS BÁSICOS DE LA MIOLOGÍA HUMANA EN EL ANÁLISIS DEL MOVIMIENTO INTERPRETAR LOS FUNDAMENTOS DE ESTILO DE VIDA SALUDABLE, HIGIENE Y NUTRICIÓN ADMINISTRAR UN PLAN DE HIGIENE CORPORAL DENTRO DEL CONTEXTO PRODUCTIVO EJECUTAR RUTINAS DE EJERCICIO FÍSICO ESTABLECER PAUSAS DE ACUERDO CON CARGAS DE TRABAJO Y TIEMPOS DE ACTIVIDAD FÍSICA IDENTIFICAR LAS TÉCNICAS DE COORDINACIÓN MOTRIZ RELACIONADAS CON SU PERFIL OCUPACIONAL SELECCIONAR TÉCNICAS QUE LE PERMITEN POTENCIAR SU CAPACIDAD DE REACCIÓN MENTAL Y MEJORAR SUS DESTREZAS MOTORAS APLICAR CONCEPTOS BÁSICOS DE ERGONOMÍA Y PAUSAS ACTIVAS DISCRIMINAR EJERCICIOS ESPECÍFICOS PARA LA PREVENCIÓN DE RIESGOS ERGONÓMICOS
Conocimiento del concepto:	FUNDAMENTOS DE ANATOMÍA Y FISIOLOGÍA CONCEPTOS, CARACTERÍSTICAS Y ESTILOS DE VIDA SALUDABLE CONCEPTOS DE HIGIENE Y SU APLICABILIDAD CONCEPTOS DE NUTRICIÓN, BASES FUNDAMENTALES Y PLANES NUTRICIONALES SEGÚN ACTIVIDAD LABORAL FUNDAMENTOS DE MIOLOGÍA Y ANÁLISIS DEL MOVIMIENTO DEFINICIÓN, CARACTERÍSTICAS, COMPONENTES Y VENTAJAS DE LA ACTIVIDAD FÍSICA DEFINICIÓN, CLASES, CONDICIÓN, TIEMPOS DE APLICACIÓN, BENEFICIOS DEL EJERCICIO FÍSICO CONCEPTUALIZACIÓN Y USO DE LA FICHA ANTROPOMÉTRICA CARACTERÍSTICAS DE LA FRECUENCIA CARDIACA DEFINICIÓN, CLASES Y CARACTERÍSTICAS DE LOS TEST FÍSICO ATLÉTICOS DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL ACONDICIONAMIENTO FÍSICO APLICACIÓN DE SERIES, REPETICIONES Y CARGAS DE TRABAJO EN EL EJERCICIO FÍSICO DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LA DESTREZA MOTORA CONCEPTUALIZACIÓN Y CONDICIONANTES DE LA PSICOMOTRICIDAD DEFINICIÓN DE MOTRICIDAD Y SU CLASIFICACIÓN, BENEFICIOS APLICABILIDAD DE LA ERGONOMÍA Y LA ACTIVIDAD FÍSICA POSTURAS, CLASIFICACIÓN, MANEJO DE CARGAS Y PLANES POSTURALES REHABILITACIÓN Y PLAN DE TRABAJO PAUSAS ACTIVAS, CONCEPTOS Y PRÁCTICAS USO ADECUADO DEL TIEMPO LIBRE

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Perfil del instructor:

Actividades que comprenden el proyecto:

Código de la actividad: 10358027
Nombre de la actividad: VERIFICAR LA EFECTIVIDAD DEL PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE
Descripción de la actividad:
Modalidad de formación: VIRTUAL

Resultados del proyecto:

Código del resultado: 606723
Nombre del resultado: RA1 DESARROLLAR HABILIDADES PSICOMOTRICES EN EL CONTEXTO PRODUCTIVO Y SOCIAL.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 606724
Nombre del resultado: RA4 IMPLEMENTAR UN PLAN DE ERGONOMÍA Y PAUSAS ACTIVAS SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DE LA FUNCIÓN PRODUCTIVA.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 606725
Nombre del resultado: RA3 EJECUTAR ACTIVIDADES DE ACONDICIONAMIENTO FÍSICO ORIENTADAS HACIA EL MEJORAMIENTO DE LA CONDICIÓN FÍSICA EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVO Y SOCIAL.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 606726
Nombre del resultado: RA2 PRACTICAR HÁBITOS SALUDABLES MEDIANTE LA APLICACIÓN DE FUNDAMENTOS DE NUTRICIÓN E HIGIENE.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Competencias relacionadas con el

Código de la competencia: 38558

Nombre de la competencia: Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.

Criterio de evaluación: - Compara las condiciones del trabajo, en el devenir histórico de la humanidad de acuerdo con los derechos humanos y fundamentales en el trabajo. (1)

- Argumenta los momentos relevantes del devenir histórico de los derechos humanos y fundamentales en el trabajo en la línea del tiempo. (1)

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Criterio de evaluación:

- Selecciona los mecanismos de protección para el ejercicio de la ciudadanía laboral aplicando la normativa. (2)

- Analiza situaciones que repercuten en ejercicio de los derechos fundamentales en el trabajo, desarrollando habilidades de comunicación según técnicas y protocolos. (3)
- Elabora documentos relacionados con las obligaciones económicas, sociales y de bienestar derivadas de las acciones laborales de acuerdo con la normativa. (3)

- Evalúa los resultados de la aplicación de los mecanismos de protección para el ejercicio de la ciudadanía laboral acorde con la normativa (3)

- Propone estrategias de solución de conflictos y negociación de acuerdo con la normativa. (3)

- Justifica la importancia de los derechos de los pueblos y de la solidaridad en el ejercicio de la ciudadanía laboral de acuerdo con la normativa. (4)

- Relaciona, de los derechos de los pueblos y de la solidaridad, la autodeterminación de los pueblos, el desarrollo sostenible, la seguridad alimentaria, el derecho al uso de la ciencia y la tecnología y la paz en función de los indicadores de desarrollo humano. (4)

- Propone acciones de defensa relacionadas con la autodeterminación de los pueblos, el desarrollo sostenible, la seguridad alimentaria, el derecho al uso de la ciencia y la tecnología y la paz en función de los indicadores del desarrollo humano. (4)

Conocimiento del proceso:

Analizar la relación entre el trabajo y el desarrollo humano (1)
Identificar la naturaleza de los derechos humanos y fundamentales del trabajo (1)
Relacionar, en el marco de los derechos humano el desarrollo social, la autonomía y la dignidad (2)
Desarrollar documentos relacionados con los derechos y las obligaciones políticas, prestacionales, sociales, y de bienestar derivadas de las acciones laborales. (2)
Argumentar el ejercicio de los derechos del trabajo como defensa de los mismos y expresión de la ciudadanía laboral. (3)
Dimensionar el ejercicio del derecho a la huelga. (3)
Integrar acciones de solidaridad para la defensa del ser humano, la naturaleza y los valores de la convivencia social y ciudadanía (4)

Conocimiento del concepto:

1. Persona sociedad y Trabajo

- Dignidad humana, democracia, el trabajo, Justicia y paz.
- Desarrollo humano integral.
- Diversidad cultural
- Fenomenología del mundo del trabajo

2. Leyes fundamentales y mandatos legales

- Política. Derechos humanos y Constitución Política de Colombia.
- Principios y derechos de la OIT: Declaración de la O.I.T.
- Derecho a la vida.

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del concepto:

- Derechos políticos y civiles.
- Trabajo digno y decente: Definición, análisis del trabajo forzoso u obligatorio.

3. Derechos del trabajo y Ciudadanía laboral

- Derechos del trabajo y su impacto en el desarrollo de la sociedad
- Dialogo social
- Persona sujeta de derechos y deberes en el contexto de los derechos humanos
- Derechos individuales y colectivos del trabajo: Características y campos para el desarrollo del derecho individual y colectivo en el mundo del trabajo
- Mecanismos de protección de los derechos en el trabajo.
- Trabajo Decente: Integración de políticas
- Igualdad de género: equidad y balance de género
- Trabajo forzado y Trabajo Infantil
- Enfoque diferencial, valor ciudadano para la inclusión social
- Discriminación laboral en casos de enfermedades terminales
- Resolución pacífica de los conflictos; negociación colectiva y huelga
- Derechos para la sostenibilidad empresarial: Eficiencia, Eficacia, Efectividad.

4. Ejercicio de los derechos en el trabajo.

- Aplicación de los mecanismos de protección de los derechos en el trabajo.
- Caja de herramientas laborales: salario, prestaciones sociales, seguridad social y contratación.
- Sociedad del Ocio: recreación, deporte, arte cultura, vida familiar.
- Derechos y libertades ciudadanas.

5. Derecho a la Asociación, normatividad nacional e internacional.

- Valores democráticos sobre el sindicalismo. Normatividad nacional e internacional
- Asociaciones sindicales, libertad sindical y derechos asociados.
- Libertad de Asociación y Sindical
- Derecho de Negociación Colectiva: agentes, reconocimiento de la asociación para resolver problemas

6. Derechos de Solidaridad o de los Pueblos

- Relación entre el ser humano, la naturaleza y el planeta.
- Autodeterminación de los pueblos y desarrollo sostenible y seguridad alimentaria.
- Estrategias de desarrollo e impacto ambiental en Colombia.
- Postconflicto y paz
- Apropiación del avance y uso de la ciencia y la tecnología.
- Desarrollo para una vida digna
- Identidad Nacional y Cultural

Perfil del instructor:

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Actividades que comprenden el proyecto:

Código de la actividad: 10358027
Nombre de la actividad: VERIFICAR LA EFECTIVIDAD DEL PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE
Descripción de la actividad:
Modalidad de formación: VIRTUAL

Resultados del proyecto:

Código del resultado: 606739
Nombre del resultado: 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.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 606740
Nombre del resultado: 04- Participar en acciones solidarias teniendo en cuenta el ejercicio de los derechos humanos, de los pueblos y de la naturaleza.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 606741
Nombre del resultado: 03- Practicar los derechos fundamentales en el trabajo de acuerdo con la Constitución Política y los Convenios Internacionales.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 606742
Nombre del resultado: 02- Valorar la importancia de la ciudadanía laboral con base en el estudio de los derechos humanos y fundamentales en el trabajo.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Competencias relacionadas con el

Código de la competencia: 37801

Nombre de la competencia: APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS DE LAS CIENCIAS NATURALES DE ACUERDO CON SITUACIONES DEL CONTEXTO PRODUCTIVO Y SOCIAL.

Criterio de evaluación: CARACTERIZA LAS RELACIONES EXISTENTES EN LOS NIVELES DE ORGANIZACIÓN BIOLÓGICA DE ACUERDO CON SU ENTORNO PRODUCTIVO Y SOCIAL
APROPIA PRINCIPIOS Y CONCEPTOS DE LA BIOLOGÍA DE ACUERDO A LAS CONDICIONES DEL ENTORNO PRODUCTIVO Y SOCIAL
APLICA PRINCIPIOS Y CONCEPTOS DE BIOLOGÍA A LA SOLUCIÓN DE SITUACIONES IDENTIFICADAS ACORDE CON SU ENTORNO PRODUCTIVO Y

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Criterio de evaluación: SOCIAL
ESTABLECE ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN A SITUACIONES IDENTIFICADAS EN SU ENTORNO PRODUCTIVO Y SOCIAL DE ACUERDO CON PRINCIPIOS Y CONCEPTOS DE LA BIOLOGÍA

Conocimiento del proceso: EXPLICAR CARACTERÍSTICAS Y FUNCIONES DE LOS ORGANELOS CELULARES
CARACTERIZAR LOS NIVELES DE ORGANIZACIÓN BIOLÓGICA DE SU ENTORNO PRODUCTIVO Y SOCIAL
CARACTERIZAR TIPOS DE HÁBITAT Y NICHOS ECOLÓGICOS
ESTABLECER DIFERENCIAS ENTRE HÁBITAT Y NICHO ECOLÓGICO

Conocimiento del concepto: CIENCIA: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, CLASIFICACIÓN
BIOLOGÍA: CONCEPTO, CLASIFICACIÓN
HÁBITAT Y NICHO: CONCEPTO Y CARACTERÍSTICAS
ORGANIZACIÓN BIOLÓGICA: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, NIVELES Y FUNCIONES
NIVELES DE ORGANIZACIÓN BIOLÓGICA: CONCEPTO Y RELACIONES
CÉLULA: CONCEPTO, PARTES, FUNCIONES
CICLOS BIOLÓGICOS: CONCEPTOS, CARACTERÍSTICAS, CLASIFICACIÓN, USOS Y APLICACIONES
BIOTECNOLOGÍA: CONCEPTO, PRINCIPIOS Y APLICACIONES

Perfil del instructor:

Actividades que comprenden el proyecto:

Código de la actividad: 10358027
Nombre de la actividad: VERIFICAR LA EFECTIVIDAD DEL PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE
Descripción de la actividad:
Modalidad de formación: VIRTUAL

Resultados del proyecto:

Código del resultado: 606751
Nombre del resultado: RA3 ARGUMENTAR SOBRE SITUACIONES PROBLEMÁTICAS DEL ENTORNO SUSCEPTIBLES DE MEJORAMIENTO MEDIANTE LA APLICACIÓN DE PRINCIPIOS Y CONCEPTOS DE BIOLOGÍA.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 606752
Nombre del resultado: RA4 PROPONER ALTERNATIVAS DE MEJORAMIENTO A SITUACIONES IDENTIFICADAS EN EL ENTORNO PRODUCTIVO Y SOCIAL, ACORDE CON PRINCIPIOS Y CONCEPTOS DE LA BIOLOGÍA.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 606753
Nombre del resultado: RA1 ESTABLECER INTERRELACIONES ENTRE LOS NIVELES DE ORGANIZACIÓN BIOLÓGICA ACORDE CON EL ENTORNO PRODUCTIVO Y

Nombre del programa: **DESARROLLO PUBLICITARIO**
Ficha de caracterización: 2627195
Ruta de aprendizaje: RUTA DE APRENDIZAJE FICHA 2627195
Código de la ruta: 2967034
Estado de la ruta: ACTIVA

Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 606754
Nombre del resultado: RA2 INTERPRETAR LAS INTERRELACIONES ENTRE LOS NIVELES DE ORGANIZACIÓN BIOLÓGICA SEGÚN EL ENTORNO PRODUCTIVO Y SOCIAL.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Competencias relacionadas con el

Código de la competencia: 2

Nombre de la competencia: RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

Criterio de evaluación:

Conocimiento del proceso:

Conocimiento del concepto:

Perfil del instructor:

Actividades que comprenden el proyecto:

Código de la actividad: 10358028
Nombre de la actividad: APLICAR LOS CONOCIMIENTOS EN CONTEXTOS REALES DEL SECTOR
Descripción de la actividad:
Modalidad de formación: VIRTUAL

Resultados del proyecto:

Código del resultado: 606563
Nombre del resultado: 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
Etapa PRACTICA
Estado ACTIVO