PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del programa de formación**: Técnico laboral en operaciones de comercio exterior
- **Código del programa de formación**: 134600
- **Nombre del proyecto:** Herramientas para el desarrollo de operaciones de comercio exterior
- **Fase del proyecto:** Planeación
- **Actividad de proyecto: AP2**. Determinar las actividades logísticas de los procesos de importación, exportación y tránsito aduanero según los objetivos de la organización
- **Competencias**:

  Técnicas:

  - **210101064.** Coordinar el transporte según rutas y medios

  Claves y transversales:

  - **240201524.** Desarrollar procesos de comunicación eficaces y efectivos, teniendo en cuenta situaciones de orden social, personal y productivo.
  - **230101507.** Generar hábitos saludables de vida, mediante la aplicación de programas de actividad física en los contextos productivos y sociales.
  - **240202501.** Interactuar en lengua inglesa de forma oral y escrita dentro de contextos sociales y laborales según los criterios establecidos por el marco común Europeo de Referencia para las Lenguas.

- **Resultados de aprendizaje**:

  Técnicas

  - **210101064-01** Preparar la carga según los modos y los medios.
  - **210101064-02** Planear ruta según los modos de transporte y características de la carga.
  - **210101064-03** Programar servicios de operación portuaria para el transporte, según la normativa.

  Claves y transversales:

  - **240201524-01.** Interpretar el sentido de la comunicación como medio de expresión social, cultural, laboral y artística.
  - **240201524-02.** Decodificar mensajes comunicativos en situaciones de la vida social y laboral, teniendo en cuenta el contexto de la comunicación.
  - **240201524-03.** Validar la importancia de los procesos comunicativos teniendo en cuenta criterios de lógica y racionalidad.
  - **240201524-04.** Aplicar acciones de mejoramiento en el desarrollo de procesos comunicativos según requerimientos del contexto.
  - **230101507-01.** Desarrollar habilidades psicomotrices en el contexto productivo y social.
  - **230101507-02.** Practicar hábitos saludables mediante la aplicación de fundamentos de nutrición e higiene.
  - **230101507-03.** Ejecutar actividades de acondicionamiento físico orientadas hacia el mejoramiento de la condición física en los contextos productivo y social

- **230101507-04.** Implementar un plan de ergonomía y pausas activas según las características de la función productiva.
- **240202501-02** Describir a nivel básico, de forma oral y escrita en inglés personas, situaciones y lugares de acuerdo con sus costumbres y experiencias de vida.

- **Duración de la Guía**: 384 horas
- Técnico: 240 horas
- Clave: 96 horas
- Transversal: 48 horas

2. PRESENTACIÓN

Estimado aprendiz, damos inicio a la fase de planeación en su proyecto formativo. En la anterior fase de análisis, profundizamos en los aspectos fundamentales del comercio exterior, haciendo énfasis en temas relacionados con el régimen arancelario, estudio de la carga de acuerdo con la naturaleza de la mercancía y preparación de la carga según modos y medios de transporte.

En esta nueva fase, continuaremos con el desarrollo de aspectos importantes para preparar la carga y planear ruta según medios de transporte, así como las características de la carga, y la programación de los servicios de operación portuaria para el transporte según normativa.

Igualmente, para el ser humano es importante comunicarse, es una experiencia inherente a sí mismo, pues se presenta de diversas formas e incluye la transmisión y recepción de estímulos, ideas, pensamientos emociones que, a su vez se condicionan desde la cultura, el contexto social, la forma de sentir el mundo y los procesos de formación adelantados, entre otros condicionantes de la experiencia humana.

Las habilidades comunicativas se establecen desde lo verbal o digital y, además, de lo no verbal o analógico. Y por ello, el llamado es a repensar la escritura y la oratoria como procesos de crecimiento personal y profesional, con miras a desarrollar procesos de comunicación eficaces y efectivos, teniendo en cuenta situaciones de orden social, personal y productivo, invitando a ver la naturaleza de la comunicación en diversos contextos y procesos dialógicos, en la que se asumen diferentes actitudes en relación con el otro y que condicionan la construcción de relaciones personales y profesionales.

Para alcanzar la apropiación de competencias básicas en el proceso de formación profesional integral, es necesario dotar a nuestros aprendices de herramientas que propicien su cualificación para un desempeño idóneo en el mundo del trabajo y en el mundo de la vida. En este contexto, fortalecer las competencias biofísicas tiene como finalidad el mejoramiento de la calidad de vida, mediante la adopción de un estilo de vida saludable y el logro de las condiciones físicas requeridas en el desempeño laboral. Este logro supone el desarrollo de la psicomotricidad propia del área de trabajo, el manejo adecuado de la postura corporal en los ámbitos de espacio-tiempo, la prevención de enfermedades profesionales y accidentes de trabajo.

Las competencias biofísicas, por una parte, incrementan la productividad, la calidad de vida y la seguridad en el trabajo; por otra, inciden en la disminución de los costos por el ausentismo y las lesiones de los trabajadores, derivadas de enfermedades y accidentes laborales. Desde esta perspectiva, el deporte debe utilizarse como medio para mejorar las condiciones físicas necesarias para un desempeño idóneo en los contextos sociales y productivos. Para el desarrollo del módulo de cultura física es imperativo el trabajo interdisciplinario por cuanto su especificidad depende de la naturaleza y de las particularidades de cada desempeño laboral.

En conclusión, se puede afirmar que los principales objetivos del acondicionamiento físico para el trabajo son:

- Prevenir accidentes de trabajo o enfermedades profesionales.
- Reducir los factores de riesgo endógenos.
- Incrementar el rendimiento y productividad laboral.

Así mismo, el inglés como una de las habilidades contemporáneas más importantes y de mayor impacto en el mundo laboral y social se plantean actividades generales y específicas para el desarrollo de la competencia, teniendo en cuenta el aprendizaje articulado de las 4 habilidades de la lengua (leer, escribir, hablar y escuchar) alineado al MCERL (Marco Común Europeo de Referencia para Lenguas) como estándar del nivel de conocimiento de lengua y categorización de los conocimientos en niveles de competencia en un idioma.

Para el desarrollo de las actividades planteadas se contará con el acompañamiento del instructor calificado asignado al programa, que de forma continua y permanente lo orientará con las pautas necesarias para el logro de las actividades de aprendizaje, brindando herramientas básicas de tipo conceptual y metodológico.

De igual manera, el instructor programará encuentros sincrónicos para brindar orientaciones específicas relacionadas con las temáticas a desarrollar en las actividades y ofrecer apoyo en caso de dudas o inconvenientes. La fecha y el horario para esto serán indicados oportunamente.

Es importante que organice su tiempo con un promedio de trabajo diario de dos horas, dada la exigencia que demanda la realización de las actividades mencionadas en esta guía de aprendizaje. No olvide revisar y explorar los materiales de estudio del programa.

Le invitamos a estar muy atentos a estos temas, considerando que son muy importantes para la preparación y planeación de todas las operaciones de una manera eficiente y acertada.

El aprendizaje y aplicación de saberes requiere de esfuerzo, y también ofrece triunfos y un proyecto de vida. va por buen camino.
¡Sigue adelante!

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

En este punto se describirán las actividades de aprendizaje para cada una de las competencias que se proponen en esta fase de planeación, planteadas no solo para el desarrollo de la competencia, sino para el logro en la elaboración de las respectivas evidencias.

3.1. Actividad de aprendizaje de la competencia 210101064. Coordinar el transporte según rutas y medios

Las actividades planteadas para esta competencia permiten fortalecer en el aprendiz la capacidad de analizar, identificar, y documentar los requisitos necesarios para coordinar el transporte según rutas, modos y medios

3.1.1. Actividad de aprendizaje GA2-210101064-AA1. Identificar tipos y características de la carga según modos y medios

Para esta actividad de aprendizaje, debe identificar los tipos y características del transporte de carga.

Duración: 20 horas.

Materiales de formación a consultar:
Para desarrollar esta actividad adecuadamente, se recomienda revisar los contenidos presentados en el componente formativo: **Medios de Transporte.**
Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforma la actividad de aprendizaje:

- ❖ **Evidencia Mapa mental de los modos y medios de transporte. GA2-210101064-AA1-EV01**

Elementos para tener en cuenta en la elaboración del mapa mental:

- Medios de transporte.
- Modos de transporte.
- Manejo de conceptos asociados a cada uno de los medios y modos de transporte.
- Identificar todos los elementos relacionados para la construcción del mapa mental.

Nota: Esta evidencia es de carácter individual

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Productos a entregar:** mapa mental.
- **Extensión:** Libre.
- **Formato:** PDF, WORD, EXCEL.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Mapa mental de los modos y medios de transporte. GA2-210101064-AA1-EV01.**

3.1.2. Actividad de aprendizaje GA2-210101064-AA2. Establecer requerimientos técnicos y normativos de la carga según modos y medios de transporte

Duración: 20 horas.

Materiales de formación a consultar:
Para desarrollar esta actividad adecuadamente, se recomienda revisar los contenidos presentados en el componente formativo: **Medios de Transporte**. A su vez se recomienda consultar la siguiente página: La nueva política logística /Opinión/ Rosario Córdoba Garcés

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforma la actividad de aprendizaje:

- ❖ **Evidencia Cuadro comparativo de requerimientos normativos para un proceso de importación y exportación. GA2-210101064-AA2-EV01**

Elementos para tener en cuenta:

- Especificar en el cuadro requerimientos normativos y técnicos de acuerdo con el tipo de carga.
- El cuadro debe incluir todos los medios y modos necesarios para contratar.
- El cuadro debe estar editado e incluir los integrantes del equipo, nombre de la fase, nombre de la evidencia y cumplir con normas APA.

Nota: Esta evidencia es de presentación grupal.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Productos a entregar:** un documento con cuadro comparativo de requerimientos normativos para un proceso de importación y exportación.

- **Extensión:** Libre.
- **Formato:** PDF, WORD O EXCEL.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Cuadro comparativo de requerimientos normativos para un proceso de importación y exportación. GA2-210101064-AA2-EV01.**

3.1.3. Actividad de aprendizaje GA2-210101064-AA3. Seleccionar empaque y embalaje según tipo y características de la carga

Duración: 26 horas.

Materiales de formación a consultar:

Para desarrollar esta actividad adecuadamente, se recomienda revisar los contenidos presentados en el componente formativo: **Medios de Transporte.** Adicionalmente, ingresar al Sistema de Bibliotecas SENA a través del siguiente link http://biblioteca.sena.edu.co/ y buscar el Titulo del siguiente libro **Manual del Transporte de Mercancías**, o vaya directamente al siguiente link https://www-alphaeditorialcloud-com.bdigital.sena.edu.co/reader/manual-del-transporte-de-mercancias?location=1

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforma la actividad de aprendizaje:

- ❖ **Evidencia Informe seleccionar embalaje según tipo y características de la carga. GA2-210101064-AA3-EV01**

Elementos para tener en cuenta:

Para desarrollar esta actividad se organizan en equipos de trabajo de manera colaborativa, donde el instructor asigna temas que deberán investigar de la siguiente forma:

Equipo 1. Defina embalaje, origen, importancia, clasificación, funciones, ventajas, criterios para la selección de los empaque y embalajes, tipos de materiales para empaques y embalajes.

Equipo 2. Diferencia entre pallets y estiba, tipos de pallets, ventajas, desventajas, usos, características, medidas, criterios de paletización, accesorios de la paletización.

Equipo 3. Tipos de contenedores marítimos y aéreos: Usos, medidas y características.

Equipo 4. Cuáles son los accesorios que se pueden utilizar en el embalaje para el transporte de mercancías. Normalización y especificaciones con las que deben cumplir los embalajes de transporte para la comercialización internacional.

Equipo 5. Aspectos medioambientales a considerar cuando se seleccionan empaques y embalajes para exportación.

Nota: Esta evidencia es de presentación grupal.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Productos a entregar:** Un documento con Informe seleccionar embalaje según tipo y características de la carga.
- **Extensión:** Libre.
- **Formato:** PDF, WORD O EXCEL.

- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Informe seleccionar embalaje según tipo y características de la carga. GA2-210101064-AA3-EV01.**

3.1.4. Actividad de aprendizaje GA2-210101064-AA4. Elaborar el plano de estiba según tipo de carga y cálculos matemáticos.

Duración: 24 horas.

Materiales de formación a consultar:

Para desarrollar esta actividad adecuadamente, se recomienda revisar los contenidos presentados en el componente formativo: **Medios de Transporte.** Adicionalmente, consultar el siguiente enlace: capítulo 44. Análisis técnico de la carga. https://www.academia.edu/37272797/Libro_Carga_y_Estiba_I_VII_ https://www.cargoflores.com/estiba/

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforma la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia Elabora plano de estiba según características de la carga y medios de transporte. GA2-210101064-AA4-EV01**

Se está preparando el envío de un grupo de mercancías a un destino X, el responsable cuenta con la siguiente información:

- Cajas de madera que contienen explosivos destinados para perforaciones, el peso bruto es de 27 kg y sus dimensiones son de 25x40X10 cm.
- Cajas de madera que contienen piezas de repuestos para equipos de perforación, el peso bruto asciende a 460 kg y sus dimensiones son 54 x 32 x34 pulgadas.
- Tambores de plástico que contiene jabón para limpieza de piezas y herramientas, el peso bruto es de 483 libras, la altura es de 70cm y el diámetro es de 40 cm.

Se está valorando que este grupo de carga, se transporte en un contenedor de 1 C(20), con un peso bruto 23t y una tara de 2.2t. Y dimensiones interiores de 5902 x 2359 x 2390 mm.

Pregunta

1. Elabore el plano de estiba teniendo en cuenta:
   - **a)** Peso y volumen de la carga
   - **b)** Características de la carga
   - **c)** Empaque y embalaje
   - **d)** Personal y equipos

Las cantidades del envío son las siguientes:

- Explosivos: 1100 cajas
- Piezas de repuestos:25 cajas
- Jabón líquido 84 tanques

Elementos para tener en cuenta:

- El tamaño de la estiba es de 1,00 x 1,20 m.
- Son diferentes productos a exportar

- Normativa y seguridad de la carga.
- El medio a utilizar es un buque.

Nota: Esta evidencia es de presentación grupal.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Productos a entregar:** Documento con el ejercicio resuelto.
- **Extensión:** Libre.
- **Formato:** PDF, WORD O EXCEL.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: Elabora plano de estiba según características de la carga y medios de transporte. GA2-210101064-AA4-EV01.

3.1.5. Actividad de aprendizaje GA2-210101064-AA5. Definir las características de los medios y modos de transporte según características de la carga, normativa ambiental y SST

Duración: 20 horas.

Materiales de formación a consultar:

Para desarrollar esta actividad adecuadamente, se recomienda revisar los contenidos presentados en el componente formativo: **Medios de Transporte.** Para ampliar contextualización les invitamos a ingresar al Sistema de Bibliotecas SENA a través del siguiente enlace: https://www-alphaeditorialcloud-com.bdigital.sena.edu.co/reader/manual-de-transporte-para-el-comercio-internacional?location=56

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforma la actividad de aprendizaje:

❖ **Evidencias Infografía medios y modos de transporte. GA2-210101064-AA5-EV01**

Elementos para tener en cuenta:

- Resumir características de la carga cada uno de los medio y modos de transporte de carga internacional.
- Explicar servicios de los medios de transporte.
- Analizar ventajas y desventajas de modos de transporte.
- Estrategias para modos de transporte.
- Relacionar normativa ambiental local.
- Debe estar editado e incluir y los integrantes del equipo, nombre de la fase, nombre de la evidencia y cumplir con normas APA

Nota: Esta evidencia es de presentación grupal.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Productos a entregar:** un documento con infografía, medios y modos de transporte.
- **Extensión:** libre.
- **Formato:** PDF, WORD O EXCEL.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Infografía medios y modos de transporte. GA2-210101064-AA5-EV01.**

3.1.6. Actividad de aprendizaje GA2-210101064-AA6. Calcular tiempos para la selección del medio de transporte según la ruta definida.

Duración: 20 horas.

Materiales de formación a consultar:

Para desarrollar esta actividad adecuadamente, se recomienda revisar los contenidos presentados en el componente formativo: **Medios de Transporte.** Adicionalmente, los invitamos a consultar los siguientes enlaces:
https://www.mintransporte.gov.co/ tabla de fletes.
https://www.supertransporte.gov.co/
https://www.asonav.org/

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforma la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia Matriz de tiempos para la selección del medio de transporte según la ruta definida. GA2-210101064-AA6-EV01**

Elementos para tener en cuenta:

- Proyecte una operación determinando tiempos para el envío de productos de origen a destino, teniendo en cuenta los diferentes medios de transporte.
- En equipos de trabajo elabore una matriz de tiempos teniendo en cuenta el origen y destino con los diferentes medios de transporte para la carga.
- Consultar empresa de transporte acorde operación.

Nota: Esta evidencia es de presentación grupal

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Productos a entregar:** un documento con matriz de tiempos para la selección del medio de transporte según la ruta definida.
- **Extensión:** Libre.
- **Formato:** PDF, WORD O EXCEL.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Matriz de tiempos para la selección del medio de transporte según la ruta definida. GA2-210101064-AA6-EV01.**

3.1.7. Actividad de aprendizaje GA2-210101064-AA7. Determinar costos y fletes según medios de transporte.

Duración: 50 horas.

Materiales de formación a consultar:

Para desarrollar esta actividad adecuadamente, se recomienda revisar los contenidos presentados en el componente formativo: **Medios de Transporte.** Para el desarrollo de esta evidencia los invitamos a consultar en internet páginas de carga aérea, terrestre y marítima.

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforma la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia Diligenciamiento de documentos de transporte de carga. GA2-210101064-AA7-EV01**

Elementos para tener en cuenta:

- Previo análisis de contrato de transporte según modo, determinar fletes y rutas de acuerdo con los diferentes medios de transporte para la carga.
- Presentar Guía Aérea
- Presentar Carta de Porte
- Presentar *Bill of Lading* o conocimiento de embarque

Nota: Esta evidencia es de presentación grupal.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Productos a entregar:** análisis de contrato de transporte según modo, determinar fletes y rutas de acuerdo a los diferentes medios de transporte para la carga.
- **Extensión:** Libre.
- **Formato:** PDF, WORD O EXCEL.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Diligenciamiento de documentos de transporte de carga. GA2-210101064-AA7-EV01.**

3.1.8. Actividad de aprendizaje GA2-210101064-AA8. Definir servicios portuarios a contratar según necesidades de la organización

Duración: 28 horas.

Materiales de formación a consultar:

Para desarrollar esta actividad adecuadamente, se recomienda revisar los contenidos presentados en el componente formativo: **Medios de Transporte** y las páginas web de puertos en Colombia.

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforma la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia Informe de servicios prestados en las terminales portuarias en Colombia. GA2-210101064-AA8-EV01**

Elementos para tener en cuenta:

- Teniendo en cuenta las características y naturaleza de la carga y después de haber seleccionado un medio de transporte, indague en las páginas web de las terminales portuarias de Colombia, los servicios portuarios a la carga:
  Cartagena: https://www.puertocartagena.com/es
  Barranquilla: https://www.puertodebarranquilla.com
  Buenaventura: http://www.sprbun.com/web/portal/inicio
  Santa Marta: https://www.spsm.com.co/
- El informe debe contener la ruta seleccionada, servicios a la carga, servicios portuarios que demanda la operación, teniendo en cuenta las tarifas que ofrecen los operadores portuarios

consultados.

Nota: Esta evidencia es de presentación grupal,

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- ✓ **Productos a entregar:** Informe de servicios prestados en las terminales portuarias en Colombia.
- ✓ **Extensión:** Libre
- ✓ **Formato:** PDF, WORD O EXCEL.
- ✓ Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Informe de servicios prestados en las terminales portuarias en Colombia. GA2-210101064-AA8-EV01.**

3.1.9. Actividad de aprendizaje GA2-210101064-AA9. Realizar solicitudes de facturación de servicios en sistemas informático según procedimiento, manejo de plataformas digitales y técnicas de comunicación efectiva.

Duración: 32 horas.

Materiales de formación a consultar:
Para desarrollar esta actividad adecuadamente, se recomienda revisar los contenidos presentados en el componente formativo: **Medios de Transporte** y las páginas web de puertos en Colombia.

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforma la actividad de aprendizaje:

- ❖ **Evidencia Informe solicitudes de facturación de servicios en sistemas informáticos en plataformas digitales. GA2-210101064-AA9-EV01**

Elementos para tener en cuenta:

- En las plataformas OnLine de cada uno de los terminales portuarios citados anteriormente, solicite los servicios a prestar a la carga y genere la factura proforma de liquidación de los servicios.
- Con las acciones realizadas genere informe.

Nota: Esta evidencia es de presentación grupal.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- ✓ **Productos a entregar:** Informe solicitudes de facturación de servicios en sistemas informáticos en plataformas digitales.
- ✓ **Extensión:** Libre.
- ✓ **Formato:** PDF, WORD O EXCEL.
- ✓ Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: Informe solicitudes de facturación de servicios en sistemas informáticos en plataformas digitales. GA2-210101064-AA9-EV01.

3.2. Actividad de aprendizaje de la competencia 240201524. Desarrollar procesos de comunicación eficaces y efectivos, teniendo en cuenta situaciones de orden social, personal y productivo.

3.2.1 Actividad de aprendizaje GA2-240201524-AA1. Aplicar los componentes de la comunicación y argumentar sus procesos, de acuerdo con las diferentes situaciones comunicativas

Duración: 24 horas.

Materiales de formación a consultar:
Para desarrollar esta actividad adecuadamente, puede consultar los componentes de formación: **Comunicándonos y Argumentación.**

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforma la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia Video. La comunicación como expresión humana. GA2-240201524-AA1-EV01**

El proceso de comunicación se centra en generar una articulación entre cómo y para qué nos comunicamos. Por ello, esta actividad de aprendizaje busca que, a través de la realización de un escrito y la posterior grabación de un video, se exprese una situación problémica de su entorno profesional (o área de formación) y que conlleve a la resolución de esta. Un ejemplo de ello, sería algún problema comunicativo en el entorno laboral que requiera solución: flujos de información inadecuados entre diferentes áreas, poco asertividad en la comunicación entre líderes y colaboradores, lenguaje técnico y de poca comprensión para todos. Por favor tenga en cuenta la siguiente estructura:

1. Piense en una situación problémica como tema central para ser tratado en el video y busque la manera de cómo darlo a conocer de forma que impacte al receptor, desde el componente comunicacional.
2. Elabore un escrito donde se plasmen todas las ideas frente a la situación problémica. Puede seleccionar el tipo de texto: científico - técnico o narrativo, a partir de los conocimientos adquiridos en los componentes formativos: **Comunicándonos** y **Argumentación.**
3. Luego, mediante un video, exponga el tema tratado en el escrito, y al finalizar justificar el tipo de texto que eligió y el porqué. Para la realización del video puede utilizar la cámara del computador o celular, incluso, herramientas en línea que le permitan animar, editar, musicalizar y demás como: *powtoon*, *loom*, entre otros.
4. Para finalizar, elabore una síntesis del escrito, en el cual relacione los aspectos más importantes de la situación problémica seleccionada.

Para el desarrollo de la actividad tenga en cuenta los componentes formativos propuestos y los siguientes lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Productos a entregar:** escrito tipo síntesis y video sobre la situación problémica de su entorno profesional (o área de formación).
- **Extensión:** escrito tipo síntesis de máximo 2 páginas y video de máximo de 3 minutos.
- **Formato:** 1. Documento en y 2. Video en formato MOV, MP4, AVI.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Video. La comunicación como expresión humana. GA2-240201524-AA1-EV01.**

3.2.2 Actividad de aprendizaje GA2-240201524-AA2. Comunicar asertivamente, con cohesión y coherencia lexical, basado en los procesos comunicativos que se dan en el contexto del desempeño laboral

Duración: 24 horas.

Materiales de formación a consultar:
Trabaje sobre la situación problema que eligió para el desarrollo de la actividad 1. "La comunicación como expresión humana".

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforma la actividad de aprendizaje:

- Evidencia **Informe. Creación de contenidos comunicativos. GA2-240201524-AA2-EV01**

La comunicación asertiva se constituye en la habilidad que tienen los seres humanos para comunicar, transmitir y recibir mensajes, ideas, sentimientos, creencias, posturas u opiniones propios o ajenos de manera honesta, clara, oportuna y respetuosa de un tema o situación en particular que se inscriben en los diferentes contextos a lo largo de la vida. Por lo tanto, el desarrollo de esta actividad de aprendizaje implica un proceso escritural que dará cuenta de su capacidad para comunicarse atendiendo a la estructura gramatical, la semiótica, cohesión y coherencia léxica en la producción de texto.

A continuación, se describe la secuencia de acciones que deben tener presentes para realizar esta actividad:

1. Retome la situación problema que eligió para el desarrollo de la actividad 1. "**La comunicación como expresión humana**".
2. Realice un ejercicio investigativo que le permita profundizar en el estudio de la situación problema. Para ello, haga uso de algunas de las técnicas de registro de información (previamente estudiadas en el componente formativo **Relacionando**, de esta manera podrá organizar la información y tener un panorama más amplio y claro de la situación que deberá desarrollar en la siguiente orientación.
3. Elabore un informe donde, da cuenta de los elementos y procesos propios de la situación problema y que deberá estar en estrecha relación con la profesión que usted desempeñará al finalizar este proceso formativo y en el contexto en el que se desenvolverá. Para su elaboración, elija el tipo de texto que desea escribir: científico - técnico o narrativo, basado en los descrito en el componente formativo **Escribiendo.**

4. El informe deberá contener los siguiente:
    a. **Encabezado**: título del informe, autor (nombre y apellidos completos) nombre del programa y fecha de realización.
    b. **Palabras claves:** señale por lo menos 5 palabras claves que utilizará en el contexto del informe.
    c. **Introducción:** describa el tipo de texto, el tema abordado y su importancia.
    d. **Desarrollo:** corresponde al cuerpo del trabajo, donde explica detalladamente el desarrollo de los aspectos que enunció en la introducción. En él deberá:
        i. Exponer la problemática haciendo referencia a los aspectos más relevantes.
        ii. Presentar argumentos que complementen los aspectos relevantes que señale, para ello, puede hacer uso de la información que recolectó en el proceso investigativo previo a la escritura del informe, haciendo uso de las referencias bibliográficas en normas APA, gráficos y demás elementos que considere

necesarios.

iii. Presentar su postura frente a la problemática.
iv. Existir cohesión y coherencia léxica, para ello, haga uso de los conectores.
v. Utilizar adecuadamente los signos de puntuación, interrogación y admiración y la acentuación.

e. Conclusiones: presente las conclusiones a las que llegó luego de haber realizado la investigación y escrito el informe.

f. Bibliografía: presente las referencias bibliográficas utilizadas para la elaboración del informe. Recuerde que lo debe hacer siguiendo la normativa APA (componente formativo **Escribiendo**).

Lineamientos para la entrega del producto:

- **Producto a entregar:** Informe. La escritura como forma de comunicación asertiva con la siguiente estructura: encabezado, palabras claves, introducción, desarrollo, conclusiones y bibliografía.
- **Formato:** PDF
- **Extensión:** tres páginas, Arial 11, espacio sencillo.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Informe. Creación de contenidos comunicativos. GA2-240201524-AA2-EV01.**

3.3 Actividades de aprendizaje de la competencia 230101507. Generar hábitos saludables de vida, mediante la aplicación de programas de actividad física en los contextos productivos y sociales

3.3.1 Actividad de aprendizaje GA2-230101507-AA1. Valorar el estado general de las condiciones psicomotrices individuales para aplicar los correctivos necesarios que permitan mejorar las capacidades

Mediante la estrategia didáctica activa de aprendizaje individual podrá conocer sus actuales condiciones físicas y antropométricas, para el desarrollo de un plan de trabajo físico, que permita mejorar nuestra salud y por ende la calidad de vida.

Para el desarrollo de las siguientes actividades, es fundamental la lectura previa del componente formativo, que orientará en la elaboración de las evidencias.

Duración: 12 horas.

Materiales de formación a consultar:

Para desarrollar esta actividad adecuadamente, se recomienda revisar los contenidos presentados en el componente formativo: **Actividad Física y hábitos de vida saludable.**

Para el desarrollo de las siguientes actividades, es fundamental la lectura previa del componente formativo, que orientará en la elaboración de las evidencias.

Evidencias:

- **Evidencia Foro temático identificar y establecer las técnicas de coordinación motriz. GA2-230101507-AA1-EV01**

Como preguntas de orientación para realizar la participación en el foro, se proponen las siguientes:

- ¿Cuáles son los músculos del cuerpo humano que posibilitan la coordinación motriz de acuerdo con su área de desempeño?
- ¿Qué papel juegan los huesos del cuerpo humano en la coordinación motriz?
- ¿Defina con sus propias palabras qué es motricidad?
- ¿A qué se refiere cuando hablamos de motricidad fina y motricidad gruesa?
- En el desempeño laboral de su área ocupacional, donde se evidencia la motricidad gruesa, de un ejemplo.

Realice seguimiento al foro y responda a un comentario crítico-reflexivo de acuerdo con la intervención que hayan realizado sus compañeros demostrando construcción de conocimiento frente a los planteamientos que cada uno proponga.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto para entregar:** participación en el foro temático denominado **Establecer las técnicas de coordinación motriz.**
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio de la evidencia: **Foro temático identificar y establecer las técnicas de coordinación motriz. GA2-230101507-AA1-EV01.**

3.3.2 Actividad de aprendizaje GA2-230101507-AA2. Establecer hábitos para lograr un estilo de vida saludable, mediante la aplicación de fundamentos de nutrición e higiene

Duración: 12 horas.

Materiales de formación a consultar:

Para desarrollar esta actividad adecuadamente, se recomienda revisar los contenidos presentados en el componente formativo: **Actividad Física y hábitos de vida saludable.**

Mantener buenos hábitos alimenticios nos puede ayudar a evitar diferentes tipos de enfermedades, además de proporcionar la energía suficiente que el cuerpo necesita para el desarrollo de las actividades cotidianas, por esto es fundamental mantener una alimentación balanceada y equilibrada en los requerimientos energéticos de acuerdo con las actividades que realizamos a diario. Para establecer un estilo de vida saludable se deben interpretar los fundamentos de higiene y nutrición en los contextos productivo y social, a través de la siguiente podrá desarrollar un plan que aporte a este objetivo.

Evidencias:

- **Evidencia Infografía de estilos de vida saludable. GA2-230101507-AA2-EV01**

La evidencia consiste en plasmar a través de un gráfico (infografía) los elementos que le permitan establecer hábitos para lograr un estilo de vida saludable. Se propone que el recurso construido pueda dar respuesta a las siguientes preguntas:

- ¿Qué elementos deben tenerse en cuenta para interpretar las necesidades energéticas diarias de una persona?
- ¿Cuántas calorías necesita el cuerpo diario y de qué forma recibe estos aportes con el consumo de carbohidratos, proteínas, grasas, bebidas u otros elementos? ¿De cuáles variables pueden

depender estos aportes?

- ¿Cómo sería un puesto de trabajo ergonómico y adecuado para la contextura corporal de la persona?
- ¿Qué otros factores inciden en el logro de un estilo de vida saludable?

Se recomienda el uso de la siguiente caja de herramientas para la elaboración de la infografía:
Infogram: https://infogram.com/es/
Canva: https://www.canva.com/
Piktochar: https://piktochart.com/

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto para entregar:** Infografía - plan de higiene.
- **Formato:** PDF.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio para el envío de la evidencia: **Infografía de estilos de vida saludable. GA2-230101507-AA2-EV01.**

3.3.3 Actividad de aprendizaje GA2-230101507-AA3. Construir conocimientos y prácticas básicas de nutrición en los aprendices para implementar acciones de la cultura física en el mejoramiento de la calidad de vida en el contexto individual, laboral y social

Duración: 12 horas.

Materiales de formación a consultar:

Para desarrollar esta actividad adecuadamente, se recomienda revisar los contenidos presentados en el componente formativo: **Actividad física y hábitos de vida saludable.**

Evidencias:

- **Evidencia Ficha antropométrica de valoración de la condición física. GA2-230101507-AA3-EV01**

De acuerdo con los datos obtenidos después de realizar las pruebas físicas y antropométricas y elaborar el plan de acción a seguir de acuerdo con baremos y las recomendaciones dadas por el instructor, con el fin de mejorar la calidad de vida.

En esta actividad debe diligenciar la ficha antropométrica que contenga la siguiente información, datos personales, peso, edad, género, talla, IMC, resultados de los diferentes test de resistencia (*burppe*) test de fuerza abdominal, piernas y brazos por 1 minuto y frecuencia cardiaca antes y después de los test.

	FICHA ANTROPOMETRICA
NOMBRE	
DOCUMENTO IDENTIDAD	

PESO			
ALTURA			
ENVERGADURA			
PESO IDEAL			
FCM			
% DE GRASA			
IMC			
	RESULTADO 1	**RESULTADO 2**	**BAREMOS**
FUERZA EN PIERNAS 1´			
FUERZA DE BRAZOS 1´			
FUERZA ABDOMINAL 1´			
FUERZA LUMBAR 1´			
BURPEE TEST 1´			
TEST DE COOPER 12´			
ANALISIS PERSONAL			

1. ¿Cuáles considera que son sus capacidades físicas?
2. ¿Qué acciones considera pertinentes para mejorar su condición?
3. De acuerdo con la actividad física realizada a diario, ¿cuál es el tiempo que requiere para una recuperación adecuada?

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto para entregar:** Ficha antropométrica de valoración de la condición física.
- **Formato:** PDF.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio para el envío de la evidencia: **Evidencia Ficha antropométrica de valoración de la condición física. GA2-230101507-AA3-EV01.**

3.3.4. Actividad de aprendizaje GA2-230101507-AA4. Identificar la higiene postural y pausas activas correctas para el desempeño del área ocupacional

Duración: 12 horas.

Materiales de formación a consultar

Para desarrollar esta actividad adecuadamente, se recomienda revisar los contenidos presentados en el componente formativo **Actividad Física y hábitos de vida saludable.**

Para un buen desempeño en el puesto de trabajo es muy importante identificar los elementos que se utilizan en mi entorno para el desempeño del área ocupacional y verificar que cumplan con los estándares de calidad y ergonomía requeridos para dicha operación, ya que esto puede hacer que disminuya o aumente mi rendimiento o productividad, además de evitar enfermedades profesionales producidas por el trabajo repetitivo.

Evidencias:

- **Evidencia Folleto de lesiones más comunes en el trabajo o vida cotidiana y la importancia de las pausas activas. GA2-230101507-AA4-EV01**

En dicho folleto se debe evidenciar cuáles son esas lesiones más comunes que se van presentando por el trabajo repetitivo o en la vida cotidiana por posturas inadecuadas y cuál será la importancia de implementar las pausas activas en el puesto de trabajo o lugar de estudio, como método preventivo.

- Para dicha actividad, elabore la evidencia en la herramienta de su preferencia y envíala al instructor a través de la plataforma virtual por la siguiente ruta.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto para entregar:** Folleto de lesiones más comunes en el trabajo o vida cotidiana, y la importancia de las pausas activas.
- **Formato:** PDF.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio para el envío de la evidencia**: Folleto de lesiones más comunes en el trabajo o vida cotidiana y la importancia de las pausas activas. GA2-230101507-AA4-EV01.**

3.4 Actividades de aprendizaje de la competencia clave 240202501. Interactuar en lengua inglesa de forma oral y escrita dentro de contextos sociales y laborales según los criterios establecidos por el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas

3.4.1 Actividad de aprendizaje GA2-240202501-AA1. Reportar opiniones sobre situaciones cotidianas y laborales, pasadas y futuras en contextos sociales

Dentro del desarrollo de la competencia comunicativa en inglés, es fundamental dar opiniones y puntos de vista acerca de las situaciones a las que el aprendiz se enfrenta diariamente, tanto en su contexto social como su contexto laboral futuro, inmediato y pasado.

El aprendiz está llamado a ser observador y crítico, por esta razón es muy importante que conozca la estructura y el vocabulario apropiado para dar su opinión acerca de diferentes temáticas relacionadas directamente con su quehacer profesional en un nivel principiante.
Es importante seguir las indicaciones del instructor en cuanto a la mejor manera de apropiar el material del curso y la correlación que tiene este con el programa de formación.

Duración: 24 horas

Materiales de formación a consultar

El contenido de soporte para el desarrollo de la actividad es: ***Level* 2 - MCE A1.2.**

Evidencias:

- **Evidencia Cuestionario. GA2-240202501-AA1-EV01**

Presenta un cuestionario de acuerdo con el contenido formativo del segundo nivel ***Level* 2 - MCE A1.2.** El cuestionario consta de quince preguntas (15) y un tiempo aproximado de 30 minutos.

Lineamientos para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar**: cuestionario con preguntas de acuerdo a la información brindada en el segundo nivel.
- Para responder el cuestionario (evaluación en línea) remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio para el desarrollo de la evidencia: **Cuestionario. GA2-240202501-AA1-EV01.**

- **Evidencia Video entrevista virtual. GA2-240202501-AA1-EV02**

Con el apoyo de uno de sus compañeros y una vez apropiado el material de estudio del segundo nivel realicé un video, en el cual realicé una presentación de una entrevista de trabajo, postulándose para un empleo relacionado con su perfil profesional. Luego de ser entrevistado intercambie el rol con su compañero para ser el entrevistador.

Durante la entrevista deberá responder las siguientes preguntas:

1. *Tell us about yourself*
2. *What motivates you?*
3. *What are your hobbies?*
4. *What are your future plans if you get this job?*
5. *What are your future goals or what are your career goals?*
6. *What do you see as a major success in your life?*
7. *Why did you leave your last job?*
8. *Where do you see yourself in 5 years?*

Para realizar la grabación de la entrevista virtual puede programar un encuentro sincrónico a través de Skype, Zoom, Meet o Teams con su compañero de trabajo y realizar la grabación de la entrevista para luego guardarla.

Lineamientos para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar**: video de la entrevista virtual de trabajo. Una vez finalizada la grabación de la entrevista debe cargar el vídeo a *YouTube o Vimeo*, con su cuenta de correo personal o institucional; compruebe que no tenga restricciones de visualización para que pueda compartir el enlace de visualización.
- **Formato**: Word o PDF con los datos básicos del entrevistado, entrevistador y la URL del vídeo. Tenga en cuenta que se debe garantizar la visualización del video.

- **Extensión:** de 3 a 5 minutos.
- Para hacer el envío de la actividad debe dirigirse al área de la actividad correspondiente y acceder al espacio para el envío de la evidencia: **Entrevista virtual. GA2-240202501-AA1-EV02.**

3.4.2 Actividad de aprendizaje GA2-240202501-AA2. Expresar opiniones sobre situaciones cotidianas y laborales actuales, pasadas y futuras en contextos sociales

Dentro del desarrollo de la competencia comunicativa en inglés, es fundamental ser capaz de expresar opiniones y puntos de vista acerca de las situaciones a las que el aprendiz se enfrenta diariamente, tanto en su contexto social como en el contexto laboral.

El aprendiz está llamado a ser observador y crítico, por esta razón es muy importante que conozca la estructura y el vocabulario apropiado para dar su opinión acerca de diferentes temáticas relacionadas directamente con su quehacer profesional.

Es importante seguir las indicaciones del instructor en cuanto a la mejor manera de apropiar el material del curso y la correlación que tiene este con el programa de formación.

Duración: 24 horas

Materiales de formación a consultar:

El contenido de soporte para el desarrollo de la actividad es ***Level* 2 - MCE A1.2.**

Evidencias:

- **Crónica. GA2-240202501-AA2-EV01**

Seleccione un personaje icónico y con trayectoria importante en el mundo de acuerdo con su perfil profesional (Ej. En moda un personaje icónico es Agatha Ruiz) y busque en internet información acerca de él (ella) a partir del personaje seleccionado realice una crónica escrita con los hechos más importantes y las situaciones más relevantes en la trayectoria profesional del personaje.

Lineamientos para la entrega de la evidencia:

- **Extensión:** el documento escrito será máximo de 1 página y una extensión entre 200 y 500 palabras, con tipo de letra Arial, tamaño 12 e interlineado 1,5. Es ideal tener cuidado con las estructuras gramaticales utilizadas deben ser coherente a las temáticas estudiadas en el material de estudio.
- **Formato:** documento escrito en Word y se deberá exportar a PDF.
- Para hacer el envío del documento remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio para el envío de la evidencia: **Crónica. GA2-240202501-AA2-EV01.**

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de aprendizaje	Criterios de evaluación	Técnicas e instrumentos de evaluación
Evidencia de conocimiento: Mapa mental de los modos y medios de transporte. **GA2-210101064-AA1-EV01.** **Evidencia de conocimiento:** Cuadro comparativo de requerimientos normativos para un proceso de importación y exportación. **GA2-210101064-AA2-EV01.** **Evidencias de producto:** Informe seleccionar embalaje según tipo y características de la carga. **GA2-210101064-AA3-EV01.** **Evidencias de desempeño:** Elabora plano de estiba según características de la carga y medios de transporte. **GA2-210101064-AA4-EV01.**	• Revisa medios y modos de transporte según la normativa. • Programa equipos y personal para cargue y descargue de mercancías según tipo de carga. • Elige embalaje según la carga y necesidades. • Elabora plano de estiba según las características de la carga y medios de transporte. • Acondiciona carga según el reglamento de operaciones, plano de estiba y normativa en seguridad y salud en el trabajo.	**Lista de chequeo IE-GA2-210101064-AA1-EV01** **Lista de chequeo IE-GA2-210101064-AA2-EV01** **Lista de chequeo IE-GA2-210101064-AA3-EV01** **Lista de chequeo IE-GA2-210101064-AA4-EV01**
Evidencias de conocimiento: Infografía medios y modos de transporte. **GA2-210101064-AA5-EV01.** **Evidencia de producto:** Matriz de tiempos para la selección del medio de transporte según la ruta definida. **GA2-210101064-AA6-EV01.** **Evidencia de desempeño:** Diligenciamiento de documentos de transporte de carga. **GA2-210101064-AA7-EV01.**	• Selecciona modos y medios de transporte según las características, tipo y naturaleza de la carga. • Elabora con criterios éticos plan de ruta según modos y características de la carga. • Interpreta fichas técnicas de transporte, según ruta y modo. • Diligencia con integridad de documentos de transporte internacional según la carga y el medio.	**Lista de chequeo IE-GA2-210101064-AA5-EV01** **Lista de chequeo IE-GA2-210101064-AA6-EV01** **Lista de chequeo IE-GA2-210101064-AA7-EV01**
Evidencia de conocimiento: Informe de servicios prestados en las terminales portuarias en Colombia. **GA2-210101064-AA8-EV01.** **Evidencia de desempeño:** Informe solicitudes de facturación de servicios en sistemas informáticos en plataformas digitales. **GA2-210101064-AA9-EV01.**	• Diferencia infraestructura de terminales de carga según normativa modos de transporte. • Calcula tarifas de servicios portuario según la carga y la normativa. • Revisa liquidaciones por servicios portuarios según normativa. • Planea servicios de operación portuaria según reglamento	**Lista de chequeo IE-GA2-210101064-AA8-EV01** **Lista de chequeo IE-GA2-210101064-AA9-EV01**

Evidencia de desempeño: Video. La comunicación como expresión humana. **GA2-240201524-AA1-EV01.**	• Reconoce la importancia, naturaleza y características de la comunicación humana, según el contexto en el que se desarrolla. • Escucha con atención y concentración, asiente y pregunta al hablante-oyente para retroalimentar el proceso. • Aplica técnicas para la comunicación verbal y no verbal teniendo en cuenta características comunicativas. • Aplica técnicas para la comunicación verbal y no verbal según requerimientos establecidos. • Utiliza el lenguaje según el destinatario, el propósito, el contexto el contenido. • Identifica los diferentes tipos de textos teniendo en cuenta su intencionalidad. • Selecciona el tipo de texto de acuerdo con sus intereses y necesidades de conocimiento. • Apropia un método para leer comprensiva e interpretativamente. • Interpreta mensajes y reconstruye el discurso con sus propias palabras manteniendo el sentido. • Produce textos explicativos, instructivos, descriptivos y argumentativos según especificaciones.	**Lista de chequeo IE-GA2-240201524-AA1-EV01**
Evidencia de producto: Informe. Creación de contenidos comunicativos. **GA2-240201524-AA2-EV01.**	• Usa el léxico con precisión y propiedad en los procesos de comunicación relacionados con el área de desempeño laboral. • Utiliza íconos, símbolos, señales, planos, esquemas y flojogramas según requerimiento. • Emplea en la elaboración de textos las estructuras textuales básicas. • Emplea para la producción de textos normatividad vigente.	**Lista de chequeo IE-GA2-240201524-AA2-EV01**

	• Codifica y decodifica mensaje utilizando procesos comunicativo orales y escritos.	
Evidencia de desempeño: Foro temático identificar y establecer las técnicas de coordinación motriz. **GA2-230101507-AA1-EV01.**	• Identifica las técnicas de coordinación motriz relacionadas con su perfil ocupacional. • Selecciona técnicas que le permiten potenciar su capacidad de reacción mental y mejorar sus destrezas motoras según la naturaleza de su entorno laboral.	**Lista de chequeo IE-GA2-230101507-AA1-EV01**
Evidencia de producto: Infografía de estilos de vida saludable. **GA2-230101507-AA2-EV01.**	• Interpreta los fundamentos de Estilo de vida saludable, Higiene y Nutrición en los contextos productivo y social. • Administra un plan de Higiene Corporal dentro del contexto productivo.	**Lista de chequeo IE-GA2-230101507-AA2-EV01**
Evidencia de producto: Ficha antropométrica de valoración de la condición física. **GA2-230101507-AA3-EV01.**	• Ejecuta rutinas de ejercicio físico según las necesidades de los contextos laboral y social. • Establece pausas de acuerdo con cargas de trabajo y tiempos de actividad física para una recuperación adecuada. • Identifica los conceptos básicos de anatomía y fisiología. • Aplica los conceptos básicos de la miología humana con base en el análisis del movimiento.	**Lista de chequeo IE-GA2-230101507-AA3-EV01**
Evidencia de producto: Folleto de lesiones más comunes en el trabajo o vida cotidiana y la importancia de las pausas activas. **GA2-230101507-AA4-EV01.**	• Aplica conceptos básicos de ergonomía y pausas activas de acuerdo con la naturaleza de la función productiva. • Discrimina ejercicios específicos para la prevención de riesgos ergonómicos según su actividad laboral. • Estructura un plan de ergonomía y pausas activas según contexto labora	**Lista de chequeo IE-GA2-230101507-AA4-EV01**

Evidencia de conocimiento: Cuestionario. **GA2-240202501-AA1-EV01.** Entrevista virtual. **GA2-240202501-AA1-EV02.**	• Contesta una llamada o e-mail usando fórmulas de cortesía en el contexto laboral. • Da consejos simples de salud y seguridad.	**Cuestionario IE-GA1-240202501-AA1-EV01** **Lista de chequeo IE-GA2-240202501-AA1-EV02**
Evidencia de producto: Crónica. **GA2-240202501-AA2-EV01.**	• Contesta una llamada o e-mail usando fórmulas de cortesía en el contexto laboral. • Da consejos simples de salud y seguridad.	**Lista de chequeo IE-GA2-240202501-AA2-EV01**

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Acuerdo comercial: entendimiento bilateral, plurilateral o multilateral entre Estados, que puede ser de cooperación internacional o de integración internacional.

Actividad física: se considera actividad física cualquier movimiento corporal producido por los músculos esqueléticos que exija gasto de energía.

Administración aduanera: es el órgano de la Administración Pública competente para ejercer el control y la potestad aduanera a efectos de aplicar y velar por el 1165 de 2019 "Por el cual se dictan disposiciones relativas al régimen aduanas en la Ley 1609 de 2013." cumplimiento· de la normatividad aduanera. recaudar los tributos aduaneros, sanciones, tasas y cualquier otro que deba percibir la aduana

Almacenamiento: depósito de mercancías bajo el control de la autoridad aduanera en depósitos de carácter público o privado, habilitados por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.

Argumento: razonamiento para probar o demostrar una proposición, o para convencer de lo que se afirma o se niega.

Antropometría: estudio de las proporciones y las medidas del cuerpo humano.

Autoridad aduanera: persona de la administración aduanera que en virtud de la ley y en ejercicio de sus funciones ejerce la potestad aduanera

Autorización de embarque: acto mediante el cual la administración aduanera permite la salida del territorio aduanero nacional de las mercancías que han sido sometidas al régimen de exportación.

Arancel Externo Común (AEC): es el arancel que se aplica a terceros países, diferentes de los miembros de la CAN.

Comunicación: un primer acercamiento a la definición de comunicación puede realizarse desde su etimología. La palabra deriva del latín comunicare, que significa “compartir algo, poner en común”. Por lo tanto, la comunicación es un fenómeno inherente a la relación que los seres vivos mantienen cuando se encuentran en grupo.

Digital: perteneciente o relativo a los dedos. Dicho de un dispositivo o sistema: Que crea, presenta, transporta o almacena información mediante la combinación de bits. Que se realiza o trasmite por medios digitales.

Interpretar: explicar o declarar el sentido de algo, y principalmente el de un texto.

Lenguaje: facultad del ser humano de expresarse y comunicarse con los demás a través del sonido articulado o de otros signos. Conjunto de señales que dan a entender algo.

Léxico: enriquecimiento lexical. Que expresa contenidos o conceptos propios del léxico, por oposición a los característicos de la gramática. Vocabulario, conjunto de palabras de un idioma, o de las que pertenecen al uso de una región, a una actividad determinada, a un campo semántico dado, etc.

Main idea (Idea principal): estrategia de lectura que busca identificar la idea principal de un texto. A diferencia de “Topic”, esta estrategia pretende ampliar la comprensión encontrando qué es lo que se dice del tema (Topic). Ejm.: “The robots can help in, medicine”.

Medio de transporte: Cualquier nave, aeronave, vagón de ferrocarril o vehículo de transporte por carretera, incluidos los remolques y semirremolques, cuando están incorporados a un tractor o a otro vehículo automóvil.

Mercancía: Todos los bienes susceptibles de ser clasificados en la nomenclatura arancelaria y sujetos a control aduanero.

Motricidad fina: se refiere a las acciones que implican pequeños grupos musculares de cara, manos y pies, concretamente, a las palmas de las manos, los ojos, dedos y músculos que rodean la boca. Es la coordinación entre lo que el ojo ve y las manos tocan.

Motricidad gruesa: es aquella relativa a todas las acciones que implican grandes grupos musculares, en general, se refiere a movimientos de partes grandes del cuerpo del niño o de todo el cuerpo.

Movimiento de mercancías: Son los ingresos y salidas de mercancías que realizan las zonas francas con: Resto del mundo; Territorio aduanero nacional; Otra zona franca; Otro usuario de la misma zona franca.

Números cardinales: son los números como los conocemos para contar (one, two, three, etc.)

Números ordinales: son los números que se usan para indicar un orden, ejemplo: primero (first, second, third, etc.)

Oratoria: oratoria es una palabra que proviene del vocablo latino oratoria y que está vinculada al arte de hablar con elocuencia. El objetivo de la oratoria suele ser persuadir; por eso, se diferencia de la didáctica (que busca enseñar y transmitir conocimientos) y de la poética (intenta deleitar a través de la estética) La oratoria, por lo tanto, pretende convencer a las personas para que actúen de una cierta manera o tomen decisiones.

Preposiciones de lugar: palabras invariables (sin género ni número) que se usan para indicar o introducir el lugar de una acción o situación. Por ejemplo: “In the room”, “next to the shop”.

Preposiciones de tiempo: palabras invariables (sin género ni número) que se usan para indicar o introducir el momento de una acción. En inglés, por ejemplo, las más comunes son “in”, “on” y “at”.

Presente Continuo: tiempo verbal que se usa para indicar acciones momentáneas que suceden al momento de hablar. Su construcción requiere el uso de un verbo auxiliar “to be” y un segundo verbo (llamado verbo principal) con terminación en “-ing”. Por ejemplo: I am working at SENA now.

Presente simple (Presente Simple): tiempo verbal que se usa para indicar acciones o situaciones que suceden en el presente. Pueden ser estados permanentes o cambiantes, por ejemplo: I am Susana. I work as a doctor.

Pronombres personales: son las palabras que se usan para indicar la persona o ente que ejecuta una acción. Siempre los pronombres personales estarán seguidos de un verbo (la acción) En inglés son comunes las contracciones entre los pronombres y algunos verbos, así: “I’m” (contracción de I am) “She' s” (contracción de she is) etc.

Psicomotricidad: disciplina que, basándose en una concepción integral del sujeto, se ocupa de la interacción que se establece entre el conocimiento, la emoción, el movimiento y de su mayor validez para el desarrollo de la persona, de su corporeidad, así como de su capacidad para expresarse y relacionarse en el mundo que lo envuelve.

Secretaría Técnica del Comité: se refiere a la Secretaría Técnica del Comité de Asuntos Aduaneros, Arancelarios y de Comercio Exterior.

Reacción mental: es un concepto que se utiliza para referirse al conjunto de tensiones inducidas en una persona por las exigencias del trabajo mental que realiza (procesamiento de información del entorno a partir de los conocimientos previos, actividad de rememoración, de razonamiento y búsqueda de soluciones, etc.) Para una persona dada, la relación entre las exigencias de su trabajo y los recursos mentales de que dispone para hacer frente a tales exigencias expresa la carga de trabajo mental.

Recreación: se entiende por recreación a todas aquellas actividades y situaciones en las cuales esté puesta en marcha la diversión, como así también a través de ella la relajación y el entretenimiento. Son casi infinitas las posibilidades de recreación que existen hoy en día, especialmente porque cada persona puede descubrir y desarrollar intereses por distintas formas de recreación y divertimento.

Role play: juego de roles es una actividad que simula una situación con dos o más personajes representados por los aprendices. Cada uno recibirá las indicaciones de lo que pasa y los aprendices deberán desarrollar la situación actuando**.**

Scanning: estrategia de lectura para encontrar información específica. Al igual que ”*Skimming”* no es exhaustiva, sino que focaliza la información necesaria.

Semiótica: teoría general y ciencia que estudia los signos, sus relaciones y su significado.

Skimming: estrategia de lectura que consiste en hacer una lectura rápida para determinar el tipo de texto, su fuente y su tema. No implica una lectura exhaustiva ni detenida, y puede durar pocos segundos.

Técnica: habilidad para ejecutar cualquier cosa, o para conseguir algo.

Texto: enunciado o conjunto coherente de enunciados orales o escritos. Todo lo que se dice en el cuerpo de una obra manuscrita o impresa, a diferencia de lo que en ella va por separado; como las portadas, las notas, los índices, etc.

Tránsito aduanero: Régimen aduanero que permite el transporte terrestre o ferroviario de mercancías, bajo control aduanero, desde una aduana de partida a otra de destino, situadas en el territorio aduanero nacional.

Territorio aduanero nacional: Demarcación dentro de la cual se aplica la legislación aduanera; cubre todo el territorio nacional, incluyendo el subsuelo, el mar territorial, la zona contigua, la plataforma continental, la zona económica exclusiva, el espacio aéreo, el segmento de la órbita geoestacionaria, el espectro electromagnético y el espacio donde actúa el Estado colombiano, de conformidad con el derecho internacional o con las leyes colombianas a falta de normas internacionales.

Unidad de carga: continente utilizado para el acondicionamiento de mercancías con el objeto de posibilitar o facilitar su transporte, susceptible de ser remolcado, pero que no tenga tracción propia. Estas unidades de carga son las que se detallan a continuación: barcazas o planchones, contenedores, furgones, paletas, los remolques y semirremolques, tanques, vagones o plataformas de ferrocarril y otros elementos similares.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Definición. (2013). *Definición de oratoria*. https://definicion.de/oratoria/

Definición (2020). D*efinición de comunicación*. https://definicion.de/comunicacion/

Defontaine, J.: "Manual de reeducación psicomotriz (Tercer año)". Editorial Médica y Técnica S.A, 1981.

Figarola Irigoyen (s.f) Barcelona, España. https://www.abaenglish.com/es/fonetica-inglesa/th/

Guilman E. y G.: "Evolución psicomotriz desde el nacimiento hasta los 12 años". Editorial Médica y Técnica S.A, 1981.

HOHNKE, Olaf y Ramme –Wichmann Astrid, Salud en la Oficina. Integral Barcelona España 1991.

Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (05 de 08 de 2021). https://www.mincit.gov.co/mincomercioexterior/inicio

Mira, D. (2015). *Manual del Transporte de Mercancías* (3ra Edición ed.). Barcelona, España: Marge Book. https://www-alphaeditorialcloud-com.bdigital.sena.edu.co/reader/manual-del-transporte-de-mercancias?location=1

Biblioteca Sena:
https://www-alphaeditorialcloud-com.bdigital.sena.edu.co/reader/estiba-y-trincaje-de-mercancias-en-contenedor?location=205

Moure,O. (1999). El acento en las palabras de dos sílabas. http://www.ompersonal.com.ar/ompronounce/unit11/page1.htm

Ortega. E y Blazquez. DE.: "La actividad motriz en el niño de 3 a 6 años". Editorial cincel, 1984.

RAE (2020). *Argumento*. https://dle.rae.es/argumento?m=form

Rigal, Robert: "Motricidad humana. Fundamentos y aplicaciones pedagógicas". Editorial Pila Teleña S.A, 1987.

Systems, V. (2013). Inglés: grado superior. McGraw-Hill España. https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/ereader/senavirtual/50221?page=1

Wickstrom. Ralph. L.: "Patrones motores básicos". Alianza Deporte, 1990.

Zarco Resal, J. A.: "Desarrollo infantil y Educación Física". Ediciones Aljibe.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Anderson Silva Gómez	Experto técnico	Centro de Gestión industrial	Diciembre de 2020
	Elba Patricia Rodríguez	Experto técnico	Centro de Gestión Industrial	Diciembre de 2020
	Andrés Felipe Velandia Espitia	Diseñador instruccional	Centro de Diseño y Metrología	Febrero de 2021
	Vilma Perilla Méndez	Diseñadora instruccional	Centro de Gestión Industrial	Febrero de 2021
	Susana Yuliet Pérez Marín	Diseñadora instruccional	Centro para la Industria de la Comunicación Gráfica	Febrero de 2021
	Paula Andrea Taborda Ortiz	Diseñadora instruccional	Centro de Diseño y Metrología	Febrero de 2021
	Cristóbal Álvaro Villegas Acevedo	Instructor Cultura Física	Centro de Formación en Diseño, Confección y Moda	Octubre de 2020
	Bertha Paola Bejarano Ávila	Diseñador Instruccional	Distrito Capital – Centro para La Industria de la Comunicación Gráfica	Octubre de 2020
	Elkin Rodolfo Moreno Merchán	Experto temático	Regional Distrito Capital - Centro de Formación de Talento Humano en Salud	Febrero 2021
	Oscar Absalón Guevara	Diseñador instruccional	Centro de Gestión Industrial - Regional Bogotá	Febrero 2021
	Nelly Parra Guarín	Experto temático	Distrito Capital - Centro de Gestión Industrial	Agosto 2021
	María Inés Machado López	Diseñadora Instruccional	Regional. Distrito Capital Centro de formación Diseño y metrología	Agosto 2021
	Silvia Milena Sequeda Cárdenas	Evaluadora instruccional	Distrito Capital - Centro de Gestión Industrial	Septiembre de 2021
	Rafael Neftalí Lizcano Reyes	Asesor Pedagógico	Centro Industrial del Diseño y la Manufactura – Regional Santander	Septiembre de 2021

	Sandra Patricia Hoyos Sepúlveda	Revisión y corrección de estilo	Distrito Capital – Centro para La Industria de la Comunicación Gráfica	Septiembre de 2021

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del programa de formación:** Tecnología en desarrollo publicitario
- **Código del programa de formación:** 124100
- **Nombre del proyecto:** Desarrollo de soluciones publicitarias para las Mipymes de la región.
- **Fase del proyecto:** planeación.
- **Actividad de proyecto:** Estructurar plan de comunicación publicitaria de acuerdo con necesidades de la organización.
- **Competencias**

  - 260101053 - Definir el plan de comunicación interna de acuerdo con la cultura y estrategia corporativa.
  - 260101052 - Estructurar la campaña publicitaria de acuerdo con objetivos de comunicación y metodología de planeación.
  - 240201529 - Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos productivo y social.
  - 240202501 - Interactuar en lengua inglesa de forma oral y escrita dentro de contextos sociales y laborales según los criterios establecidos por el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas.

- **Resultados de aprendizaje a alcanzar**

  Técnicos:

  - 260101053-01 - Estructurar el manual de identidad corporativa según especificaciones de la organización.
  - 260101052-01 - Planificar campaña publicitaria con base en requerimientos de la organización.

  Claves:

  - 240202501-01 - Comprender información sobre situaciones cotidianas y laborales actuales y futuras a través de interacciones sociales de forma oral y escrita.

  Transversales:

  - 240201525-01 - Integrar elementos de la cultura emprendedora teniendo en cuenta el perfil personal y el contexto de desarrollo social.
  - 240201525-02 - Caracterizar la idea de negocio teniendo en cuenta las oportunidades y necesidades del sector productivo y social.

- 240201525-03 - Estructurar el plan de negocio de acuerdo con las características empresariales y tendencias de mercado.
- 240201525-04 - Valorar la propuesta de negocio conforme con su estructura y necesidades del sector productivo y social.

- **Duración de la guía:** Técnico: 336 horas + Claves: 48 horas + Transversales: 48 horas = 432 horas.

2. PRESENTACIÓN

La identidad de una empresa es su representación gráfica y conceptual ante sus grupos de clientes. Es importante tener claro que cliente es todo aquel que interactúa con un representante de la entidad, suministrando o recibiendo algún tipo de recurso; por ello, la identidad y la imagen de la organización, son referentes para personas internas o externas de ella. Por otro lado, la estructuración de una campaña publicitaria representa para la compañía un proceso muy importante desde el punto de vista del posicionamiento de marca.

Por todo lo anterior, estos dos resultados de aprendizaje son complementarios para el desarrollo de la formación, ya que ambos apuntan al *branding* que, desde el punto de vista comercial y promocional, es la base para el reconocimiento de la empresa.

De igual manera, el SENA en su necesidad de fortalecer en los aprendices el emprendimiento como oportunidad, afianza en ellos la cultura del emprendimiento mediante el desarrollo del pensamiento empresarial, de forma que estén en la capacidad de generar sus propias ideas para emprender y convertirse en empresarios como parte de su proyecto de vida. Aspectos que se verán reflejados a través de las actividades planteadas.

Por último, para abordar el inglés como una de las habilidades contemporáneas más importantes y de mayor impacto en el mundo laboral y social se plantean actividades generales y específicas para el desarrollo de la competencia, teniendo en cuenta el aprendizaje articulado de las cuatro (4) habilidades de la lengua (leer, escribir, hablar y escuchar) alineado al MCERL (Marco Común Europeo de Referencia para Lenguas) como estándar del nivel de conocimiento de lengua y categorización de los conocimientos en niveles de competencia en un idioma.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

En este apartado se describirán las actividades de aprendizaje para cada una de las competencias que plantea la fase de planeación del proyecto formativo: Desarrollo de soluciones publicitarias para las Mipymes de la región.

De este programa de formación, en cada una de las actividades se detallan las evidencias a entregar. La entrega de las evidencias se realizará durante las nueve (9) semanas planeadas para esta guía. En el siguiente cuadro se observa para cada una de las competencias, el momento y las evidencias a entregar según las actividades de aprendizaje asociadas a cada competencia:

Semanas / Competencia	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Semana 8	Semana 9	Semana 10	Semana 11
260101053	Foro sobre la aplicación estratégica del marco creativo. GA2-260101053-AA1-EV01.	Infografía del posicionamiento de marca de una Mipyme. GA2-260101053-AA1-EV02.	Manual de identidad corporativa. GA2-260101053-AA1-EV03.								
Horas por semana	28	28	28	28	37	38					
260101053							Plan de campaña publicitaria. GA2-260101052-AA1-EV01.				
Horas por semana							37	28	28	28	28
240201529	DOFA Personal. Identificar habilidades personales como emprendedor. GA2-240201529-AA1-EV01.	Modelo CANVAS del emprendimiento. GA2-240201529-AA2-EV01.		Modelo financiero. GA2-240201529-AA3-EV01.							
Horas por semana	12	12	12	12							
240202501								Cuestionario comprensión lectora y gramatical del nivel. GA2-240202501-AA1-EV01.	Video presentación de un personaje. GA2-240202501-AA1-EV02.		Elaboración de un folleto de las características del programa de formación. GA2-240202501-AA1-EV03.
Horas por semana								12	12	12	12
Horas total semana	**40**	**40**	**40**	**40**	**37**	**38**	**37**	**40**	**40**	**40**	**40**

3.1. Actividades de la competencia definir el plan de comunicación interna de acuerdo con la cultura y estrategia corporativa (260101053)

3.1.1. Actividad de aprendizaje GA2-260101053-AA1: Diseñar el manual de identidad corporativa con base en las características de la empresa y el mercado.

Para el desarrollo de esta actividad, recuerde tener presente el grupo de trabajo que previamente conformó, ya que se desarrollarán evidencias de manera individual y grupal, aplicando siempre los diferentes procesos que se solicitan a la Mypime elegida.

Duración: 192 horas.

Materiales de formación: para el desarrollo de esta actividad es importante la lectura y análisis del componente formativo: “Identidad corporativa”.

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforman la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia de reflexión inicial**

Dentro de la publicidad, existen diversos elementos que se deben tener en cuenta al momento de realizar análisis empresariales, tal es el caso de los manuales de identidad corporativa que agrupan aquellos aspectos que son puntuales de sus productos o servicios. Por este motivo, es necesario que reflexione sobre los siguientes interrogantes:

- ¿Qué tipo de producto genera mayor impacto en el consumidor?
- ¿Qué servicios se destacan ante la competencia?
- ¿Por qué es necesario hacer un manual de identidad corporativa dentro de una empresa?
- ¿Todas las empresas requieren la realización de un manual de identidad corporativa o simplemente pueden funcionar sin uno?

Nota: esta evidencia es necesaria dentro de los aspectos requeridos para responder los diferentes procesos planteados en esta guía de aprendizaje.

- **Evidencia GA2-260101053-AA1-EV01: Foro sobre la aplicación estratégica del marco creativo**

En publicidad, el marco creativo es muy importante, dado que a través de él se puede realizar un estudio de diseño gráfico en aspectos puntuales como el *branding* y la identidad visual de la marca, teniendo en cuenta que allí se llevan a cabo los diferentes conceptos de lo que es un diseño creativo. Por este motivo, a través de esta evidencia y de manera individual, observe atentamente el siguiente video donde se hace un estudio detallado del cambio de una marca: https://youtu.be/IDPrz-KcNwE

Una vez observado el video, realice un análisis a partir de las siguientes preguntas orientadoras:

- Para una empresa, ¿su marca es tan importante como para invertir millones en su creación?
- ¿Por qué las marcas más reconocidas del mercado hacen cambios en sus marcas o mejoran sus diseños?
- ¿Qué tan importante es la tipografía (tipo de letra) y los colores en la creación de una marca?
- Mencione alguna marca que considere tiene muy buen diseño y argumente su respuesta.

Finalmente, escriba su respuesta en el foro (que no supere los dos párrafos de cinco líneas de texto cada uno) y puede complementarla con otros recursos de su elección, si desea o si lo considera pertinente. Luego, lea los comentarios de otros compañeros y debata con ellos las intervenciones, hágalo con respeto y argumentos.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** participación en el foro.
- **Formato:** redacción de textos en el foro.
- **Extensión:** dos párrafos de cinco líneas de texto cada uno.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Foro sobre la aplicación estratégica del marco creativo. GA2-260101053-AA1-EV01.**

- **Evidencia GA2-260101053-AA1-EV02: Infografía del posicionamiento de marca de una Mipyme**

Una marca, al momento de lograr distinguirse de las demás y crear ese aspecto diferenciador, es cuando consigue su posicionamiento en el mercado, destacándose de la competencia; pero para lograrlo, debe tener en cuenta una serie de aspectos clave en sus estrategias y canales comunicativos.

Por lo anterior, para el desarrollo de esta evidencia es necesario que estudie detalladamente el componente formativo "Identidad corporativa", el cual está disponible en la plataforma virtual de aprendizaje; así, tendrá los conocimientos necesarios para realizar una infografía con un decálogo 360º de los canales de comunicación y las estrategias a utilizar para el logro de posicionamiento de marca, en conjunto, en cualquier mipyme del mercado.

Tenga en cuenta que una infografía es un elemento didáctico y de comunicación que permite comprender puntos esenciales de un tema específico, a través de gráficas y textos explicativos, los cuales visualmente son muy atractivos y comprensibles. Por este motivo, para el desarrollo de la infografía deberá tener en cuenta:

- Cree un compendio de mínimo diez puntos, en los que relacione medios y tácticas de comunicación que las empresas utilizan para lograr el posicionamiento de una marca.
- Incluya para cada punto un ejemplo de una táctica empleada por empresas reconocidas y que les significaron efectividad en el posicionamiento de la marca.
- Explique cada punto de forma sencilla para que al leer y relacionarlo con la gráfica o el ejemplo empleado sea fácil de comprender.
- Tenga en cuenta la comunicación 360º y enfocarla en el posicionamiento de marca.
- Puede utilizar cualquier programa de diseño gráfico o una de las aplicaciones disponibles para este fin. Se recomiendan estas herramientas de libre uso:
  https://www.easel.ly
  https://www.canva.com

La infografía debe ser presentada de manera individual al instructor en formato JPG y compartirla en el link de la actividad que está disponible en la plataforma virtual de aprendizaje. Tenga en cuenta que debe estar debidamente acreditada con su nombre.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** un documento con la infografía.
- **Formato:** documento JPG.
- **Extensión:** libre.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Infografía del posicionamiento de marca de una Mipyme. GA2-260101053-AA1-EV02.**

- **Evidencia GA2-260101053-AA1-EV03: Manual de identidad corporativa**

El manual de identidad corporativa representa un alto nivel de importancia para una compañía en desarrollo y uno de los errores más comunes de las empresas nacientes, es no unificar la identidad corporativa ni exigir el manejo de la marca de forma adecuada; es decir, seguir reglas estrictas en el uso de sus elementos: la tipografía, los colores, la composición y el tamaño.

Esta evidencia debe ser realizada en los grupos de trabajo que vienen trabajando desde el inicio del proceso con la mipyme seleccionada y teniendo en cuenta lo descrito en el componente formativo “Identidad corporativa”.

Para este punto los integrantes del grupo, en acuerdo con el empresario y con la asesoría del instructor, deben definir a qué van a realizarle el manual de identidad corporativa, de acuerdo a las necesidades y el manejo que le esté dando la empresa a la imagen de los productos o servicios; lo recomendable es el desarrollo de marca para uno de estos.

La actividad se divide en dos partes:

1. Realice un análisis muy detallado de los elementos de la empresa, necesarios para la construcción de la identidad corporativa (parte de esta información ya está consolidada en el *brief* realizado en la guía de aprendizaje anterior). En este punto se deben aplicar, además de los conocimientos de esta guía, los de la guía anterior:

    - Políticas de la empresa. A todo nivel: producción, comercialización, servicio al cliente, talento humano, etc.
    - Cultura empresarial.
    - Filosofía de la empresa (por lo general está incluida en las políticas, pero en este punto se establece aquella que marca el rumbo de la empresa; por ejemplo, ser ambientalmente responsables).
    - Misión.
    - Visión.
    - Objetivos empresariales.
    - Estrategias empresariales.
    - Estrategias de mercadeo (*marketing* mix).
    - Análisis de las respuestas a los planteamientos en la actividad de reflexión de esta guía de aprendizaje.
    - Mercado objetivo (aplicar todos los elementos de la segmentación de mercados descrita en las evidencias de la guía de aprendizaje 1).

2. Presentar el manual de identidad corporativa, que contenga:

    - Carátula.
    - Créditos.
    - Filosofía de marca.
    - Diseño gráfico de la marca.
    - Justificación de la simbología.
    - Justificación del color.
    - Paleta de colores (RGB, CMYK y hexadecimal).
    - Justificación de la tipografía.
    - Fuentes utilizadas (abecedarios y números).
    - Área de protección.
    - Retícula.
    - Medidas (mm y cm).
    - Variaciones.
    - Usos no permitidos o alteraciones.

- Modelo de papelería (factura o cuenta de cobro).
- Aplicaciones básicas (tarjeta de presentación, membrete, sobre, carpeta, plantilla para presentaciones).
- *Key visual* con aplicación de marca.
- Realizar una presentación de la marca que impacte al cliente (video, animación o diapositivas).

Dentro del manual de identidad corporativa deben recopilarse todos los datos solicitados y, a través de un archivo en formato PDF, compartirlo con el instructor por medio de la plataforma virtual de aprendizaje para su respectiva evaluación.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** un documento con el manual de identidad corporativa.
- **Formato:** documento PDF.
- **Extensión:** libre.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Manual de identidad corporativa. GA2-260101053-AA1-EV03.**

3.2. Actividades de la competencia estructurar la campaña publicitaria de acuerdo con objetivos de comunicación y metodología de planeación (260101052)

3.2.1. Actividad de aprendizaje GA2-260101052-AA1: Desarrollar el plan de campaña de posicionamiento, teniendo en cuenta el manual de identidad corporativa.

Para esta actividad se continúa el proceso que se viene llevando a cabo con la Mypime, a través de los grupos de trabajo. Ahora es momento de estructurar la campaña publicitaria.

Duración: 144 horas.

Materiales de formación: para el desarrollo de esta actividad es importante la lectura y análisis del componente formativo: “Estructura de la campaña publicitaria”.

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforma la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA2-260101052-AA1-EV01: Plan de campaña publicitaria**

Un plan de campaña es una estrategia que enruta cómo planea anunciarse la empresa. Es donde se engloba todo lo que debe hacerse en ella para llegar a un público objetivo que se convierte en clientes potenciales, que conocen la compañía a través de los medios de comunicación.

Partiendo de lo anterior, para el desarrollo de esta evidencia, el grupo de trabajo junto con la mipyme seleccionada, debe tener muy claro el objetivo que buscan alcanzar con el desarrollo de las estrategias de comunicación o priorizar aquellos que se deben alcanzar a corto o mediano plazo, para realizar el planteamiento en la campaña, deben tener en cuenta los siguientes puntos:

- El desarrollo de esta actividad se realiza en los grupos de trabajo creados para llevar a cabo el proyecto productivo.
- Consultar el componente formativo “Estructura de la campaña publicitaria”, el cual está disponible en la plataforma virtual de aprendizaje.
- El plan de campaña debe estar conectado con el manual corporativo creado en la actividad 3 de esta guía de aprendizaje y desarrollarse para el mismo producto o servicio para el que se realizó la marca.
- Realizar un documento con el plan de campaña, este debe contener:
  - *Brief* táctico (crear uno nuevo para cada producto seleccionado si es necesario).
  - Descripción detallada del producto o servicio.
  - Presentaciones o variaciones del producto (línea de productos).
  - Mercado objetivo, aplicando la caracterización demográfica y psicográfica.
  - Personalidad de marca.
  - Objetivos de comunicación (enfocados en el mensaje).
  - Objetivos de medios (cuantitativos).
- Planear la presentación de campaña.
- Realizar presentación del plan de campaña a través de un video de máximo 2 minutos.
- Crear un documento con el plan de campaña para entregar al empresario y al instructor.

Deben tener presente que, al finalizar el plan de campaña, como productos se deben entregar al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje, tanto el video como un documento PDF con el desarrollo de todo el plan.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia

- **Producto a entregar:** un documento y un video con el plan de campaña.
- **Formato:** documento PDF y archivo AVI, WMV, MOV, MP4 o el de su preferencia para el video.
- **Extensión:** libre.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Plan de campaña publicitaria. GA2-260101052-AA1-EV01.**

3.3. Actividades de la competencia gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos productivo y social (240201529)

3.3.1. Actividad de aprendizaje GA2-240201529-AA1: Reconocer capacidades personales para convertirse en emprendedor, como parte de su proyecto de vida en términos de desarrollo humano y económico.

Duración: 12 horas.

Materiales de formación: para el desarrollo de esta actividad es importante la lectura y análisis del componente formativo: “Ser emprendedor”.

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforma la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA2-240201529-AA1-EV01: DOFA Personal. Identificar habilidades personales como emprendedor**

Para el desarrollo de esta evidencia usted debe realizar el análisis de su DOFA personal, la matriz le permitirá identificar claramente sus características y habilidades personales como emprendedor, para lo cual se requiere, un auto análisis mediante los siguientes pasos:

1. Definir claramente sus condiciones internas como emprendedor.

   D – Debilidades. Identificar las carencias internas que tiene como emprendedor.
   F – Fortalezas. Reconocer las fortalezas que usted tiene como emprendedor.

   Para este análisis cuestione e identifique sus debilidades y fortalezas en aspectos como: educación, habilidades de liderazgo, experiencia previa en proyectos de emprendimiento, recursos financieros con los que cuenta el emprendedor, experiencia en ventas, conocimiento del producto o servicio a ofrecer, etc.

2. Definir claramente sus condiciones externas como emprendedor.

   A – Amenazas. Identifique los aspectos en los cuales la competencia y el entorno pueden afectar su emprendimiento.
   O – Oportunidades. Reconozca las ventajas que su emprendimiento tiene frente a sus competidores y ante el entorno.

   Para ello puede analizar aspectos como la estabilidad del proyecto de emprendimiento, desconocimiento de leyes, aspectos tributarios, financieros, entre otros.

3. Una vez haya identificado los aspectos mencionados anteriormente, diligencie la plantilla de la matriz que encuentra en el material complementario, luego analice y describa cómo los aspectos identificados le ayudarán a impulsar su emprendimiento y qué estrategia le ayudaría a minimizar las amenazas del entorno.

4. Para el desarrollo de la actividad tenga en cuenta el componente formativo “Ser emprendedor” y recuerde hacer un adecuado uso de las normas de redacción y ortografía para la presentación de la evidencia.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** matriz DOFA.
- **Formato:** PDF.
- **Extensión:** 2 páginas máximo (matriz y análisis).
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **DOFA Personal. Identificar habilidades personales como emprendedor. GA2-240201529-AA1-EV01.**

3.3.2. Actividad de aprendizaje GA2-240201529-AA2: Definir el modelo de negocio a desarrollar en el emprendimiento, según las oportunidades de mercado.

Duración: 24 horas.

Materiales de formación: para el desarrollo de esta actividad es importante la lectura y análisis de los componentes formativos: “Análisis de oportunidades para emprender” y “Entendiendo la empresa”.

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforma la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA2-240201529-AA2-EV01: Modelo Canvas del emprendimiento**

En esta evidencia el equipo de trabajo con que viene trabajando en la mipyme desarrollará y analizará la matriz Canvas, la cual le permitirá identificar de una manera más clara las características de su emprendimiento. El modelo como herramienta para definir y crear un modelo de negocio innovador se simplifica en cuatro áreas: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica.

Para identificar estos cuatro aspectos desarrolle en la matriz Canvas los nueve elementos que este modelo propone, a saber:

1. Segmentos de mercado: establecer la oferta para cada segmento a desarrollar, los diferentes canales que se van a utilizar y las formas de relacionamiento que se va a tener con cada segmento.

2. Propuesta de valor: describir el conjunto de productos y servicios que crean valor para el segmento específico; a través de la mezcla de elementos cualitativos y cuantitativos, se resuelve un problema o se satisface una necesidad, de forma que logra diferenciarse en el mercado.

3. Canal: describir cómo la compañía interactúa con el segmento de clientes para entregar la propuesta de valor, define los canales de distribución y ventas, cómo el cliente prefiere encontrar el producto o servicio, cómo se pueden integrar canales, cuáles son los mejores y los más eficientes.

4. Relación con el cliente: describir el tipo de relaciones que se establecen con el segmento, si son personalizadas o sistematizadas, dependen del objetivo de las relaciones, la adquisición o retención de clientes o el aumento en las ventas, si se requiere asistencia personalizada, asistencia consultiva, si es autoservicio, entre otros.

5. Fuentes de ingreso: diferenciar cómo se generan las fuentes de recursos por segmentos de clientes, cuánto está dispuesto a pagar el cliente por el bien ofrecido, identificar si los ingresos serán únicos o recurrentes, etc.

6. Recursos clave: identificar los activos requeridos en el emprendimiento clave para el desarrollo del negocio, ya sea físicos, intelectuales, humanos, financieros.

7. Actividades clave: exponer lo que debe hacer una compañía para entregar la propuesta de valor, hacer efectivos los canales de distribución, desarrollar las relaciones con clientes y generar recursos, procesos de diseño y comercialización o producción.

8. Socios clave: determinar la red de proveedores, socios y aliados, alianzas estratégicas con competidores y no competidores, *joint ventures*, compradores, proveedores.

9. Estructura de costos: discriminar los costos y gastos en los que se incurre para operar, costos fijos y variables, gastos fijos y variables.

Tenga en cuenta para el desarrollo de esta actividad los componentes formativos “Análisis de oportunidades para emprender” y “Entendiendo la empresa”. Utilice la plantilla de la matriz que encuentra en los anexos de esta guía de aprendizaje.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** Modelo Canvas del emprendimiento.
- **Formato:** PDF.
- **Extensión:** libre.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Modelo Canvas del emprendimiento. GA2-240201529-AA2-EV01.**

3.3.3. Actividad de aprendizaje GA2-240201529-AA3: Establecer el modelo financiero y proyectar la viabilidad del emprendimiento.

Duración: 12 horas.

Materiales de formación: para el desarrollo de esta actividad es importante la lectura y análisis del componente formativo: “Fundamentos financieros para emprender”.

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforma la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA2-240201529-AA3-EV01: Modelo financiero**

Como parte final y decisiva para el análisis del emprendimiento, el equipo desarrollará la evidencia mediante los siguientes pasos:

1. Construya el presupuesto de ventas, en el cual identifique precios de venta unitarios, la cantidad de unidades vendidas, los costos fijos y variables. Así mismo, defina el margen de contribución por producto y la venta total.

2. Elabore el presupuesto de personal, plantee la cantidad de personal que lo apoyará en el emprendimiento, los salarios devengados de forma individual, el cálculo de las prestaciones sociales por cada colaborador y una consolidación general.

3. Estime los activos fijos necesarios para la puesta en marcha del emprendimiento.

4. Defina el capital inicial que usted como emprendedor requiere para el inicio de actividades, si este capital se obtiene por capital propio o de inversionistas externos, fuentes de financiamiento, subsidios, entre otros.

5. Con la información recolectada en los puntos anteriores proceda a elaborar los diferentes estados financieros como lo son: el flujo de caja y el balance inicial del emprendimiento.

Recuerde revisar los contenidos propuestos en el componente formativo “Fundamentos financieros para emprender”.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** estados financieros.
- **Formato:** Excel.
- **Extensión:** libre.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Modelo financiero. GA2-240201529-AA3-EV01.**

3.4. Actividades 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 las Lenguas. (240202501)

3.4.1. Actividad de aprendizaje GA2-240202501-AA1: Identificar situaciones cotidianas y futuras a través de una interacción social oral y escrita.

El aprendizaje de una segunda lengua se facilita cuando se comienza a estudiar desde temas conocidos como son las situaciones de la cotidianidad abordándolas desde el momento actual. Para comenzar a interactuar tanto de forma oral como escrita acerca de las actividades de la vida diaria, se requiere comprender información personal y familiar haciendo uso de la estructura, el vocabulario y contextos requeridos.

Es importante seguir las indicaciones del instructor en cuanto a la mejor manera de apropiar el material del curso y la correlación que tiene este con el programa de formación.

Duración: 48 horas.

Materiales de formación: para el desarrollo de esta actividad es importante la lectura y análisis del componente formativo: “LEVEL 1 - MCER A1.1”.

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforma la actividad de aprendizaje:

- **GA2-240202501-AA1-EV01. Cuestionario comprensión lectora y gramatical del nivel**

Presente un cuestionario (evaluación en línea) para evaluar comprensión lectora y gramatical del nivel, el cual consta de quince preguntas (15) y un tiempo aproximado de 45 minutos.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** cuestionario con preguntas de acuerdo a los temas relacionados del primer nivel “LEVEL 1 - MCER A1.1”.

- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Cuestionario comprensión lectora y gramatical del nivel. GA2-240202501-AA1-EV01.**

- **GA2-240202501-AA1-EV02. Video presentación de un personaje**

De acuerdo con la temática estudiada en el primer nivel escoja un miembro de su familia o un amigo para presentarlo por medio de un video corto activando su cámara web en inglés, con el fin de identificar de forma oral las características personales sobre edad, nacionalidad, lugar de residencia, *hobbies* y alguna información relevante sobre las actividades cotidianas que realiza.

Para la elaboración del video con la cámara web, tenga en cuenta el desarrollo de un guion o estructura a través de una herramienta como PowerPoint, Emaze, Prezi, en la que se dispongan algunas diapositivas con imágenes y textos para dar cuenta de la presentación del personaje.

Diapositivas: durante el desarrollo de la presentación oral es ideal que presente entre 3 y 5 diapositivas, donde se incluyan los siguientes elementos:

- Diapositiva de portada (datos básicos del aprendiz, nombre del curso, instructor y nombre de la actividad).
- Diapositivas de datos del personaje seleccionado (nombre completo, edad, fecha de cumpleaños, ocupación, actividades de tiempo libre), acompañado de imágenes, frases, textos cortos y elementos gráficos que le permitan hablar durante la presentación.

Estructura del video con cámara web: cuando grabe el video, tenga en cuenta que las fotos, imágenes y textos que use en las diapositivas deben ser un apoyo visual para denotar buena pronunciación y su aprendizaje inicial sobre las temáticas del primer nivel.

Para la realización de la emisión del video deberá encender su cámara web, mostrar la pantalla con las diapositivas creadas. La recomendación es utilizar alguna herramienta digital que permite grabar el video y pantalla como: Screencast-o-Matic, Loom, Camtasia, recordscreen.io, scrnrcrd.com e incluso existen aplicaciones como X Recorder para que pueda realizarlo desde su teléfono móvil. Lo importante es mostrar las diapositivas, su cámara web e ir realizando su presentación de forma oral.

Una vez finalizado el video debe cargarlo a YouTube o Vimeo, con su cuenta de correo personal o institucional; compruebe que no tenga restricciones de visualización para que pueda compartir el enlace de visualización.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** documento con los datos del aprendiz y enlace del video.
- **Formato:** Word o PDF con la URL del video.
- **Extensión:** 2 a 5 minutos.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Video presentación de un personaje. GA2-240202501-AA1-EV02.**

- **GA2-240202501-AA1-EV03. Elaboración de un folleto de las características del programa de formación**

A partir de los datos, conceptos e investigación obtenida de su programa de formación deberá realizar un folleto en inglés con la información y características de este.

Para realizar el folleto puede utilizar alguna herramienta digital como Canvas, Crello, Word, PowerPoint o cualquier otra que conozca y le permita trabajar de forma creativa.

Estructura: datos personales del aprendiz, mensaje inicial, información básica del programa, expectativas e intereses que se vinculen a su interés particular por estudiar el programa de formación.

Describa de manera sencilla y clara utilizando frases, vocabulario e imágenes relacionadas con temas de interés y características de su programa de formación.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** folleto. Haga uso de las normas gramaticales y redacción utilizando el idioma inglés, además, aplique las normas APA para las referencias y citación de información obtenida de diferentes recursos digitales.
- **Extensión:** folleto tríptico entre 70 y 150 palabras.
- **Formato:** el folleto deberá exportarlo a PDF.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Elaboración de un folleto de las características del programa de formación. GA2-240202501-AA1-EV03.**

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencia de conocimiento: Foro sobre la aplicación estratégica del marco creativo. GA2-260101053-AA1-EV01.	Apropia los componentes de la identidad corporativa según requerimientos de la organización.	**Lista de chequeo:** IE-GA2-260101053-AA1-EV01.
Evidencia de conocimiento: Infografía del posicionamiento de marca de una Mipyme. GA2-260101053-AA1-EV02.	• Ajusta estrategias de comunicación según políticas de la organización. • Selecciona canales de comunicación teniendo en cuenta el segmento de mercado.	**Lista de chequeo:** IE-GA2-260101053-AA1-EV02.

Evidencia de producto: Manual de identidad corporativa. GA2-260101053-AA1-EV03.	• Apropia los componentes de la identidad corporativa según requerimientos de la organización. • Elabora propuesta teniendo en cuenta principios y componentes de la identidad corporativa. • Sustenta propuesta de identidad corporativa teniendo en cuenta las exigencias de la organización.	**Lista de chequeo:** IE-GA2-260101053-AA1-EV03.
Evidencia de desempeño: Plan de campaña publicitaria. GA2-260101052-AA1-EV01.	• Elabora el plan de campaña teniendo en cuenta técnicas de segmentación, planeación y estrategias de comunicación. • Selecciona estrategias de comunicación de campaña publicitaria de acuerdo con los objetivos formulados. • Formula objetivos de campaña de acuerdo con metodología de planeación y estrategia de comunicación. • Presenta concepto creativo de acuerdo con el *brief* y la técnica creativa. • Determina el tipo de campaña publicitaria, teniendo en cuenta los objetivos formulados.	**Lista de chequeo:** IE-GA2-260101052-AA1-EV01.
Evidencia de conocimiento: DOFA Personal. Identificar habilidades personales como emprendedor. GA2-240201529-AA1-EV01.	Plantea ideas de negocio a partir de oportunidades y necesidades del mercado conforme con el análisis sectorial.	**Lista de chequeo** IE-GA2-240201529-AA1-EV01.
Evidencia de desempeño: Modelo Canvas del emprendimiento. GA2-240201529-AA2-EV01.	• 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.	**Lista de chequeo** IE-GA2-240201529-AA2-EV01.

Evidencia de producto: Modelo financiero. GA2-240201529-AA3-EV01.	Determina el impacto del plan de negocio conforme con las atribuciones y dinámicas del sector productivo.	**Lista de chequeo** IE-GA2-240201529-AA3-EV01.
Evidencia de conocimiento: Cuestionario comprensión lectora y gramatical del nivel. GA2-240202501-AA1-EV01.	• 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.	**Cuestionario:** IE-GA2-240202501-AA1-EV01.
Evidencia de desempeño: Video presentación de un personaje. GA2-240202501-AA1-EV02.		**Lista de chequeo:** IE-GA2-240202501-AA1-EV02.
Evidencia de producto: Elaboración de un folleto de las características del programa de formación. GA2-240202501-AA1-EV03.		**Lista de chequeo:** IE-GA2-240202501-AA1-EV03.

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Administración: proceso de diseñar y mantener un ambiente en el cual las personas, trabajando en grupo, alcanzan con eficiencia las metas establecidas.

Análisis financiero: conjunto de principios, técnicas y procedimientos que se utiliza para transformar la información reflejada en los estados financieros e información procesada, utilizable para la toma de decisiones económicas, tales como nuevas inversiones y fusiones de empresas.

***Briefing*:** *"marketing.* Conjunto de datos sobre la empresa, sus objetivos, su estrategia; que sirven de base al consultor o diseñador para plantear la comunicación corporativa. Término inglés que engloba a las instrucciones que el cliente da a su proveedor para que de acuerdo con ellas desarrolle la campaña de Marketing Directo desde la idea global hasta el envío del *mailing*" (Reimers Design, s.f.).

Capital: suma de todos los recursos aportados por los propietarios, socios o accionistas (bienes y valores), para la constitución y puesta en marcha de una empresa.

Carátula: "*diseño editorial.* Tapa o cara principal de una publicación. La funda de un disco o la cubierta de un libro. Interior: reverso o cara posterior de la tapa o carátula" (Reimers Design, s.f.).

Color: “característica propia o adquirida de una superficie, mediante la cual, al incidir los rayos de luz blanca sobre ella, adquiere esta una apariencia visual determinada” (Reimers Design, s.f.).

Competitividad: capacidad de la sociedad para hacerle frente al desafío de la economía global y al proceso de internacionalización, creando ventajas competitivas sostenibles y al mismo tiempo incrementar sus niveles de bienestar. Capacidad de competir eficientemente en los mercados incrementando a la vez los ingresos reales.

Comunicación: “es hacer común un significado a una comunidad, con el fin de que toda ella pueda comulgar en la comprensión del mismo. Proceso por el cual una fuente emisora influye sobre un sistema receptor a través de la manipulación de signos (creatividad, combinatoria, codificación), configurando mensajes y circulando estos por medio de determinados canales físicos” (Reimers Design, s.f.).

Demanda: cantidad máxima de un bien o servicio que un individuo o grupo de ellos está dispuesto a adquirir a un determinado precio, por unidad de tiempo.

Encuesta: aplicación de un cuestionario en una investigación de mercados, con el fin de obtener diferentes tipos de información.

Emprendimiento: la palabra viene del francés *entrepreneur* (pionero), se refiere a la capacidad de hacer un esfuerzo adicional para alcanzar una meta siendo utilizada para identificar a quien comienza una empresa, término que fue ligado a empresarios innovadores o aquellos individuos que con su actividad generan inestabilidad en los mercados; actitud orientada a identificar y tomar oportunidades, siendo un instrumento de cambio cultural para crear y agregar valor.

Eslogan (*slogan*): “término de origen inglés utilizado para recordar una marca o un producto, por medio de una frase de fácil memorización, en los mensajes publicitarios” (Reimers Design, s.f.).

Estado de situación financiera: se trata de un documento que muestra el valor y la naturaleza de los recursos económicos de una empresa, así como los intereses de los acreedores y la participación de los dueños en una fecha determinada.

Estrategia: programas generales de acción y despliegue de recursos para alcanzar los objetivos establecidos de tal forma que definan lo que es o debe ser el negocio de la compañía; forma concreta y específica de solucionar la situación, problema o necesidad del grupo con el cual está trabajándose.

Identidad corporativa: “el conjunto de características específicas y personales de una entidad, las cuales crean una forma perceptible y memorizable de sí misma y la diferencian de las demás entidades” (Reimers Design, s.f.).

Impuestos: pagos obligatorios de dinero que exige el Estado a los individuos y empresas que no están sujetos a una contraprestación directa, con el fin de financiar los pagos propios de la administración del estado y la provisión de bienes y servicios de carácter público, tales como la administración de la justicia, gastos de defensa, subsidios, entre otros.

Logotipo: “diseño en el cual las letras componentes del escrito encuentran uniones especiales o formas particulares más características. Marca en la cual la palabra funciona como imagen (Veraldi- Scherman, 2004)” (Reimers Design, s.f.).

***Main* idea (idea principal):** estrategia de lectura que busca identificar la idea principal de un texto. A diferencia de “topic”, esta estrategia pretende ampliar la comprensión encontrando qué es lo que se dice del tema (topic). Ej.: “The robots can help in, medicine”.

Manual de identidad corporativa: “conjunto de normas que regulan el uso y aplicación de la identidad corporativa en el plano del diseño” (Reimers Design, s.f.).

Marca: identificación de un producto o servicio, mediante la forma del nombre. Símbolo, diseño o combinación de estos para diferenciarlo de la competencia.

Modelo económico: construcción teórica que empleando las matemáticas intenta representar lo esencial de las relaciones económicas del mundo real, constituyendo una abstracción simplificada de la realidad.

Necesidad en *marketing*: manifestación del comprador real o potencial que da a entender o expresa un deseo o preocupación que el vendedor puede satisfacer, sensación de falta de algo y que se desea llevar.

Números cardinales: son los números como los conocemos para contar (*one, two, three*, etc.).

Números ordinales: son los números que se usan para indicar un orden, Ej.: primero (*first, second, third*, etc.).

Preposiciones de lugar: palabras invariables (sin género ni número) que se usan para indicar o introducir el lugar de una acción o situación. Por ejemplo: “*In the room”, “Next to the shop*”.

Preposiciones de tiempo: palabras invariables (sin género ni número) que se usan para indicar o introducir el momento de una acción. En inglés, por ejemplo, las más comunes son *“in”, “on”* y *“at”.*

Presente continuo: tiempo verbal que se usa para indicar acciones momentáneas que suceden al momento de hablar. Su construcción requiere el uso de un verbo auxiliar “*to be*” y un segundo verbo (llamado verbo principal) con terminación en “*-ing*”. Por ejemplo: *I am working at SENA now*.

Presente simple (presente simple): tiempo verbal que se usa para indicar acciones o situaciones que suceden en el presente. Pueden ser estados permanentes o cambiantes, por ejemplo: *I am Susana. I work as a doctor.*

Producción: toda actividad del hombre que, a través de un proceso de transformación de insumos, materias primas y recursos naturales, obtiene bienes y servicios que sirven para satisfacer las necesidades humanas.

Pronombres personales: son las palabras que se usan para indicar la persona o ente que ejecuta una acción. Siempre los pronombres personales estarán seguidos de un verbo (la acción). En inglés son comunes las contracciones entre los pronombres y algunos verbos, así: *“I’m”* (contracción de *I am*), *“She’s”* (contracción de *she is*), etc.

Publicidad: "proceso y acción de comunicación que se difunde a través de los medios de comunicación colectivos, siendo el término genérico de anuncio su contenido específico. La publicidad pretende dar a conocer un producto, una idea, un servicio, una imagen, sobre el público consumidor, para influir en su compra y aceptación" (Reimers Design, s.f.).

***Role play*:** juego de roles es una actividad que simula una situación con dos o más personajes representados por los aprendices. Cada uno recibirá las indicaciones de lo que pasa y los aprendices deberán desarrollar la situación actuando**.**

Scanning: estrategia de lectura para encontrar información específica. Al igual que "*Skimming*" no es exhaustiva, sino que focaliza la información necesaria.

Segmentación de mercado: separación del mercado de un artículo en las categorías de localización, personalidad u otras características para cada división.

Semiótica: teoría general y ciencia que estudia los signos, sus relaciones y su significado.

Símbolo: "en la identidad visual, el símbolo es un grafismo distintivo que posee tres clases de funciones: simbólica, identificadora y estética. Se llama símbolo porque: "es un signo convencional, que está en el lugar de otra cosa no presente, a la cual representa". Esta "cosa no presente" es el propio grupo y cada una de las entidades que lo integran" (Reimers Design, s.f.).

***Skimming*:** estrategia de lectura que consiste en hacer una lectura rápida para determinar el tipo de texto, su fuente y su tema. No implica una lectura exhaustiva ni detenida, y puede durar pocos segundos.

Tipografía: "representación gráfica del lenguaje. Disciplina que rige el diseño de caracteres unificados por propiedades visuales uniformes. Estudia las diferentes categorías de letras, las familias, los recursos, su legibilidad" (Reimers Design, s.f.).

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

ABA English. (s.f.). *Cómo se pronuncia th en inglés*. https://www.abaenglish.com/es/fonetica-inglesa/th/

Acosta, G., Pérez, J., Rodríguez, M., y Valenzuela, M. (2017). *Cartilla emprendimiento*. Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA).

Cravens, D. y Piercy, N. (2007). *Marketing estratégico*. McGraw-Hill Interamericana.

Davara, A. M. (1992). *Estrategias de comunicación en marketing*. Edit. Dossat S.A.

Escobar, H., y Cuartas, V. (s.f.). *Diccionario económico financiero*. Puntos Suspensivos.

García, M. (2011). *Las claves de la publicidad*. Esic Editorial.

García, E., Lalueza, F., y Estanyol, E. (2016). *¿Cómo elaborar un plan de comunicación corporativa?* Editorial UOC.

Gutiérrez, C. (2010). *Creatividad publicitaria eficaz*. Studio Divine Egg.

Hernández, R. F. (2010). *Metodología de la Investigación*. McGraw-Hill.

Hill, C. W., y Jones, G. R. (1996). *Administración estratégica*. McGraw-Hill.

Kotler, P., y Keller, K. (20112). *Dirección de marketing*. Pearson Prentice Hall.

Koontz, H. O. (2008). *Administración una perspectiva global*. McGraw-Hill.

Labarta, F. (2014). *Guía para crear mensajes y contenidos*. Almuzara.

Lambin, J. J. (2005). *Marketing estratégico*. McGraw-Hill.

Lambin, G., y Sicurello, C. (2008). *Dirección de marketing, gestión estratégica y operativa de mercado*. McGraw-Hill.

Marco Creativo. (30 de enero de 2019). *El nuevo logo…* [Video]. YouTube. https://cutt.ly/OyDlMsf

Medina, A. (2015). *Introducción a la publicidad.* Pirámide**.**

Moure, O. (1999). *El acento en las palabras de dos sílabas*. http://www.ompersonal.com.ar/ompronounce/unit11/page1.htm

Parmerlee, D. (2002). *Cómo preparar un plan de marketing*. Ediciones Gestión 2000 S.A.

Reimers Design. (s.f.). *Pequeño diccionario del diseñador.* https://cutt.ly/VyDzeWh

Sabbagh, A. (2012). *Método de la innovación creativa.* Granica.

Systems, V. (2013). *Inglés: grado superior*. McGraw-Hill. https://login.bdigital.sena.edu.co/login?url=https://elibro.net/es/ereader/senavirtual/50221?page=1

Valencia, H. (2007) *Diccionario de marketing.* 3R Editores.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha

Autor (es)	Manuel Arias López	Instructor Experto temático	Regional Quindío - Centro de Comercio y Turismo	Mayo de 2020
	Julieth Paola Vital López	Evaluadora Instruccional	Regional Distrito Capital - Centro para la Industria de la Comunicación Gráfica	Mayo de 2020
	Elkin Rodolfo Moreno Merchán	Experto temático	Regional Distrito Capital - Centro de Formación de Talento Humano en Salud	Febrero 2021
	Oscar Absalón Guevara	Diseñador instruccional	Regional Distrito Capital - Centro de Gestión Industrial	Febrero 2021
	Vilma Perilla Méndez	Diseñadora Instruccional	Regional Distrito Capital - Centro de Gestión Industrial	Marzo de 2021
	Andrés Felipe Velandia Espitia	Diseñador Instruccional	Regional Distrito Capital - Centro de Diseño y Metrología	Mayo de 2021
	Rafael Neftalí Lizcano Reyes	Asesor Pedagógico	Regional Santander - Centro Industrial del Diseño y la Manufactura	Mayo de 2021
	José Gabriel Ortiz Abella	Corrector de estilo	Regional Distrito Capital - Centro para la Industria de la Comunicación Gráfica.	Junio del 2021

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

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

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del programa de formación:** Tecnología en desarrollo publicitario.
- **Código del programa de formación:** 124100.
- **Nombre del proyecto:** Desarrollo de soluciones publicitarias para las mipymes de la región.
- **Fase del proyecto:** planeación.
- **Actividad de proyecto:** Estructurar plan de comunicación publicitaria de acuerdo con necesidades de la organización.
- **Competencias:**
  - 291301077 - Elaborar piezas gráficas de acuerdo con los requerimientos del cliente y principios del diseño gráfico.
  - 260101053 - Definir el plan de comunicación interna de acuerdo con la cultura y estrategia corporativa.
  - 240202501 - Interactuar en lengua inglesa de forma oral y escrita dentro de contextos sociales y laborales según los criterios establecidos por el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas.
- **Resultados de aprendizaje a alcanzar:**

  Técnicos:

  - 291301077-01 - Establecer el concepto creativo de la campaña teniendo en cuenta el brief.
  - 260101053-02 - Establecer el plan de acción de endomarketing de acuerdo con la identidad corporativa.
  - 260101053-03 - Establecer el plan de comunicación integral de acuerdo con el comportamiento del consumidor.

  Claves:

  - 240202501-02 - Intercambiar opiniones sobre situaciones cotidianas y laborales actuales, pasadas y futuras en contextos sociales orales y escritos.
- **Duración de la guía:** Técnico: 336 horas + Claves: 96 horas = 432 horas.

2. PRESENTACIÓN

Según El Heraldo (2018):

> Los seres humanos somos por naturaleza sociales. Necesitamos de la comunicación para lograr lo que queremos en el plano personal, emocional, profesional o corporativo.
> La comunicación es la estructura que soporta no solo nuestra relación con otras personas, sino también las de una empresa u organización" en su interior y hacia todos sus stakeholders, dice Angélica Baquero, consultora de desarrollo de Amrop Top Management, agregando que cuando la comunicación se gestiona adecuadamente, mejora la competitividad y permite que el cambio sea una constante. (párr.1)

Partiendo de lo anterior, el plan de comunicación de una empresa es el documento o la hoja de ruta que nos servirá para planificar todas las acciones comunicativas de una compañía y reforzará el plan de social media marketing; es así, como en esta guía de aprendizaje se desarrollarán actividades que enfatizan en el desarrollo de las estrategias de comunicación y el plan de acción que la empresa debe seguir para la interacción con sus clientes.

Para abordar el inglés como una de las habilidades contemporáneas más importantes y de mayor impacto en el mundo laboral y social se plantean actividades generales y específicas para el desarrollo de la competencia, teniendo en cuenta el aprendizaje articulado de las 4 habilidades de la lengua (leer, escribir, hablar y escuchar) alineado al MCERL (Marco Común Europeo de Referencia para Lenguas) como estándar del nivel de conocimiento de lengua y categorización de los conocimientos en niveles de competencia en un idioma.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

En este apartado se describirán las actividades de aprendizaje para cada una de las competencias que plantea la fase de planeación del proyecto formativo: Desarrollo de soluciones publicitarias para las Mipymes de la región.

De este programa de formación, en cada una de las actividades se detallan las evidencias a entregar. La entrega de las evidencias se realizará durante las nueve (9) semanas planeadas para esta guía. En el siguiente cuadro se observa para cada una de las competencias, el momento y las evidencias a entregar según las actividades de aprendizaje asociadas a cada competencia:

<table>
<tr><th>Semanas / Competencia</th><th>Semana 1</th><th>Semana 2</th><th>Semana 3</th><th>Semana 4</th><th>Semana 5</th><th>Semana 6</th><th>Semana 7</th><th>Semana 8</th><th>Semana 9</th><th>Semana 10</th><th>Semana 11</th></tr>
<tr><td>291301077</td><td colspan="3">Key Visual. Creación del prototipo de pieza publicitaria.
GA3-291301077-AA1-EV01.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Horas por semana</td><td>28</td><td>28</td><td>28</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>260101053</td><td></td><td></td><td></td><td>Reflexiones sobre la introducción a la comunicación y estrategia de aplicación.
GA3-260101053-AA1-EV01.</td><td colspan="4">Presentación del plan de endomarketing.
GA3-260101053-AA1-EV02.</td><td colspan="3">Presentación del plan de comunicación.
GA3-260101053-AA1-EV03.</td></tr>
<tr><td>Horas por semana</td><td></td><td></td><td></td><td>28</td><td>37</td><td>38</td><td>37</td><td>28</td><td>28</td><td>28</td><td>28</td></tr>
</table>

240202501	Cuestionario comprensión lectora y gramatical del nivel. GA3-240202501-AA1-EV01.	Entrevista virtual de una postulación de trabajo. GA3-240202501-AA1-EV02.		Crónica de un personaje icónico. GA3-240202501-AA1-EV03.				Cuestionario comprensión lectora y gramatical del nivel. GA3-240202501-AA2-EV01.	Video presentación de un lugar turístico. GA3-240202501-AA2-EV02.		Documento escrito postulación puesto de trabajo. GA3-240202501-AA2-EV03.
Horas por semana	12	12	12	12				12	12	12	12
Horas total semana	**40**	**40**	**40**	**40**	**37**	**38**	**37**	**40**	**40**	**40**	**40**

3.1. Actividades de la competencia elaborar piezas gráficas de acuerdo con los requerimientos del cliente y principios del diseño gráfico (291301077)

3.1.1. Actividad de aprendizaje GA3-291301077-AA1: Establecer el concepto creativo para la realización de un plan de comunicación.

Para el desarrollo de esta actividad, recuerde seguir trabajando con el grupo que previamente conformó, ya que se desarrollarán evidencias de manera grupal, aplicando siempre los diferentes procesos que se solicitan a la Mipyme elegida.

Duración: 144 horas.

Materiales de formación: para el desarrollo de esta actividad es importante la lectura y análisis del componente formativo: “Estrategia Creativa”.

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforma la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA3-291301077-AA1-EV01: Key Visual. Creación del prototipo de pieza publicitaria.**

Cuando se va a realizar el plan de comunicación, es necesario desarrollar un concepto creativo que responda a la estrategia y a las necesidades de comunicación de la empresa, producto o servicio. El concepto creativo es la base del mensaje de comunicación y debe ser coherente con el *brief* y con la estructura de la campaña.

Para desarrollar esta evidencia, tenga en cuenta:

- ✔ Los grupos de trabajo del proyecto productivo para realizarla.
- ✔ El material de formación “Estrategia Creativa”.
- ✔ El proceso realizado para la Mipyme seleccionada.
- ✔ La estrategia creativa se realiza para uno de los productos de la empresa o para un objetivo concreto de comunicación: posicionamiento de marca, lanzamiento, promoción espacial, recordación, activación, etc.

- **Prototipo de pieza publicitaria. Key Visual:** en este punto deben retomar la campaña para el desarrollo de la estrategia creativa, esta debe tener los componentes de comunicación que se plantearon en el brief para el desarrollo del concepto creativo en actividades anteriores. La estrategia debe contener:

  - *Brief* táctico (retomar el que está realizado o crear uno si es el caso)
  - Objetivo

- Mercado objetivo
- Arquetipo del cliente (target comunicacional)
- Propuesta de valor
- *Reason why*
- Estructura del concepto:

    - Tipo de campaña a realizar
    - Tono de la campaña
    - Tema
    - Diseño de las piezas (Key Visual)

- **Presentación de la campaña:** en este punto deben realizar una presentación creativa de la estrategia, el medio lo definen en el grupo de trabajo: video, presentación, webinar u otro que consideren; adicionalmente, deben entregar un soporte creativo en formato PDF y enviar ambos archivos al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** una presentación de la estrategia y un documento con el soporte.
- **Formato:** documento creativo para la presentación y PDF como soporte.
- **Extensión:** libre.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: Key Visual. Creación del prototipo de pieza publicitaria. GA3-291301077-AA1-EV01.

3.2. Actividades de la competencia: definir el plan de comunicación interna de acuerdo con la cultura y estrategia corporativa (260101053)

3.2.1. Actividad de aprendizaje GA3-260101053-AA1: Realizar un plan de comunicación con base en el concepto creativo estructurado.

Para el desarrollo de esta actividad, continúe con el grupo de trabajo, ya que se desarrollarán evidencias de manera individual y grupal, aplicando siempre los diferentes procesos que se solicitan a la Mipyme elegida.

Duración: 192 horas.

Materiales de formación: para el desarrollo de esta actividad es importante la lectura y análisis de los componentes formativos: “Plan de Endomarketing” y “Plan de Comunicación”.

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforma la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA3-260101053-AA1-EV01:** Reflexiones sobre la introducción a la comunicación y estrategia de aplicación.

En esta evidencia se identificarán elementos y etapas en el desarrollo del plan de comunicación, teniendo en cuenta las necesidades de la organización; para ello, debe realizar algunas reflexiones que determinarán su capacidad comunicativa desde el ámbito personal y como futuro apoyo dentro de una empresa, teniendo en cuenta:

Primera parte:

- De forma individual, responda las siguientes preguntas:

  - ¿Cuáles son mis mejores cualidades para hablar?
  - ¿Cuáles son mis principales defectos al comunicarme con los demás?

- Realice la lectura del artículo “Comunicación publicitaria eficaz: del concepto a la medida”. Escrito por Luis Chaves (2016), Director general de Carat Expert, el cual podrá encontrar en el siguiente enlace: t.ly/uLNc o fácilmente en la web.

- Finalmente, describa: para usted, ¿cuál es el método de comunicación publicitaria eficaz?

- Realice un documento con las respuestas a las preguntas y las conclusiones del ejercicio. Luego, cargue el archivo a la plataforma y/o al portafolio del aprendiz con el nombre “Actividad: Introducción a la comunicación”.

Segunda parte:

- Ahora, con el grupo de trabajo de la Mipyme seleccionada al inicio del proceso de formación, observen el video denominado “Consejo para emprendedores: invertir en marketing y publicidad”, publicado por Digital Estudios EC (2013), en el siguiente enlace: t.ly/EOD2 o pueden encontrarlo fácilmente en la web; verán recomendaciones sobre el uso de la publicidad y el mercadeo en la empresa. Con base en esta información vamos realizar las siguientes reflexiones:

  - ¿Por qué las empresas deben realizar estrategias de comunicación?

  - ¿Qué pasaría si una empresa decide no hacer estrategias de comunicación?

  - ¿Qué papel jugaría un experto en comunicación en las estrategias comerciales de una empresa?

  - ¿Es adecuado que un empresario realice él mismo las estrategias de comunicación de su empresa?, ¿por qué?

- Finalmente, en los grupos conformados realicen un dramatizado en el que, asumiendo los roles de empresarios y publicistas, den respuesta a una de las preguntas mencionadas en el punto anterior, agregando momentos de discusión y debate en torno el tema. Lo pueden hacer con videollamada o conferencia web.

- De la evidencia, se debe generar un video denominado “Video: comunicación y estrategia”. Posteriormente, cárgalo en la plataforma y/o al portafolio del aprendiz.

Nota: recuerde que para esta evidencia debe enviar dos archivos en total con los nombres indicados en cada parte: el de la primera, que es un documento con las respuestas a las preguntas solicitadas y el de la segunda, que es el video con el dramatizado.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** un documento con las respuestas de la primera parte de la actividad y un video de la segunda parte.
- **Formato:** documento PDF y archivo AVI, WMV, MOV, MP4 o el de su preferencia para el video.
- **Extensión:** libre.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: Reflexiones sobre la introducción a la comunicación y estrategia de aplicación. GA3-260101053-AA1-EV01.

- **Evidencia GA3-260101053-AA1-EV02: Presentación del plan de endomarketing.**

La comunicación de la empresa tiene diferentes vías, una de ellas, y muy importante, es la que se da entre colaboradores y clientes internos. Un plan de endomarketing tiene las mismas exigencias de un plan de comunicación direccionado a los clientes y consumidores, con obvias diferencias en cuanto al diseño del mensaje y los canales de difusión.

Basado en lo anterior, esta evidencia se realizará en los grupos de trabajo del proyecto productivo, quienes deben seleccionar un departamento de la empresa, un programa o una campaña interna para el desarrollo de la comunicación. Este plan de endomarketing debe basarse en lo descrito en el material de formación “Plan de endomarketing” y contener los siguientes elementos:

- *Brief* táctico del programa, departamento o campaña
- Definición de objetivos
- Público objetivo
- Estrategias de comunicación interna a implementar
- Diseño del mensaje
- Definición de los medios
- Diseño de las piezas
- Técnicas de divulgación
- Presupuesto

Los integrantes del grupo deben realizar una presentación del plan de endomarketing a través de un video de máximo tres minutos, acompañado de un documento en PDF con la propuesta y enviar ambos archivos al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** un video con la presentación del plan de endomarketing y PDF con la propuesta.
- **Formato:** archivo AVI, WMV, MOV, MP4 o el de su preferencia para el video y PDF con la propuesta.
- **Extensión:** máximo tres minutos para el video y el PDF con la propuesta de manera libre.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: Presentación del plan de endomarketing. GA3-260101053-AA1-EV02.

- **Evidencia GA3-260101053-AA1-EV03: Presentación del plan de comunicación.**

En una empresa, el proceso de comunicación es permanente y se enfoca desde varios frentes: concepto para la campaña direccionada a consumidores, plan de endomarketing y para esta evidencia "Plan de Comunicación". Es importante tener claro que cuando la compañía realiza este tipo de estrategias, puede llegar a varios tipos de públicos: cliente interno, consumidores y clientes externos. Pero, en este caso, el enfoque se realizará a los consumidores que es donde hay que hacer mayores esfuerzos económicos, creativos y de medios.

Para realizar esta evidencia deben trabajar con el grupo conformado para el proyecto productivo, donde deberán seleccionar un producto o servicio, o realizar un plan de comunicación para la empresa, teniendo en cuenta los procesos indicados en el material de formación "Plan de Comunicación". Por ello, deben seleccionar el modelo 4D (cuatro dimensiones) y aplicar de forma proyectiva, el desarrollo de la comunicación en las diferentes fases o dimensiones, realizando una justificación detallada de cada medio y estrategia planteada. Tengan en cuenta que este plan debe estar concebido para un año.

Para el desarrollo del plan es necesario realizar los siguientes puntos:

- Brief táctico
- Objetivo de mercadeo
- Objetivos de comunicación:
  - Objetivos de mensaje
  - Objetivos de medios
- Mercado objetivo
- Target comunicacional
- Dimensiones (realizar los puntos para cada dimensión):
  - Justificación
  - Medios a utilizar
  - Alcance, frecuencia, intensidad
  - Mensaje
  - Keyvisual
- Aplicar la siguiente tabla:

Tabla 1

Objetivo

Objetivo	Estrategia 1	Estrategia de medios	Actividad 1	Recursos	Responsable	Indicador
			Actividad 2	Recursos		
			Actividad 3	Recursos		
			Actividad 4	Recursos		
	Estrategia 2	Estrategia de medios	Actividad 1	Recursos	Responsable	Indicador
			Actividad 2	Recursos		
			Actividad 3	Recursos		
			Actividad 4	Recursos		

- Realizar una presentación en PDF con el plan de comunicación a manera de informe ejecutivo para entregar al cliente.
- Realizar una presentación tipo webinar con el cliente para resolver las dudas que tenga en tiempo real.
- Enviar el PDF del plan de comunicación a su instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje, así como la grabación de la webinar realizada con el cliente.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** documento PDF con el plan de comunicación y webinar con el cliente.
- **Formato:** documento PDF y archivo AVI, WMV, MOV, MP4 o el de su preferencia para el video de la webinar.
- **Extensión:** libre.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Presentación del plan de comunicación. GA3-260101053-AA1-EV03.**

3.3. Actividades 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 las Lenguas (240202501)

3.3.1. Actividad de aprendizaje GA3-240202501-AA1: Reportar opiniones sobre situaciones cotidianas y laborales, pasadas y futuras en contextos sociales.

Dentro del desarrollo de la competencia comunicativa en inglés, es fundamental ser capaz de expresar opiniones y puntos de vista acerca de las situaciones a las que el aprendiz se enfrenta diariamente, tanto en su contexto social como laboral.

El aprendiz está llamado a ser observador y crítico, por esta razón es muy importante que conozca la estructura y el vocabulario apropiado para dar su opinión acerca de diferentes temáticas relacionadas directamente con su quehacer profesional.

Es importante seguir las indicaciones del instructor en cuanto a la mejor manera de apropiar el material del curso y la correlación que tiene este con el programa de formación.

Duración: 48 horas.

Material de formación: para el desarrollo de esta actividad es importante la lectura y análisis del componente formativo: LEVEL 2 - MCER A1.2.

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforma la actividad de aprendizaje:

- **GA3-240202501-AA1-EV01. Cuestionario comprensión lectora y gramatical del nivel.**

Presenta un cuestionario (evaluación en línea) para evaluar comprensión lectora y gramatical del nivel (LEVEL 2 - MCER A1.2) el cual consta de quince preguntas (15) y un tiempo aproximado de 45 minutos.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** cuestionario con preguntas de acuerdo a los temas relacionados del segundo nivel “LEVEL 2 - MCER A1.2”
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: Cuestionario comprensión lectora y gramatical del nivel. GA3-240202501-AA1-EV01.

- **GA3-240202501-AA1-EV02. Entrevista virtual de una postulación de trabajo.**

Con el apoyo de uno de sus compañeros y una vez apropiado el material de estudio del segundo nivel realice un video, en el cual cree una presentación de una entrevista de trabajo, postulándose para un empleo relacionado con su perfil profesional. Luego de ser entrevistado intercambie el rol con su compañero para ser el entrevistador.

Durante la entrevista deberá responder las siguientes preguntas:

1. Tell us about yourself
2. What motivates you?
3. What are your hobbies?
4. What are your future plans if you get this job?
5. What are your future goals or what are your career goals?
6. What do you see as a major success in your life?
7. Why did you leave your last job?
8. Where do you see yourself in 5 years?

Para realizar la grabación de la entrevista virtual se puede programar un encuentro sincrónico a través de Skype, Zoom, Meet o Teams con su compañero de trabajo y realizar la grabación de la entrevista para luego guardarla.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** video de la entrevista virtual de trabajo. Una vez finalizada la grabación de la entrevista debe cargar el vídeo a YouTube o Vimeo, con su cuenta de correo personal o institucional; compruebe que no tenga restricciones de visualización para que pueda compartir el enlace de visualización.

- **Formato:** Word o PDF con los datos básicos del entrevistado, entrevistador y la URL del vídeo. Tenga en cuenta que se debe garantizar la visualización del video.
- **Extensión:** de 3 a 5 minutos.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: Entrevista virtual de una postulación de trabajo. GA3-240202501-AA1-EV02.

- **GA3-240202501-AA1-EV03. Crónica de un personaje icónico.**

Seleccione un personaje icónico y con trayectoria importante en el mundo de acuerdo a su perfil profesional (Ej. En moda un personaje icónico es Agatha Ruiz) y busque en internet información acerca de él (ella) a partir del personaje seleccionado realice una crónica escrita con los hechos más importantes y las situaciones más relevantes en la trayectoria profesional del personaje.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** crónica escrita de un personaje.
- **Formato:** documento escrito en Word y se deberá exportar a PDF.
- **Extensión:** el documento escrito será máximo de 1 página y una extensión entre 200 y 500 palabras, con tipo de letra Arial, tamaño 12 e interlineado 1,5. Es ideal tener cuidado con las estructuras gramaticales utilizadas deben ser coherente a las temáticas estudiadas en el material de estudio.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: Crónica de un personaje icónico. GA3-240202501-AA1-EV03.

3.3.2. Actividad de aprendizaje GA3-240202501-AA2: Expresar opiniones sobre situaciones cotidianas y laborales actuales, pasadas y futuras en contextos sociales.

Dentro de los procesos de aprendizaje de lengua, el exteriorizar lo aprendido es uno de los más valiosos aportes. En este contexto se abordarán temas como el vecindario y las actividades que se están realizando.

Es importante seguir las indicaciones del instructor en cuanto a la mejor manera de apropiar el material del curso y la correlación que tiene este con el programa de formación.

Duración: 48 horas.

Material de formación: para el desarrollo de esta actividad es importante la lectura y análisis del componente formativo: LEVEL 3 - MCER A2.1.

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforma la actividad de aprendizaje:

- **GA3-240202501-AA2-EV01. Cuestionario comprensión lectora y gramatical del nivel.**

Presente un cuestionario de acuerdo con el contenido formativo del tercer nivel “LEVEL 3 - MCER A2.1”. El cuestionario consta de quince preguntas (15) y un tiempo aproximado de 30 minutos.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** cuestionario con preguntas de acuerdo a la información brindada en el tercer nivel.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: Cuestionario comprensión lectora y gramatical del nivel. GA3-240202501-AA2-EV01.

- **GA3-240202501-AA2-EV02. Video presentación de un lugar turístico.**

De acuerdo con la temática estudiada en el tercer nivel realice una presentación en inglés y en formato vídeo de un lugar turístico de su región, por medio de un corto video activando su cámara web. Esto con el fin de identificar de forma oral en el cual incluye la descripción y razón de la popularidad del municipio o ciudad.

Para la elaboración del vídeo con la cámara web, tenga en cuenta el desarrollo de un guion o estructura a través de una herramienta como PowerPoint, Emaze, Prezi en la que se dispongan algunas diapositivas con imágenes y textos para dar cuenta de la presentación del lugar.

Diapositivas: durante el desarrollo de la presentación oral es ideal que presente entre 3 y 5 diapositivas, donde se incluyan los siguientes elementos:

- Diapositiva de portada (datos básicos del aprendiz, nombre del curso, instructor y nombre de la actividad).
- Dónde se encuentra.
- ¿Cómo es? (Use adjetivos para describirlo como colores, comparativos...)
- ¿Qué elementos hay en ese lugar? (Ejemplo: montes, ríos, casas…)
- Describa algún elemento importante de ese lugar de forma detallada.
- ¿Qué sensaciones transmite ese lugar? (alegría, paz, felicidad, estrés, agobio, tristeza, miedo misterio, terror…)
- Opinión personal. ¿Por qué has elegido ese lugar?

Estructura del vídeo con cámara web: cuando grabe el video, tenga en cuenta que las fotos, imágenes y textos que use en las diapositivas deben ser un apoyo visual para denotar buena pronunciación y su aprendizaje inicial sobre las temáticas del tercer nivel.

Para la realización de la emisión del vídeo deberá encender su cámara web, mostrar la pantalla con las diapositivas creadas. La recomendación es utilizar alguna herramienta digital que permite grabar el vídeo y pantalla como; Screencast-o-Matic, Loom, Camtasia, recordscreen.io, scrnrcrd.com e incluso existen aplicaciones como X Recorder para que pueda realizarlo desde su teléfono móvil. Lo importante es mostrar las diapositivas, su cámara web e ir realizando su presentación de forma oral.

Una vez finalizado el vídeo debe cargarlo a YouTube o Vimeo, con su cuenta de correo personal o institucional; compruebe que no tenga restricciones de visualización para que pueda compartir el enlace de visualización.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** documento con los datos del aprendiz y enlace del video.
- **Formato:** Word o PDF con la URL del vídeo.

- **Extensión:** 2 a 5 minutos.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: Video presentación de un lugar turístico. GA3-240202501-AA2-EV02.

- **GA3-240202501-AA2-EV03. Documento escrito postulación puesto de trabajo.**

Elabore un documento escrito a modo de correo electrónico donde se realice la postulación a un puesto de trabajo incluyendo datos relevantes de la hoja de vida y haciendo uso efectivo de la Netiqueta.

La estructura general del documento escrito debe ser la siguiente:

- **Título (asunto)** debe enmarcar la idea general del mensaje y describir brevemente la temática de este. No limitarse a una sola palabra.
- **Saludo:** redacte un saludo que exprese un grado de cordialidad el cual debe ser coherente y mantenerse a lo largo del mensaje.
- **Cuerpo del mensaje**: incluya la palabra "solicitud" y el cargo al cual se postula. El objetivo principal de escribir el correo electrónico para la solicitud de empleo es que la entidad que puede contratarlo conozca algunas de las posesiones imperativas que deben formar parte de su saber profesional:
  - El propósito de la solicitud de empleo.
  - Qué trabajo está solicitando.
  - Habilidades para desempeñar el trabajo al cual se postula.
  - Qué tiene que ofrecer a la empresa.
  - Datos básicos para que el destinatario pueda ponerse en contacto.
- **Despedida:** cierre el mensaje en el que se reafirme el grado de formalidad utilizado en el saludo y en el cuerpo de la carta.
- **Dato remitente:** ubique los datos conformados como nombres, lugar de origen, profesión.
- La **extensión** del mensaje escrito en un documento será de 1 a 3 páginas, con tipo de letra Times New Roman, tamaño 12 e interlineado 1,5.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** un documento escrito a modo de correo electrónico.
- **Extensión:** el mensaje de correo escrito a modo correo electrónico será de máximo de 1 página a 3 páginas y una extensión de entre 200 y 400 palabras, con tipo de letra Arial, tamaño 12 e interlineado 1,5. Es ideal tener cuidado con la redacción y las estructuras gramaticales utilizadas deben ser coherentes con las temáticas estudiadas en el material de estudio.
- **Formato:** documento escrito en Word y se deberá exportar a PDF.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: Documento escrito postulación puesto de trabajo. GA3-240202501-AA2-EV03.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de aprendizaje	Criterios de evaluación	Técnicas e instrumentos de evaluación
Evidencia de producto: Key Visual. Creación del prototipo de pieza publicitaria. GA3-291301077-AA1-EV01.	• 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.	**Lista de chequeo:** IE-GA3-291301077-AA1-EV01.
Evidencia de conocimiento: Reflexiones sobre la introducción a la comunicación y estrategia de aplicación. GA3-260101053-AA1-EV01.	Reconoce la importancia de la identidad corporativa teniendo en cuenta políticas de la organización.	**Lista de chequeo:** IE-GA3-260101053-AA1-EV01.
Evidencia de producto: Presentación del plan de endomarketing. GA3-260101053-AA1-EV02.	• Determina actividades de endomarketing según el contexto interno de la organización. • Redacta plan de endomarketing según procedimientos de la organización.	**Lista de chequeo:** IE-GA3-260101053-AA1-EV02.
Evidencia de desempeño: Presentación del plan de comunicación. GA3-260101053-AA1-EV03.	• Selecciona la estrategia de branding 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.	**Lista de chequeo:** IE-GA3-260101053-AA1-EV03.
Evidencia de conocimiento: Cuestionario comprensión lectora y gramatical del nivel. GA3-240202501-AA1-EV01.	Comprende información concreta relativa a temas cotidianos y laborales en textos orales y escritos.	**Cuestionario:** IE-GA3-240202501-AA1-EV01.
Evidencia de desempeño: Entrevista virtual de una postulación de trabajo.		**Lista de chequeo:** IE-GA3-240202501-AA1-EV02.

GA3-240202501-AA1-EV02.		
Evidencia de producto: Crónica de un personaje icónico. GA3-240202501-AA1-EV03.		**Lista de chequeo:** IE-GA3-240202501-AA1-EV03.
Evidencia de conocimiento: Cuestionario comprensión lectora y gramatical del nivel. GA3-240202501-AA2-EV01.	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.	**Cuestionario:** IE-GA3-240202501-AA2-EV01.
Evidencia de desempeño: Video presentación de un lugar turístico. GA3-240202501-AA2-EV02.		**Lista de chequeo:** IE-GA3-240202501-AA2-EV02.
Evidencia de producto: Documento escrito postulación puesto de trabajo. GA3-240202501-AA2-EV03.		**Lista de chequeo:** IE-GA3-240202501-AA2-EV03.

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Aviso: “en términos generales, un aviso, refiere a aquel anuncio o noticia que una persona tiene para darle a otra o bien, aquel que está destinado a un público mucho más amplio y que puede referir a cualquier situación plausible de ser comunicada.

Casi siempre, si se trata de este último caso, los medios de comunicación masiva serán quienes porten el aviso en cuestión” (Reimers Design, s.f.)

Branding: “hace referencia al proceso de creación de valor de marca (brand equity) mediante la administración estratégica del conjunto total de activos y pasivos vinculados en forma directa o indirecta al nombre y/o símbolo (isotipo) que identifican a la marca influyendo en el valor suministrado; tanto al cliente

como a la empresa oferente; por un producto o servicio, incrementando o reduciendo según el caso" (Reimers Design, s.f.).

Briefing: "conjunto de datos sobre la empresa, sus objetivos, su estrategia... que sirven de base al consultor o diseñador para plantear la comunicación corporativ" (Reimers Design, s.f.).

Canal: "en teoría de la comunicación, camino técnico o fisiológico que recorre un mensaje desde el emisor hasta el receptor" (Reimers Design, s.f.).

Comunicación: "término que deriva del latín *commune* y del sufijo ie-, similar a fie-, que significa hacer; es decir, realizar la transmisión de información o de conocimiento entre una persona y otra del modo más exacto posible" (Reimers Design, s.f.).

Diseño gráfico: "es una actividad intelectual, técnica y creativa involucrada no solamente con la producción de imágenes sino con el análisis, la organización y los métodos de presentación de soluciones visuales a los problemas de comunicación" (Reimers Design, s.f.).

Información: "se entiende comúnmente por información la noticia; es decir, el mensaje ligado al contenido de una cosa significada" (Reimers Design, s.f.).

Main idea (Idea principal): estrategia de lectura que busca identificar la idea principal de un texto. A diferencia de "Topic", esta estrategia pretende ampliar la comprensión encontrando qué es lo que se dice del tema (Topic). Ejm.: "The robots can help in, medicine".

Mensaje: "serie organizada de signos según un código, con la intención de comunicar" (Reimers Design, s.f.).

Números cardinales: son los números como los conocemos para contar (one, two, three, etc.).

Números ordinales: son los números que se usan para indicar un orden, ejem.: primero (first, second, third, etc.).

Preposiciones de lugar: palabras invariables (sin género ni número) que se usan para indicar o introducir el lugar de una acción o situación. Por ejemplo: "In the room", "next to the shop".

Preposiciones de tiempo: palabras invariables (sin género ni número) que se usan para indicar o introducir el momento de una acción. En inglés, por ejemplo, las más comunes son "in", "on" y "at".

Presente Continuo: tiempo verbal que se usa para indicar acciones momentáneas que suceden al momento de hablar. Su construcción requiere el uso de un verbo auxiliar "to be" y un segundo verbo (llamado verbo principal) con terminación en "-ing". Por ejemplo: I am working at SENA now.

Presente Simple (Presente Simple): tiempo verbal que se usa para indicar acciones o situaciones que suceden en el presente. Pueden ser estados permanentes o cambiantes, por ejemplo: I am Susana. I work as a doctor.

Pronombres personales: son las palabras que se usan para indicar a la persona o ente que ejecuta una acción. Siempre los pronombres personales estarán seguidos de un verbo (la acción). En inglés son comunes

las contracciones entre los pronombres y algunos verbos, así: “I’m” (contracción de I am), “She's” (contracción de she is), etc.

Role play: juego de roles es una actividad que simula una situación con dos o más personajes representados por los aprendices. Cada uno recibirá las indicaciones de lo que pasa y los aprendices deberán desarrollar la situación actuando**.**

Semiótica: teoría general y ciencia que estudia los signos, sus relaciones y su significado.

Scanning: estrategia de lectura para encontrar información específica. Al igual que”Skimming” no es exhaustiva, sino que focaliza la información necesaria.

Skimming: estrategia de lectura que consiste en hacer una lectura rápida para determinar el tipo de texto, su fuente y su tema. No implica una lectura exhaustiva ni detenida, y puede durar pocos segundos.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

ABA English. (s.f.). *Cómo se pronuncia th en inglés*. https://www.abaenglish.com/es/fonetica-inglesa/th/

Chaves, L. (2016). *Comunicación publicitaria eficaz: del concepto a la medida.* CREARMÁS. t.ly/uLNc

Davara, A. M. (1992). *Estrategias de comunicación en marketing*. Edit. DOSSAT S.A.

Digital Studio EC. (02 de octubre de 2013). *Consejo para emprendedores: invertir en marketing y publicidad* [video]. YouTube. t.ly/EOD2

El Heraldo. (29 de abril de 2018). *La comunicación: factor clave de éxito*. Gestión digital. https://cutt.ly/wuvVtx7

García, E., Lalueza, F. y Estanyol, E. (2016). *¿Cómo Elaborar un plan de comunicación corporativa?* Editorial UOC.

García, M. (2011). *Las claves de la publicidad*. Esic Editorial.

Guijarro, J. M. (2002). *Técnico en publicidad* (vol. 1 y 2). Editorial Cultural S.A.

Gutierrez, C. (2010). *Creatividad publicitaria eficaz*. Studio Divine Egg.

Hernández, R. F. (2010). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.

Labarta, F. (2014). *Guía para crear mensajes y contenidos*.

Lambin, J. J. (2005). *Marketing estratégico*. McGraw Hill.

Moure, O. (1999). *El acento en las palabras de dos sílabas*. http://www.ompersonal.com.ar/ompronounce/unit11/page1.htm

Reimers Design. (s.f.). *Pequeño diccionario del diseñador*. Consultado el 17 de junio de 2020. https://cutt.ly/VyDzeWh

Systems, V. (2013). *Inglés: grado superior*. McGraw-Hill España. https://login.bdigital.sena.edu.co/login?url=https://elibro.net/es/ereader/senavirtual/50221?page=1

Velilla, J. (2010). *Branding, tendencias y retos en la comunicación de marca*. Editorial UOC.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Manuel Arias López	Instructor Experto temático	Regional Quindío - Centro de Comercio y Turismo	Junio de 2020
	Julieth Paola Vital López	Evaluadora Instruccional	Regional Distrito Capital - Centro para la Industria de la Comunicación Gráfica	Junio de 2020
	Elkin Rodolfo Moreno Merchán	Experto temático	Regional Distrito Capital - Centro de Formación de Talento Humano en Salud	Febrero 2021
	Oscar Absalón Guevara	Diseñador instruccional	Regional Distrito Capital - Centro de Gestión Industrial	Febrero 2021
	Andrés Felipe Velandia Espitia	Diseñador Instruccional	Regional Distrito Capital - Centro de Diseño y Metrología	Mayo de 2021
	Rafael Neftalí Lizcano Reyes	Asesor Pedagógico	Regional Santander - Centro Industrial del Diseño y la Manufactura	Mayo de 2021
	Sandra Patricia Hoyos Sepúlveda	Edición y corrección de estilo	Centro para la Industria de la Comunicación Gráfica	Junio de 2021

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					


SENA

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. Identificación de la guía de aprendizaje

- **Denominación del programa de formación:** Tecnólogo en desarrollo publicitario.
- **Código del programa de formación:** 124100.
- **Nombre del proyecto:** Desarrollo de soluciones publicitarias para las mipymes de la región.
- **Fase del proyecto:** Planeación.
- **Actividad de proyecto:** Estructurar plan de comunicación publicitaria de acuerdo con necesidades de la organización.
- **Competencias:**
  - 260101055 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal.
  - 240201524 - Desarrollar procesos de comunicación eficaces y efectivos, teniendo en cuenta situaciones de orden social, personal y productivo.
  - 240201064 - Orientar investigación formativa según referentes técnicos.
  - 240202501 - Interactuar en lengua inglesa de forma oral y escrita dentro de contextos sociales y laborales según los criterios establecidos por el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas.
- **Resultados de aprendizaje a alcanzar:**

  Técnicos:

  - 260101055-01 - Proponer el plan de mercadeo digital de acuerdo con características del segmento de mercado.

  Claves:

  - 240201524-01 - Analizar los componentes de la comunicación según sus características, intencionalidad y contexto.
  - 240201524-02 - Argumentar en forma oral y escrita atendiendo las exigencias y particularidades de las diversas situaciones comunicativas mediante los distintos sistemas de representación.
  - 240201524-03 - Relacionar los procesos comunicativos teniendo en cuenta criterios de lógica y racionalidad.
  - 240201524-04 - Establecer procesos de enriquecimiento lexical y acciones de mejoramiento en el desarrollo de procesos comunicativos según requerimientos del contexto.

  - 240202501-03 - Discutir sobre posibles soluciones a problemas dentro de un rango variado de contextos sociales y laborales.

Transversales:

- 240201064-01 - Analizar el contexto productivo según sus características y necesidades.
- 240201064-02 - Estructurar el proyecto de acuerdo a criterios de la investigación.
- 240201064-03 - Argumentar aspectos teóricos del proyecto según referentes nacionales e internacionales.
- 240201064-04 - Proponer soluciones a las necesidades del contexto según resultados de la investigación.

- **Duración de la guía:** Técnico**:** 144 horas + Claves: 144 horas + Transversales: 48 horas = 336 horas.

2. Presentación

Independientemente de la plataforma que se utilice, el *marketing* tiene siempre el mismo principio y se desarrolla de una forma similar; esto quiere decir que, aunque sea *offline* u *online,* la metodología de aplicación es siempre igual y se apoya en las 4P o *marketing mix*. Las campañas digitales se desprenden del *marketing* digital, el cual se refiere a la utilización de estrategias comerciales mediante dispositivos electrónicos y la comunicación en Internet. Por ende, deben entenderse como el uso de medios publicitarios *online,* tales como las redes sociales (Facebook, Twitter, etc.), publicidad digital, *email marketing*, SEM, SEO, *apps* y muchas otras herramientas que tienen el objetivo de enfocar la comunicación hacia el mercado objetivo en los momentos, cantidades y lugares adecuados.

De igual manera se debe saber que las habilidades comunicativas se establecen desde lo verbal o digital, además de lo no verbal o analógico. Y por ello, el llamado es a repensar la escritura y la oratoria como procesos de crecimiento personal y profesional, con miras a desarrollar procesos de comunicación eficaces y efectivos, teniendo en cuenta situaciones de orden social, personal y productivo, invitando a ver la naturaleza de la comunicación en diversos contextos y procesos dialógicos, en la que se asumen diferentes actitudes en relación con el otro y que condicionan la construcción de relaciones personales y profesionales.

Tenga en cuenta que la investigación, el desarrollo tecnológico y la innovación son la base del crecimiento económico y social en las empresas a nivel mundial. El gran avance técnico y tecnológico requiere de personas curiosas, visionarias, motivadas a descubrir, experimentar y vivir experiencias de aprendizaje que mejoren la calidad de vida a nivel personal y de su entorno. Por ende, se le brindará la posibilidad de aprender los fundamentos básicos de investigación, herramientas básicas para identificar un problema, formular objetivos, entender los tipos de investigación, enfoques y desarrollos metodológicos básicos para desarrollar el proyecto de investigación como parte del proceso formativo.

Además, para inglés, como una de las habilidades contemporáneas más importantes y de mayor impacto en el mundo laboral y social, se plantean actividades generales y específicas para el desarrollo de la competencia, teniendo en cuenta el aprendizaje articulado de las cuatro habilidades de la lengua (leer, escribir, hablar y escuchar) alineado al MCERL (Marco Común Europeo de Referencia para Lenguas), como estándar del nivel de conocimiento de lengua y categorización de los conocimientos en niveles de competencia en un idioma.

3. Formulación de las actividades de aprendizaje

En este apartado se describirán las actividades de aprendizaje para cada una de las competencias que plantea la fase de planeación del proyecto formativo: Desarrollo de soluciones publicitarias para las mipymes de la región.

De este programa de formación, en cada una de las actividades, se detallan las evidencias a entregar. La entrega de las evidencias se realizará durante las siete (7) semanas planeadas para esta guía. En el siguiente cuadro se observa, para cada una de las competencias, el momento y las evidencias a entregar según las actividades de aprendizaje asociadas a cada competencia:

Semanas / Competencia	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Semana 8	Semana 9
260101055	Webinar sobre el funcionamiento del *marketing* digital. GA4-260101055-AA1-EV01.	Mapa conceptual del procedimiento del mercadeo. GA4-260101055-AA1-EV02.	Cuadro comparativo de la caracterización del SEO y el SEM. GA4-260101055-AA1-EV03.	Redes sociales de la mipyme. GA4-260101055-AA1-EV04.			Plan de *marketing* digital. GA4-260101055-AA1-EV05.		
Horas por semana	13	13	13	13	40	13	13	13	13
240201524	Video de la comunicación como expresión humana. GA4-240201524-AA1-EV01.		Informe de creación de contenidos comunicativos. GA4-240201524-AA2-EV01.						
Horas por semana	12	12	12	12					
240201064						Mapa mental sobre la caracterización del contexto productivo. GA4-240201064-AA1-EV01.	Propuesta de investigación formativa. GA4-240201064-AA2-EV01.		
Horas por semana						12	12	12	12
240202501	Mapa cuestionario comprensión lectora y gramatical del nivel. GA4-240202501-AA1-EV01.	Audio sobre el contexto laboral y académico. GA4-240202501-AA1-EV02.	Foro de opiniones sobre el contexto laboral. GA4-240202501-AA1-EV03.			Cuestionario comprensión lectora y gramatical del nivel GA4-240202501-AA2-EV01.	Audio sobre la trayectoria, acciones y soluciones en el contexto laboral y académico. GA4-240202501-AA2-EV02.	Foro de compartiendo experiencias laborales GA4-240202501-AA1-EV03.	
Horas por semana	12	12	12	12		12	12	12	12
Horas total semana	**37**	**37**	**37**	**37**	**40**	**37**	**37**	**37**	**37**

3.1. Actividades de la competencia estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal (260101055).

3.1.1. *Actividad de aprendizaje GA4-260101055-AA1: Realizar plan de mercadeo digital teniendo en cuenta las necesidades promocionales de la mipyme.*

Para el desarrollo de esta actividad, recuerde seguir trabajando con el grupo que previamente conformó, ya que se desarrollarán evidencias de manera individual y grupal, aplicando siempre los diferentes procesos que se solicitan a la mipyme elegida.

Duración: 144 horas.

Materiales de formación: para el desarrollo de esta actividad es importante la lectura y análisis del componente formativo: "Plan de *marketing* digital".

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforman la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA4-260101055-AA1-EV01: Webinar sobre el funcionamiento del *marketing* digital**

Actividad para realizar de forma individual

Quien ya tiene una comprensión básica de la comunicación y el *marketing* en medios convencionales, debe entender que el proceso del *marketing* digital es muy similar al del convencional, toda vez que los clientes y consumidores son los mismos, la trascendencia en el cambio se da en los medios que se utilizan para la comercialización y la comunicación con el mercado objetivo. Lo ideal entonces es el desarrollo de estrategias en las que se combine el *marketing offline* y *online*.

Sabiendo ello, se debe observar el video del siguiente enlace: https://www.youtube.com/embed/vNrxe5nJenU en el que se expone de una forma muy didáctica el funcionamiento del *marketing* digital. Una vez observado, es necesario realizar un panel a través de un *webinar* donde cuatro de los compañeros expondrán sus impresiones en relación con el video, de forma clara y argumentada; los demás deben participar realizando preguntas y comentarios en relación con el tema. Los cuatro panelistas serán seleccionados al azar, así que todos deben tener preparadas las respuestas a las siguientes preguntas:

- ¿Qué ventajas y desventajas han generado las nuevas tecnologías para las mipymes en el desarrollo de las estrategias comerciales y de promoción?
- ¿Qué pasa con los medios convencionales en las campañas publicitarias hoy en día?
- ¿Son más efectivos los medios digitales que los medios convencionales?
- ¿Es viable el *marketing* digital para todas las empresas?
- En relación con los costos, ¿es más económico el *marketing* digital? ¿En qué aspectos se generan los costos en el *marketing* digital?
- ¿El *marketing* digital es más viable para llegar a un mercado objetivo? ¿Por qué?
- Si una empresa desea crear estrategias de *marketing* digital, ¿cuál o cuáles son los primeros pasos que debe realizar?
- ¿Qué ventajas y desventajas tiene la comercialización de productos a través del *marketing* digital?

- ¿En qué aspectos han cambiado las costumbres de los compradores y consumidores con los medios de hoy?

Todos los aprendices deben participar en el panel a través de una pregunta o un comentario relacionado con el tema. Para finalizar el instructor realizará la conclusión del ejercicio.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** un documento con las respuestas a las preguntas planteadas.
- **Formato:** documento PDF.
- **Extensión:** máximo dos hojas.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Webinar sobre el funcionamiento del *marketing* digital. GA4-260101055-AA1-EV01.**

- **Evidencia GA4-260101055-AA1-EV02: Mapa conceptual del procedimiento del mercadeo.**

Actividad para realizar de forma individual

Como ya se ha mencionado anteriormente, el *marketing* digital responde al mismo proceso del *marketing offline*, esto debido a que los clientes y consumidores actualmente buscan interacción en la web y, por ende, es allí donde es posible captar su atención y crear estrategias para persuadirlo sobre el uso o compra de determinado producto o servicio.

Basado en lo anterior y lo abordado en el componente formativo “Plan de *marketing* digital”, realice un mapa conceptual para el proceso de mercadeo que incluya:

- La investigación inicial.
- Segmentación.
- Objetivos.
- Estrategias (realice un listado para cada una de las 4P).
- Tácticas.
- Recursos.
- Indicadores.

El mapa conceptual puede realizarse en la herramienta que considere pertinente. Se recomiendan las siguientes:

- Cmaptools
- Mindmaps
- Popplet
- MindNode

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** un documento con el mapa conceptual.
- **Formato:** documento PDF.
- **Extensión:** máximo dos hojas.

- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Mapa conceptual del procedimiento del mercadeo. GA4-260101055-AA1-EV02.**

- **Evidencia GA4-260101055-AA1-EV03: Cuadro comparativo de la caracterización del SEO y el SEM.**

Actividad para realizar de forma individual

El *marketing* digital contiene una serie de elementos que se combinan entre sí para el desarrollo óptimo de las estrategias de comunicación y comercialización; es necesario conocer estos temas antes de comenzar el desarrollo del plan de mercadeo digital.

Por tanto, desarrolle un cuadro comparativo en el que deje claras las características del SEO y el SEM, esto con el fin de tener comprensión detallada de estos dos procesos y determinar cuál es el más conveniente para las empresas y en qué momento debe aplicarse el uno o el otro. Además, emita un concepto propio sobre el SEO y el SEM en el cuadro comparativo. Tenga en cuenta lo abordado en el componente formativo "Plan de *marketing* digital".

El cuadro debe diferenciar los siguientes elementos:

- Concepto SEO y SEM.
- Ventajas.
- Desventajas.
- Características.
- Proceso.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** un documento con el cuadro comparativo de las características del SEO y el SEM.
- **Formato:** documento PDF.
- **Extensión:** máximo dos hojas.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Cuadro comparativo de la caracterización del SEO y el SEM. GA4-260101055-AA1-EV03.**

- **Evidencia GA4-260101055-AA1-EV04: Redes sociales de la mipyme.**

Actividad para realizar en los grupos de trabajo del proyecto formativo de la mipyme.

Como se ha visto en el proceso de formación, se ha avanzado de acuerdo con cada tema en el desarrollo de las estrategias de comunicación para la mipyme seleccionada. Es bien sabido que las empresas necesitan espacios en la web que les permitan tener una adecuada interacción con sus clientes para el desarrollo de las estrategias comerciales y de comunicación; además, es vital que los empresarios sean conscientes que para tal fin es indispensable tener un plan bien estructurado.

Sabiendo lo anterior y lo relacionado en el componente formativo "Plan de *marketing* digital", para esta parte se requiere crear y configurar las redes sociales para la mipyme seleccionada, el producto o el servicio. En

este punto, tal vez sea necesario que la empresa tenga la necesidad de crear cuentas independientes para ella y para sus productos; sin embargo, es importante hacer el respectivo análisis, pues puede darse el caso que sea necesario una cuenta para administrar la comunicación y otra para la comercialización de todo el portafolio de productos o servicios. Para esta evidencia, se debe crear:

- Cuenta de correo electrónico (Gmail recomendado).
- Blog o sitio web en plataforma gratuita (WordPress recomendado).
- Página en Facebook.
- Perfil en Instagram.
- Canal de YouTube.
- Otra(s) que se requiera(n) de acuerdo con el tipo de necesidades de la empresa.

Es importante que las cuentas tengan unidad de imagen. Para este punto, ya la mipyme seleccionada para el proyecto formativo cuenta con un manual de imagen visual o imagen corporativa, donde está consignado el diseño de logo y los recursos necesarios para este tipo de medios. La configuración de los medios debe incluir:

- Imagen de perfil única para todos los medios.
- Encabezados para los medios que lo requieran (Facebook, Twitter si lo tiene, YouTube).
- Interacción entre cuentas (Facebook e Instagram).
- Perfil de cuentas empresariales.
- Seguimiento de estadísticas.
- Información de la empresa (datos de contacto, descripción, enlace de blog o sitio web).

La evidencia debe ser entregada al instructor en un documento en PDF que contenga fotos de pantalla de los diferentes medios creados y los enlaces de acceso a cada uno de ellos. Además, en una conferencia en línea, el grupo debe presentar ante sus compañeros y el instructor los medios de la empresa seleccionada y hacer un recorrido por ellas.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** un documento con las fotos de los diferentes medios y una conferencia en línea.
- **Formato:** documento PDF y plataforma web.
- **Extensión:** libre.
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Redes sociales de la mipyme. GA4-260101055-AA1-EV04.**

- **Evidencia GA4-260101055-AA1-EV05: Plan de *marketing* digital.**

Actividad para realizar en los grupos de trabajo del proyecto formativo de la mipyme

En este punto, ya está en la capacidad de desarrollar el plan de comunicación; además, la empresa cuenta con los medios para la interacción con sus clientes y consumidores, y puede comenzar un proceso de comercialización y comunicación que le permita el posicionamiento de la(s) marca(s), el desarrollo de ventas y la promoción de sus productos o servicios.

Por consiguiente, basado en lo anterior y en el componente formativo “Plan de *marketing* digital”, realice un plan de *marketing* digital para la mipyme o uno de sus productos o servicios, donde se incluyan los siguientes elementos:

- *Brief* táctico.
- Objetivo de mercadeo.
- Mercado objetivo.
- Plan de medios digital (seleccionar por lo menos 1 medio *offline* como apoyo a las estrategias online).
- Estrategias de comercialización y promoción *online*:

    - Logística de entrega.
    - Sistema de pago.
    - Horarios de posteo de anuncios.
    - Estrategias de promoción de ventas.
    - Estrategias de atracción y conversión de clientes.
    - Seguimiento a clientes (estrategias posventa).
    - Sistema de información de mercados (*data*).
    - Estructuración de redes sociales para comunicación con los clientes.

- Cronograma:

    - Objetivos de frecuencia (cada cuánto publica a la semana, mes, etc.).
    - Intensidad (número de publicaciones).

- Presupuesto del plan de mercadeo digital:

    - Indicadores.
    - Cantidad de miembros del mercado objetivo a impactar.
    - Costo del impacto.
    - Cálculo de CPM.

- Crear presentación del plan de *marketing* digital para mejorar su sustentación y comprensión.
- El plan de *marketing* digital debe entregarse en un documento PDF y se debe exponer en un *webinar* ante el instructor y los demás compañeros del grupo; si es posible, invitar al empresario.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** un documento con el plan de *marketing* digital y un *webinar*.
- **Formato:** documento PDF y plataforma web.
- **Extensión:** libre.
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Plan de *marketing* digital. GA4-260101055-AA1-EV05.**

3.2. Actividades de la competencia desarrollar procesos de comunicación eficaces y efectivos, teniendo en cuenta situaciones de orden social, personal y productivo (240201524).

3.2.1. ***Actividad de aprendizaje GA4-240201524-AA1: Aplicar los componentes de la comunicación y argumentar sus procesos, de acuerdo con las diferentes situaciones comunicativas.***

Duración: 24 horas.

Materiales de formación: para el desarrollo de esta actividad es importante la lectura y el análisis de los componentes formativos “Comunicándonos” y “Argumentando”.

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforman la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA4-240201524-AA1-EV01: Video de la comunicación como expresión humana.**

El proceso de comunicación se centra en generar una articulación entre cómo y para qué nos comunicamos. Por ello, esta evidencia busca que, a través de la realización de un escrito y la posterior grabación de un video, se exprese una situación problémica del entorno profesional (o área de formación) y que conlleve a la resolución de esta. Un ejemplo de ello, sería algún problema comunicativo en el entorno laboral que requiera solución: flujos de información inadecuados entre diferentes áreas, poca asertividad en la comunicación entre líderes y colaboradores, lenguaje técnico y de poca comprensión para todos. Por favor, tenga en cuenta la siguiente estructura:

1. Piense en una situación problémica como tema central para ser tratado en el video y busque la manera de darlo a conocer de forma que impacte al receptor, desde el componente comunicacional.
2. Elabore un escrito donde se plasmen todas las ideas frente a la situación problémica. Puede seleccionar el tipo de texto: científico-técnico o narrativo, a partir de los conocimientos adquiridos en los componentes formativos “Comunicándonos” y “Argumentación”.
3. Luego, mediante un video, exponga el tema tratado en el escrito y, al finalizar, justificar el tipo de texto que eligió (el porqué). Para la realización del video, puede utilizar la cámara del computador o el celular, incluso, herramientas en línea que le permitan animar, editar, musicalizar y demás, como Powtoon, Loom, entre otros.
4. Para finalizar, elabore una síntesis del escrito, en la cual relacione los aspectos más importantes de la situación problémica seleccionada.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** escrito tipo síntesis y video sobre la situación problémica de su entorno profesional (o área de formación).
- **Formato:** un documento en PDF y un video en formato MOV, MP4 o AVI.
- **Extensión:** escrito tipo síntesis de máximo 2 páginas y video de máximo 3 minutos.
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Video de la comunicación como expresión humana. GA4-240201524-AA1-EV01.**

3.2.2. *Actividad de aprendizaje GA4-240201524-AA2: Comunicar asertivamente, con cohesión y coherencia lexical, basado en los procesos comunicativos que se dan en el contexto del desempeño laboral.*

Duración: 24 horas.

Materiales de formación: para el desarrollo de esta actividad, es importante la lectura y el análisis de los componentes formativos “Interpretando” y “Escribiendo”.

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforman la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA4-240201524-AA2-EV01: Informe de creación de contenidos comunicativos.**

La comunicación asertiva se constituye en la habilidad que tienen los seres humanos para comunicar, transmitir y recibir mensajes, ideas, sentimientos, creencias, posturas u opiniones, propios o ajenos, de manera honesta, clara, oportuna y respetuosa, de un tema o situación en particular, que se inscriben en los diferentes contextos a lo largo de la vida. Por lo tanto, el desarrollo de esta evidencia implica un proceso escritural que dará cuenta de su capacidad para comunicarse atendiendo a la estructura gramatical, la semiótica, cohesión y coherencia léxica en la producción de texto.

A continuación, se describe la secuencia de acciones que se debe tener presente para realizar esta actividad:

1. Retome la situación problémica que eligió para el desarrollo de la evidencia anterior “**Video de la comunicación como expresión humana**”.
2. Realice un ejercicio investigativo que le permita profundizar en el estudio de la situación problémica. Para ello, haga uso de algunas de las técnicas de registro de información (previamente estudiadas, en el componente formativo “Interpretando”), de esta manera podrá organizar la información y tener un panorama más amplio y claro de la situación que deberá desarrollar en la siguiente orientación.
3. Elabore un informe donde dé cuenta de los elementos y procesos propios de la situación problémica, que deberá estar en estrecha relación con la profesión que usted desempeñará al finalizar este proceso formativo y el contexto en el que se desenvolverá. Para su elaboración, elija el tipo de texto que desea escribir: científico-técnico o narrativo, basado en lo descrito en el componente formativo “Escribiendo”.
4. El informe deberá contener los siguiente:
    a. **Encabezado**: título del informe, autor (nombre y apellidos completos), nombre del programa y fecha de realización.
    b. **Palabras claves:** por lo menos 5 palabras claves que se utilizarán en el contexto del informe.
    c. **Introducción:** descripción del tipo de texto, el tema abordado y su importancia.
    d. **Desarrollo:** corresponde al cuerpo del trabajo, donde se explica detalladamente el desarrollo de los aspectos enunciados en la introducción. En él se deberá:
        i. Exponer la problemática haciendo referencia a los aspectos más relevantes.
        ii. Presentar argumentos que complementen los aspectos relevantes que se señale; para ello, puede hacer uso de la información que recolectó en el proceso investigativo previo a la escritura del informe, haciendo uso de las referencias bibliográficas en normas APA, gráficos y demás elementos que considere necesarios.
        iii. Presentar su postura frente a la problemática.
        iv. Debe existir cohesión y coherencia léxica; para ello, haga uso de los conectores.

v. Utilizar adecuadamente los signos de puntuación, interrogación y admiración, y la acentuación.

e. Conclusiones: presente las conclusiones a las que llegó luego de haber realizado la investigación y escrito el informe.

f. Bibliografía: presente las referencias bibliográficas utilizadas para la elaboración del informe. Recuerde que lo debe hacer siguiendo la normativa APA (componente formativo "Escribiendo").

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** informe de la escritura como forma de comunicación asertiva, con la siguiente estructura: encabezado, palabras claves, introducción, desarrollo, conclusiones y bibliografía.
- **Formato:** PDF.
- **Extensión:** tres páginas, arial 11, espacio sencillo.
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Informe de creación de contenidos comunicativos. GA4-240201524-AA2-EV01.**

3.3. Actividades de la competencia orientar investigación formativa según referentes técnicos (240201064).

3.3.1. *Actividad de aprendizaje GA4-240201064-AA1: Identificar las características socioeconómicas, tecnológicas, políticas y culturales del contexto productivo reconociendo las necesidades y problemáticas que lo afectan.*

Para el desarrollo de esta actividad de aprendizaje y la siguiente, que componen el campo de investigación, es muy importante elegir como ejercicio de investigación un tema relacionado con su proceso de formación o un área de interés donde desee ampliar sus conocimientos. Esta decisión le permitirá afianzar los conocimientos del programa, descubrir otras formas de aprender, profundizar y apropiarse de nuevos saberes, de forma individual o grupal.

Duración: 8 horas.

Materiales de formación: para el desarrollo de esta actividad, es importante la lectura y análisis del componente formativo: "Fundamentos de investigación".

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforman la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA4-240201064-AA1-EV01: Mapa mental sobre la caracterización del contexto productivo.**

Elabore un mapa mental sobre las características y necesidades del contexto social o productivo de su área de formación, reconociendo los aspectos socioeconómicos, tecnológicos, políticos y culturales. Para la elaboración del mapa mental, se sugiere consultar el Anexo_1_Mapa_mental y, en general, las siguientes recomendaciones:

1. **Formato:** puede elaborarse a través de herramientas digitales de elaboración de mapas mentales o tomando una fotografía de un mapa mental dibujado a mano y luego convirtiéndola a PDF.
2. **Definir el contenido central:** ubicar el nombre del contexto en el centro de la pantalla o papel y distinguir con una imagen o ícono que lo represente. El contenido central es un tema, idea o concepto para desarrollar.
3. **Identificar un número limitado de características del contenido central:** hacer las bifurcaciones a través de ideas principales, posteriormente en agrupaciones y asociaciones. Se sugiere tener una lluvia de ideas previamente. Es importante el uso de colores, uno solo por bifurcación, teniendo especial cuidado en su grosor.
4. **Jerarquizar ideas:** establecer el tamaño de las ramificaciones, letras, colores, categorías y subcategorías, estableciendo un tamaño determinado para las ramas y las imágenes, para que, en la lectura, se entienda que el tamaño de las ramas e imágenes principales, es mayor al de las ramas secundarias, y el de estas últimas, mayor al de las terciarias, y así sucesivamente.
5. **Unir asociaciones:** mediante ramificaciones y líneas, se irradian las ideas secundarias y las asociaciones entre ideas.
6. **Ampliar hacia afuera:** priorizar las ideas según las manecillas del reloj. En cada bifurcación, incluir una imagen digital o elaborada a mano.
7. **Ubicar imágenes:** apoyos visuales y colores determinarán la calidad de la presentación; por esta razón, se recomienda tener especial cuidado en la calidad y el tamaño de la imagen para acentuar las ideas a recordar.
8. **Diseñar nodos:** para asegurar las conexiones entre las bifurcaciones.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** mapa mental sobre la caracterización del contexto productivo.
- **Formato:** Documento en PDF. Puede elaborarse a través de herramientas digitales de elaboración de mapas mentales o tomando una fotografía de un mapa mental dibujado a mano; en ambos casos, colocar sus datos personales.
- **Extensión:** 1 hoja.
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Mapa mental sobre la caracterización del contexto productivo. GA4-240201064-AA1-EV01.**

3.3.2. *Actividad de aprendizaje GA4-240201064-AA2: Elaborar la propuesta de investigación formativa.*

El propósito de esta actividad es comprender y dar respuesta a las necesidades del contexto por medio del desarrollo de procesos de investigación efectivos, teniendo en cuenta situaciones de orden social y productivo.

Duración: 40 horas.

Materiales de formación: para el desarrollo de esta actividad, es importante la lectura y el análisis del componente formativo: “Fundamentos de investigación”.

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforman la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA4-240201064-AA2-EV01: Propuesta de investigación formativa.**

Diligencie cada una de las pestañas del “Formato propuesta de investigación formativa”. Para el diligenciamiento del formato, se sugiere consultar el Anexo_2_Formato_Propuesta_de_Investigacion y, en general, las siguientes recomendaciones:

1. En cuanto a aspectos generales, el documento debe ser presentado en fuente Arial 10, interlineado 1.5.
2. Para la Etapa 1. Preparación: antes de iniciar la escritura del documento, es necesario tener en cuenta las recomendaciones hechas por el tutor para el mapa mental de la evidencia anterior.
3. Para la escritura del título, es necesario que este sea concreto con relación al problema que se busca resolver, no debe contener palabras innecesarias, no debe utilizar abreviaturas ni fórmulas. Debe tener una extensión máxima de 15 palabras, o 70 caracteres, y debe reflejar de manera apropiada de qué se trata el estudio.
4. Para el resumen, tener en cuenta que este se realiza cuando ya está elaborado todo el ejercicio de investigación formativo. El resumen es una descripción sintética de los aspectos más relevantes del proceso investigativo, que da cuenta del problema, cómo se realizó el estudio, cuáles fueron los principales hallazgos y cuál es la relevancia del estudio para su programa de formación. Se elabora en dos párrafos que deben contener máximo 120 palabras, o 960 caracteres, incluyendo la puntuación y los espacios sin sangría (10 a 15 renglones). Se recomienda que este párrafo se realice con oraciones cortas y simples, separadas de punto y seguido. (Debe estar en idioma español o inglés).
5. Las palabras claves se incluyen una vez está elaborado todo el ejercicio de investigación formativo. Tras el resumen, se deben escribir las palabras claves, las cuales se utilizan con fines de clasificación para que los documentos se puedan incorporar en bases de datos y, de esta forma, agilizar su búsqueda (español/inglés).
6. La justificación expone las razones que justifican la realización del proyecto de investigación formativa en torno al contexto productivo, aspectos sociales, aspectos institucionales, aspectos pedagógicos, aspectos tecnológicos, entre otros. Demuestra la importancia de resolver el problema de investigación. Destaca su impacto y aclara quiénes serán los beneficiarios directos y el alcance social que tendrá.
7. Para los antecedentes, la revisión de la literatura es una síntesis original de teorías y trabajos de investigación fáctica (de campo o empírica) sobre el tema al que se refiere el estudio por realizar. El aprendiz deberá consultar las bases de datos del SENA y hacer una recopilación actualizada (3 últimos años) de lo escrito sobre el tema. La revisión de la literatura debe ser un apartado donde el lector descubre cuál es el problema no resuelto por la comunidad científica y que se quiere abordar mediante el estudio propuesto.
8. Para la identificación del problema, es necesario contemplar las necesidades expuestas en el mapa mental y realizar una delimitación de las mismas. En un primer momento, se hace una descripción de la situación actual del problema, se define el ámbito espacial donde se realizará la propuesta (sin ampliarlo), se indica en forma clara cuál es el problema y quiénes lo tienen, se escriben las causas que lo generan. En un segundo momento, se describen las consecuencias que acarrea la problemática detectada y se pronostica qué sucedería si no se resuelve el problema.
9. Para la pregunta de investigación, es necesario tener en cuenta que guarda estrecha relación con los objetivos de la propuesta y la revisión de la literatura hecha. Para ello, escriba una pregunta cuya respuesta es la solución del problema planteado.
10. El objetivo general tiene las siguientes características: se relaciona con el problema y la pregunta de investigación; es concreto, se redacta con lenguaje claro y sencillo; inicia su redacción con un verbo en infinitivo; incluye el qué se quiere hacer mediante la investigación, a dónde se quiere llegar y mediante

qué. Las respuestas a estos interrogantes conllevan a la respuesta de la pregunta problémica ya formulada.

11. Los objetivos específicos indican el orden sistemático en que se resolverá la investigación, los cuales se desprenden directamente del objetivo general.
12. El marco teórico debe ser organizado en temas y subtemas, de lo general a lo particular. El marco teórico hace referencia a aquellas teorías, normas y conceptualizaciones que pueden contribuir a dar solución al problema enunciado, y permite la confrontación, el análisis y la evaluación del proyecto. Implica que el aprendiz identifica una postura teórica que aporta elementos y categorías de análisis para abordar el campo temático, motivo del estudio, haciendo una redacción propia que se sustenta en autores, estableciendo un diálogo sistemático con los autores, teorías y realidad del contexto en el que trabaja la propuesta. Es importante hacer las respectivas citas bibliográficas según normas APA e incluirlas en las referencias bibliográficas al final del documento.
13. Para el tipo de investigación, el aprendiz deberá indicar si es exploratorio (si se familiariza con el fenómeno que se investiga), descriptivo (identifica características del universo de investigación, señala formas de conductas, establece comportamientos concretos y comprueba variables), explicativo (es comprobar que la propuesta soluciona el problema o no).
14. La población se define como el conjunto personas a las que va dirigida la propuesta de investigación formativa y guarda relación con sus fases. En este campo el aprendiz debe describir de manera amplia el contexto donde convive la población, su universo (total de actores) y mencionar la muestra (si aplica).
15. En el campo de técnicas e instrumentos de recolección de información, debe describir las técnicas, tales como la observación, la encuesta, la entrevista, entre otras.
16. Para la etapa 2, Ejecución, diligencie cada uno de los campos propuestos, teniendo en cuenta el punto 15 de estas instrucciones.
17. En la etapa 2.1, Ejecución, es necesario que diligencie los campos teniendo en cuenta el punto No 7 de estas instrucciones.
18. En la Etapa 3, Procesamiento, se deben analizar e interpretar los datos recogidos en la fase 2.1 de ejecución.
19. En la Etapa 4, Interpretación de resultados, consigne la interpretación de los resultados del ejercicio de investigación formativa.
20. Para la interpretación de los resultados, es importante tener en cuenta que se presentan los resultados sustentados con datos, gráficas, etc. Su análisis confirma la existencia del problema, sus causas, su incidencia. Puede presentarse en dos apartados en esa misma pestaña: resultados y análisis, o realizarlo integralmente; en todo caso, debe tenerse en cuenta que los resultados sintetizan los datos recolectados, así como su tratamiento estadístico; los resultados se exponen de manera breve, destacando los hallazgos más relevantes; al presentar los datos, se sugiere el uso de tablas o figuras, además del texto, que, en lo posible, no deberá repetir lo que dicen estas tablas o figuras. En el análisis, se evalúan e interpretan las implicaciones de los resultados, se presentan con suficiente detalle los datos para justificar las conclusiones; particularmente, en relación con los supuestos teóricos, se debe exponer de manera clara la sustentación o carencia de sustento en relación con los datos.
21. Las conclusiones se redactan en términos de respuesta a los objetivos planteados para el proyecto.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** propuesta de investigación formativa.
- **Formato:** documento en Excel con las 5 etapas diligenciadas.
- **Extensión:** lo indicado en el Excel.

- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Propuesta de investigación formativa. GA4-240201064-AA2-EV01.**

3.4. Actividades 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 las Lenguas (240202501)

3.4.1. *Actividad de aprendizaje GA4-240202501-AA1: Dialogar sobre posibles soluciones a problemas dentro de contextos sociales.*

Dentro de los contextos laborales es necesario tener en cuenta las diferentes situaciones en la que se pueden poner en práctica los conocimientos adquiridos; dentro de estos destacan las recomendaciones, sugerencias e indicaciones; ya que es importante comprenderlas y ponerlas en práctica, así como poder emitirlas dando soluciones a diferentes situaciones problemáticas que puedan darse. En idiomas, es bastante útil este conocimiento, por lo que permite ese intercambio conversacional con otros hablantes, estableciendo actos comunicativos eficientes y provechosos.

Es importante seguir las indicaciones del instructor en cuanto a la mejor manera de apropiar el material del curso y la correlación que tiene este con el programa de formación.

Duración: 48 horas.

Material de formación: para el desarrollo de esta actividad es importante la lectura y análisis del componente formativo: LEVEL 4 - MCER A2.2.

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforman la actividad de aprendizaje:

- **GA4-240202501-AA1-EV01. Cuestionario comprensión lectora y gramatical del nivel.**

Presente un cuestionario de acuerdo con el contenido formativo del cuarto nivel “LEVEL 4 - MCER A2.2”. El cuestionario consta de quince (15) preguntas y un tiempo aproximado de 30 minutos.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** cuestionario con preguntas de acuerdo con la información brindada en el segundo nivel.
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Cuestionario comprensión lectora y gramatical del nivel. GAI3-240202501-AA4-EV01.**

- **GA4-240202501-AA1-EV02. Audio sobre el contexto laboral y académico**.

De acuerdo con la temática estudiada en el material de estudio del cuarto nivel, elabore un audio en inglés con el fin de identificar sus actitudes, creencias y obligaciones en el contexto laboral y académico.

Para la elaboración del audio, tenga en cuenta el desarrollo de un guion o estructura a través de un documento de Word.

Parte 1. Durante el desarrollo del audio no olvide realizar una corta presentación de los datos básicos del aprendiz (nombre completo, ID, ficha, instructor y nombre de la actividad).

Parte 2. En la siguiente parte del audio, mencione una corta opinión sobre sus actitudes, creencias y obligaciones en su contexto laboral y académico, donde mencione las cosas que son necesarias (*have to* / *must* / *should* + infinitive).

Para la realización del audio, puede utilizar su dispositivo móvil o existen páginas web que, a través del uso del micrófono, le permiten grabar su audio.

Una vez finalizado el audio, puede cargarlo a Spreaker o Podbean, registrándose de forma gratuita con su cuenta de correo personal o institucional, y generar la URL del podcast. Debe comprobar que no tenga restricciones de reproducción para que pueda compartir el enlace con el guion elaborado.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** archivo de audio o documento con el guion y el enlace del audio.
- **Formato:** mp3 o archivo con el enlace del audio.
- **Extensión:** 2 a 5 minutos.
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Audio sobre el contexto laboral y académico. GAI3-240202501-AA4-EV02.**

- **GA4-240202501-AA1-EV03. Foro de opiniones sobre el contexto laboral.**

Para el desarrollo de la evidencia, debe participar en el foro denominado "*Giving opinions about jobs*" y, a partir de los aspectos de su experiencia laboral, responder de manera argumentada y creativa las siguientes preguntas:

1. *How can you be environmentally friendly at work?*
2. *What kind of incentives could a green company offer to its employees?*
3. *In what other ways could businesses involve their employees in environmental issues?*

Realice seguimiento al foro y responda un comentario de manera crítica y reflexiva, de acuerdo con la intervención que hayan realizado sus compañeros.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** participar en el foro denominado "*Giving opinions about jobs*" y realizar una respuesta crítico-reflexiva a una de las participaciones de sus compañeros.
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Foro de opiniones sobre el contexto laboral. GA4-240202501-AA1-EV03.**

3.4.2. Actividad de aprendizaje GA4-240202501-AA2: Reportar sobre posibles soluciones a problemas dentro de contextos laborales.

Es necesario tener en cuenta las diferentes situaciones en las que se pueden poner en práctica los conocimientos adquiridos en diferentes contextos y situaciones, conforme a las posibilidades, adaptación al cambio y los diferentes estados laborales, para poder compartir diferentes experiencias de la vida.

Cuando se expresa en inglés, es bastante útil, en la presentación de ideas, mencionar planes, acciones y experiencias de su contexto personal y laboral, teniendo en cuenta la adaptabilidad y responsabilidad profesional.

Es importante que tenga en cuenta el material de estudio para el desarrollo de cada una de las evidencias y la construcción de los textos, de acuerdo con lo propuesto desde el componente formativo denominado LEVEL 5 – MCER B1.1.

Duración: 48 horas

Material de formación: para el desarrollo de esta actividad es importante la lectura y el análisis del componente formativo: LEVEL 5 - MCER B1.1.

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforman la actividad de aprendizaje:

- **GA4-240202501-AA2-EV01. Cuestionario comprensión lectora y gramatical del nivel.**

Presente un cuestionario de acuerdo con el contenido formativo del quinto nivel "LEVEL 5 - MCER B1.1. El cuestionario consta de quince (15) preguntas y un tiempo aproximado de 30 minutos.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

  - **Producto a entregar:** cuestionario con preguntas de acuerdo con la información brindada en el segundo nivel.
  - Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Cuestionario comprensión lectora y gramatical del nivel GA4-240202501-AA2-EV01.**

- **GA4-240202501-AA2-EV02. Audio sobre la trayectoria, acciones y soluciones en el contexto laboral y académico.**

De acuerdo con la temática estudiada en el material de estudio del quinto nivel, elabore un audio en inglés sobre la trayectoria, planes, acciones y soluciones de su contexto académico y laboral.

Para la elaboración del audio, tenga en cuenta el desarrollo de un guion o estructura a través de un documento de Word.

Parte 1. Durante el desarrollo del audio, no olvide realizar una corta presentación de los datos básicos del aprendiz (nombre completo, ID, ficha, instructor y nombre de la actividad).

Parte 2. En la siguiente parte del audio, mencione una corta opinión sobre la trayectoria, planes, acciones y soluciones de su contexto académico y laboral, teniendo en cuenta la flexibilidad y adaptabilidad en los contextos sobre liderazgo y responsabilidad profesional. (*Making decisions: zero, first and second conditional, self-direction, flexibility and adaptability in job contexts about leadership and responsibility*).

Para la realización de audio, puede utilizar su dispositivo móvil o puede recurrir a páginas web que, a través del uso del micrófono, le permiten grabar audio.

Una vez finalizado el audio, puede cargarlo a Spreaker o Podbean, registrándose de forma gratuita con su cuenta de correo personal o institucional, y generar la URL del podcast. Debe comprobar que no tenga restricciones de reproducción para que pueda compartir el enlace con el guion elaborado.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** archivo de audio o documento con el guion y el enlace.
- **Formato:** mp3 o archivo con el enlace del audio.
- **Extensión:** 2 a 5 minutos.
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Audio sobre la trayectoria, acciones y soluciones en el contexto laboral y académico. GA4-240202501-AA2-EV02.**

- **GA4-240202501-AA2-EV03. Foro de compartiendo experiencias laborales.**

Para el desarrollo de la evidencia, debe participar en el foro denominado "*Sharing life experiences*" y, a partir de los aspectos de su experiencia laboral, responder de manera argumentada y creativa las siguientes preguntas basado en la situación inicial planteada:

Think about an experience at work where you were flexible and adapted to a new situation or a change in the process.

Now answer:

- ✓ *What was the result of the experience?*
- ✓ *How did your flexibility and adaptability help you deal with the situation?*
- ✓ *Would you change anything in order to deal in a better way with it?*

Realice seguimiento al foro y responda un comentario en forma crítica y reflexiva, de acuerdo con la intervención que hayan realizado sus compañeros.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** participar en el foro denominado "*Sharing life experiences*" y realizar una respuesta crítico-reflexiva a una de las participaciones de sus compañeros.
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Foro de compartiendo experiencias laborales. GA4-240202501-AA2-EV03.**

4. Actividades de evaluación

Evidencias de aprendizaje	Criterios de evaluación	Técnicas e instrumentos de evaluación
Evidencia de conocimiento: *Webinar* sobre el funcionamiento del *marketing* digital. GA4-260101055-AA1-EV01.	Determina los elementos del plan de mercadeo digital teniendo en cuenta el diagnóstico y el segmento del mercado.	**Lista de chequeo:** IE-GA4-260101055-AA1-EV01.

Evidencia de conocimiento: Mapa conceptual del procedimiento del mercadeo. GA4-260101055-AA1-EV02.	Determina los elementos del plan de mercadeo digital teniendo en cuenta el diagnóstico y el segmento del mercado.	**Lista de chequeo:** IE-GA4-260101055-AA1-EV02.
Evidencia de conocimiento: Cuadro comparativo de la caracterización del SEO y el SEM. GA4-260101055-AA1-EV03.	Determina los elementos del plan de mercadeo digital teniendo en cuenta el diagnóstico y el segmento del mercado.	**Lista de chequeo:** IE-GA4-260101055-AA1-EV03.
Evidencia de desempeño: Redes sociales de la mipyme. GA4-260101055-AA1-EV04.	Selecciona actividades para el plan de *marketing* digital de acuerdo con el modelo de negocio.	**Lista de chequeo:** IE-GA4-260101055-AA1-EV04.
Evidencia de producto: Plan de *marketing* digital. GA4-260101055-AA1-EV05.	● 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.	**Lista de chequeo:** IE-GA4-260101055-AA1-EV05.
Evidencia de desempeño: Video de la comunicación como expresión humana. GA4-240201524-AA1-EV01.	● Escucha con atención y concentración, asiente y pregunta al hablante-oyente para retroalimentar el proceso. ● Utiliza el lenguaje según el destinatario, el propósito, el contexto y el contenido. ● Interpreta mensajes y reconstruye el discurso con sus propias palabras manteniendo el sentido.	**Lista de chequeo:** IE-GA4-240201524-AA1-EV01.
Evidencia de producto: Informe de creación de contenidos comunicativos. GA4-240201524-AA2-EV01.	● Redacta textos con cohesión y coherencia siguiendo pautas de progresión temática. ● 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 las reglas gramaticales y los signos de puntuación según el texto comunicativo.	**Lista de chequeo:** IE-GA4-240201524-AA2-EV01.

Evidencia de conocimiento: Mapa mental sobre la caracterización del contexto productivo. GA4-240201064-AA1-EV01.	Reconoce las necesidades del contexto, según las problemáticas identificadas.	**Rúbrica de evaluación:** IE-GA4-240201064-AA1-EV01.
Evidencia de desempeño y producto: Propuesta de investigación formativa. GA4-240201064-AA2-EV01.	● Describe el problema de investigación de acuerdo con los elementos observados. ● Plantea los objetivos de la investigación según la pregunta de investigación. ● Consolida el proyecto de investigación teniendo en cuenta la pertinencia y los alcances. ● Elabora el marco teórico de la investigación de acuerdo con los contextos nacional e internacional. ● Aplica técnicas de recolección de información de acuerdo con criterios establecidos por la metodología. ● Comunica los resultados de la investigación según criterios de presentación de informes.	**Lista de verificación:** IE-GA4-240201064-AA2-EV01.
Evidencia de conocimiento: Cuestionario comprensión lectora y gramatical del nivel. GA4-240202501-AA1-EV01.	Ofrece breves razonamientos y explicaciones de opiniones, planes y acciones.	**Cuestionario:** IE-GA4-240202501-AA1-EV01.
Evidencia de producto: Audio sobre el contexto laboral y académico. GA4-240202501-AA1-EV02.	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 preintermedio.	**Lista de chequeo:** IE-GA4-240202501-AA1-EV02.
Evidencia de desempeño: Foro de opiniones sobre el contexto laboral. GA4-240202501-AA1-EV03.		**Lista de chequeo:** IE-GA4-240202501-AA1-EV03.
Evidencia de conocimiento: Cuestionario comprensión lectora y gramatical del nivel GA4-240202501-AA2-EV01.	Brinda solución a un problema sencillo haciendo uso de una adecuada pronunciación, fluidez, rango de vocabulario y estructura gramatical para el nivel preintermedio.	**Cuestionario:** IE-GA4-240202501-AA2-EV01.
Evidencia de producto:		**Lista de chequeo:**

Audio sobre la trayectoria, acciones y soluciones en el contexto laboral y académico. GA4-240202501-AA2-EV02.		IE-GA4-240202501-AA2-EV02.
Evidencia de desempeño: Foro de compartiendo experiencias laborales. GA4-240202501-AA2-EV03.		**Lista de chequeo:** IE-GA4-240202501-AA2-EV03.

5. Glosario de términos

Acentuación: se refiere a la distribución de los acentos ortográficos.

Adaptable: adaptarse adecuadamente a las nuevas condiciones que pueden darse o a una situación determinada en un contexto laboral o personal.

Argumento: "razonamiento para probar o demostrar una proposición, o para convencer de lo que se afirma o se niega" (RAE, 2020).

Analítica web: "es la forma de medir y analizar los datos de tráfico de un sitio web, lo cual nos va a permitir tomar las mejores decisiones y optimizar los objetivos del negocio" (Benítez, 2019).

Blog post: "es el nombre técnico que recibe la acción de publicar una entrada o un artículo en un blog" (Benítez, 2019).

Comunicación: "un primer acercamiento a la definición de comunicación puede realizarse desde su etimología. La palabra deriva del latín *comunicare*, que significa "compartir algo, poner en común". Por lo tanto, la comunicación es un fenómeno inherente a la relación que los seres vivos mantienen cuando se encuentran en grupo" (Definición, 2020).

***Cookies*:** "son pequeños fragmentos de información que quedan registrados en el navegador cuando se visita un sitio web y que permiten a este sitio seguir el rastro de la actividad de los usuarios" (Benítez, 2019).

Digital: "perteneciente o relativo a los dedos. Dicho de un dispositivo o sistema que crea, presenta, transporta o almacena información mediante la combinación de bits. Que se realiza o trasmite por medios digitales" (RAE, 2020).

***Engagement*:** "es la sensación de pertenencia y unión emocional entre una marca y un usuario. Es el objetivo de toda marca o empresa en redes sociales, a través de basar la estrategia en *marketing* de contenidos y generar en cada una de las redes la mayor participación posible" (Benítez, 2019).

Entonación: rasgo lingüístico suprasegmental constituido por la secuencia sonora de los tonos con que se emite el discurso oral; constituye una línea melódica y contribuye al significado del discurso.

Flexibilidad: capacidad de adaptarse fácilmente a nuevas situaciones para hacer frente a las nuevas condiciones de forma adecuada.

***Hashtag*:** “es una etiqueta formada por una palabra o un conjunto de palabras, precedidas por el símbolo numeral (#), que transmite una idea, un nombre o un concepto que normalmente va asociado con un mensaje o texto. Su uso se ha extendido principalmente en redes sociales como Twitter, Instagram o Google Plus” (Benítez, 2019).

Interpretar: “explicar o declarar el sentido de algo, y principalmente el de un texto” (RAE, 2020).

Investigar: indagar para descubrir algo.

Lenguaje: “facultad del ser humano de expresarse y comunicarse con los demás a través del sonido articulado o de otros signos. Conjunto de señales que dan a entender algo” (RAE, 2020).

Léxico: “enriquecimiento lexical. Que expresa contenidos o conceptos propios del léxico, por oposición a los característicos de la gramática. Vocabulario, conjunto de palabras de un idioma, o de las que pertenecen al uso de una región, a una actividad determinada, a un campo semántico dado, etc.” (RAE, 2020).

Leyes: regla fija a la que está sometido un fenómeno de la naturaleza.

***Marketing* de contenidos:** “son estrategias de *marketing* enfocadas en ofrecer contenidos útiles y de ayuda a los usuarios, principalmente a través del blog y del social media *marketing*” (Benítez, 2019).

Método: modo de decir o hacer con orden, modo de obrar o proceder, hábito o costumbre que cada uno tiene y observa.

Oratoria: “oratoria es una palabra que proviene del vocablo latino *oratoria* y que está vinculada al arte de hablar con elocuencia. El objetivo de la oratoria suele ser persuadir; por eso, se diferencia de la didáctica (que busca enseñar y transmitir conocimientos) y de la poética (intenta deleitar a través de la estética). La oratoria, por lo tanto, pretende convencer a las personas para que actúen de una cierta manera o tomen decisiones” (Definición, 2013).

Socioeconómico: perteneciente o relativo a los factores sociales y económicos.

Técnica: “habilidad para ejecutar cualquier cosa, o para conseguir algo” (RAE, 2020).

Texto: “enunciado o conjunto coherente de enunciados orales o escritos. Todo lo que se dice en el cuerpo de una obra manuscrita o impresa, a diferencia de lo que en ella va por separado; como las portadas, las notas, los índices, etc.” (RAE, 2020).

Viral: “un contenido viral, del tipo que sea, es aquel que se difunde y se comparte como la pólvora entre diferentes usuarios y a través de diferentes medios y redes sociales. El objetivo de cualquier campaña de *marketing* es “viralizar” sus contenidos” (Benítez, 2019).

***Webinar*:** “anglicismo de seminario *web*. Son eventos o conferencias de carácter educativo que tienen lugar en el medio *online*. Es una muy buena estrategia para enganchar nuevos seguidores en las redes sociales” (Benítez, 2019).

6. Referentes bibliográficos

ABA English. (2019, 8 agosto). *Cómo pronunciar th en inglés | ABA English*. ABA English (ES). https://www.abaenglish.com/es/fonetica-inglesa/th/

Benitez, M. (2019, 27 mayo). *Diccionario de Marketing Digital*. 2U.Digital. https://communitymanager2u.com/blog-diccionario-de-marketing-digital/

Cibrián, I. (2018). *Marketing digital. Mide, analiza y mejora*. ESIC Editorial.

Guijarro, J. (2002). *Técnico en publicidad*. Grupo Cultural.

Hernández, R. (2010). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill Education.

Hernández, R. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Education.

Labarta, F. (2014). *Guía para crear mensajes y contenidos publicitarios*. Almuzara.

Lambin, J. J. (2005). *Marketing estratégico*. ESIC.

Moure, O. (1999). *El acento en las palabras de dos sílabas*. OM Pronounce. http://www.ompersonal.com.ar/ompronounce/unit11/page1.htm

Navarro, C. (2010). *Creatividad publicitaria eficaz*. ESIC Editorial.

Pérez, G., García, G., Nocedo, I., & García, M. (2009). *Metodología de la investigación educacional*. Pueblo y Educación.

Pérez, J. y Gardey, A. (2008). *Definición de comunicación*. Definición.de. https://definicion.de/comunicacion/

Pérez, J. y Merino, M. (2009). *Definición de oratoria*. Definición.de. https://definicion.de/oratoria/

Real Academia Española. (2020). *argumento*. «Diccionario de la lengua española» - Edición del Tricentenario. https://dle.rae.es/argumento?m=form

Roldán, S. (2016). *Community management 2.0: Gestión de comunidades virtuales*. Ecoe Ediciones.

Sainz, J. (2018). *El plan de marketing digital en la práctica*. ESIC.

Serrano-Cobos, J. (2015). *SEO. Introducción a la disciplina del posicionamiento en buscadores.* UOC.

Vaughan Systems. (2013). *Inglés. Ciclo formativo. Grado superior*. McGraw-Hill Education. https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/ereader/senavirtual/50221?page=1

Velilla, J. (2010). *Branding. Tendencias y retos en la comunicación de marca*. Editorial UOC.

7. Control del documento

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Manuel Augusto Arias López	Instructor – Experto Temático	Regional Quindío - Centro de Comercio y Servicios	Julio de 2020
	Vilma Perilla Méndez	Evaluadora Instruccional	Regional Distrito Capital - Centro de Gestión Industrial	Julio de 2020
	Anderson Silva Gómez	Experto Temático	Regional Distrito Capital - Centro de Gestión Industrial	Diciembre de 2020
	Elba Patricia Rodríguez	Experto Temático	Regional Distrito Capital - Centro de Gestión Industrial	Diciembre de 2020
	Marisol Osorio Beltrán	Líder Sennova	Regional Antioquia - Centro de Formación en Diseño Confección y Moda	Noviembre de 2020
	Luz Mila Pacheco Fuentes	Diseñadora Instruccional	Regional Distrito Capital - Centro de Diseño y Metrología	Noviembre de 2020
	Susana Yuliet Pérez Marín	Diseñadora Instruccional	Regional Distrito Capital - Centro para la Industria de la Comunicación Gráfica –	Febrero de 2021
	Paula Andrea Taborda Ortiz	Diseñadora Instruccional	Regional Distrito Capital - Centro de Diseño y Metrología	Febrero de 2021
	Elkin Rodolfo Moreno Merchán	Experto temático	Regional Distrito Capital - Centro de Formación de Talento Humano en Salud	Febrero 2021
	Oscar Absalón Guevara	Diseñador instruccional	Regional Distrito Capital - Centro de Gestión Industrial	Febrero 2021
	Andrés Felipe Velandia Espitia	Diseñador Instruccional	Regional Distrito Capital - Centro de Diseño y Metrología	Mayo de 2021
	Rafael Neftalí Lizcano Reyes	Asesor Pedagógico	Regional Santander - Centro Industrial del Diseño y la Manufactura	Mayo de 2021
	Uriel Darío González Montoya	Acompañamiento pedagógico	Regional Tolima – Centro Agropecuario La Granja	Junio 2021

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					