PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: Integración de Contenidos Digitales
- Código del Programa de Formación: 524139
- Nombre del Proyecto: Desarrollo de solución multimedia a la medida de acuerdo a losrequerimientos del cliente en las I.E.. Pertenecientes al programa paem en el norte de antioquia para la vigencia 2022-2023.
- Fase del Proyecto: Planear
- Actividad de Proyecto: Identificar las necesidades y requerimientos del cliente
- Competencia: 220501029 - Diseñar la solución multimedial de acuerdo con el informe de análisis de la información recolectada.
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar: 437741 - Identificar los elementos del diseño gráfico para la composición de la multimedia
- Duración de la Guía: 120 Minutos

2. PRESENTACIÓN

¿Qué tan comercial es tu marca? ¿Tu marca genera recordación y expectativa? ¿Ya mediste el alcance comunicatiovo de tu marca?. Aunque tu marca aún no cuente con una guía de estilo, es posible que hayas evaluado la necesidad de crear una identidad de marca coherente. ¿Por qué? Una gestión de marca efcaz afecta todo lo que haces, desde la estrategia de negocios hasta los cierres de las ventas y las interacciones con los clientes. Además, determina la identidad de tu marca, a qué se dedica y cómo se debe mostrar al mundo.

En esencia, una marca coherente genera confanza en el mercado y en la relación con tus clientes. Puesto que el branding es muy importante para la estrategia de marketing de cualquier organización, estamos seguros de que todas las empresas deberían contar con pautas que determinen el estilo de su marca. Cuando se trata del branding, la coherencia es fundamental.

La identidad de marca para tu empresa puede ser determinarte en el éxito comercial, es la representación visual de tu marca (por ejemplo, un logotipo, colores u otros diseños), que la distingue de sus competidores en la mente del consumidor.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1. ACTIVIDAD DE REFLEXION INICIAL

3.1.1. Anásis. Tenga en cuenta el siguiente análisis: Coca Cola es una de las empresas más grandes del mundo, gracias a la identidad corporativa podemos distinguir la imagen de la empresa, ya que rápidamente relacionamos el color rojo, la tipografía a mano alzada con el producto. Pero Coca Cola no solo tiene una identidad corporativa en su papelería institucional, sino que maneja la identidad corporativa en toda su empresa, en su arquitectura, en sus muebles, sus camiones,

sus rótulos, sus uniformes, diseño de interior y algunos artículos promocionales. Coca Cola siempre maneja el concepto de la simplicidad, su estilo gráfico y sus colores corporativos.
Según lo expuestos anteriormente, elegir en la web 3 marcas reconocidas a las que se les realice un análisis de su identidad gráfica teniendo en cuenta diseño de su imagen, utilización del color y reconocimiento en el mercado y frente a su competencia. Realice un cuadro comparativo donde tenga en cuenta la marca y su competencia directa para que posteriormente lo socialicemos haciendo uso de la la TDA Conversatorio.

Ambiente Requerido: Conexión a Internet, Google Meet.
Materiales: Computador.
Tiempo : 15 minutos.
Fecha de inicio: 15/05/2023.
Fecha de finalización: 15/05/2023

Retroalimentación: Conversatorio donde se dará un aporte sobre el análisis desarrollado sobre las marcas elegidas.

3.1.2. Haciendo uso de la Técnica Didáctica Activa (TDA) el Conversatorio, y teniendo en cuenta el escrito de la introducción de esta guía, los aprendices participarán de forma ordenada dando un (1) ejemplo de empresesas que tengan bien identificada su identidad de marca?.
Esta actividad se desarrollará de forma virtual a travez de la herramienta google meet la cual fue compartida previamente por el Instructor.

Ambiente Requerido: Conexión a Internet, Google Meet.
Materiales: Computador.
Tiempo : 15 minutos.
Fecha de inicio: 15/05/2023.
Fecha de finalización: 15/05/2023

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

Para la siguiente actividad, cada aprendiz deberá ver el siguiente video (https://www.youtube.com/watch?v=ag4zEjGVMMM&ab_channel=BrandingGroup), y usando la Técnica Didáctica Activa (TDA) Caso de Uso, plasmarán ¿qué datos necesita su empresa para lograr una buena identidad de marca, ser reconocida y que así mismo transmita el mensaje que quiere dar a sus posibles clientes?.

Ambiente Requerido: Conexión a Internet, Google Meet.
Materiales: Computador, hoja de respuesta "**3.2. Caso de Uso**"
Tiempo : 20 minutos.
Fecha de inicio: 15/05/2023.
Fecha de finalización: 15/05/2023

3.3. ACTIVIDADES DE APROPIACIÓN DEL CONOCIMIENTO (CONCEPTUALIZACIÓN Y TEORIZACIÓN.

3.3.1. Los usuarios habituales de herramientas publicitarias, no están tan familiarizados con Microsoft Publisher, CorelDraw o Adobe Illustrator como con programas que permiten diseño de manera sencilla como lo es Microsoft PowerPoint, Paint, Paint 3d, ente otros.
Dado que Microsoft Publisher es una aplicación de Diseño Publicitario incluida en el Microsoft Office Suite que permite a los usuarios introducir, gestionar y ejecutar piezas gráficas a mayor

escala y con mayor accesibilidad que otros programas especializados, es más adecuada para quienes necesitan organizar rápidamente una gran cantidad de piezas gráficas.

Teniendo en cuenta lo anterior y usando la técnica didáctica la (**Cruz Categorial**), los aprendices deberán leer de forma muy atenta y comprendida el articulo publicado "KIT PARA CREAR LA GUÍA DE ESTILO DE LA MARCA" y con el cual podrán argumentar el por qué utilizar Microsoft Publisher en diferentes entornos, este documento lo puede encontrar en la carpeta Material de Apoyo.
El formato a utilizar para el desarrollo de la actividad, se encuentra en la carpeta instrumentos de evaluación "**3.3. Cruz Categorial**".
Ambiente Requerido: Conexión a Internet, Google Meet.
Materiales: Computador, **3.3. Cruz Categorial**.
Tiempo : 20 minutos.
Fecha de inicio: 15/05/2023.
Fecha de finalización: 15/05/2023.

3.3.2. Manual de Identidad Corporativa: Realizar boceto de la imagen corporativa del proyecto teniendo en cuenta las características necesarias y especificaciones técnicas (logotipo, imagotipo, isologotipo, isotipo)
TDA: Realización de producto - trabajo colaborativo
EDA: Desarrollar boceto del logo del proyecto
Según la conceptualización de logotipo, imagotipo, isologotipo, isotipo, los aprendices realizarán una lluvia de ideas para la realización de la imagen corporativa del proyecto,
posteriormente usaran Microsoft Publisher para el diseño, estructuración e implementación del Logo e imagen coporativa de su proyecto poductivo. Para el desarrollo de esta actividad, puede hacer uso de los siguientes documentos dispuestos en la carpeta de material de apoyo:

- Ejemplo - Manual-Identidad-Corporativa-RENATA-3
- Ejemplo - manual_IMART100308
- KIT PARA CREAR LA GUÍA DE ESTILO

Resultado: Boceto del manual de identidad corporativa del proyecto productivo.
Ambiente Requerido: Conexión a Internet, Google Meet.
Materiales: Computador, internet.
Tiempo : 20 minutos.
Fecha de inicio: 15/05/2023.
Fecha de finalización: 15/05/2023.

1.1. ACTIVIDADES DE TRANSFERENCIA DEL CONOCIMIENTO.

A través de la Técnica Didáctica Activa (TDA) **El Modelo "T"** usted, como aprendiz SENA podrá adquirir conciencia sobre su propio proceso y los logros alcanzados en su aprendizaje, es decir, hacerse una autoevaluación, de todo lo aprendido y de lo que aun falta por aprender, desarrollando el documento llamado "**3.4. Modelo "T"**, ubicado en la carpeta denominada instrumentos de evaluación y material de apoyo.
Ambiente Requerido: Conexión a Internet, Google Meet.
Materiales: Computador, hoja de respuesta "Mi propio proceso (Modelo "T")".
Tiempo : 10 minutos.
Fecha de inicio: 15/05/2023.
Fecha de finalización: 15/05/2023.

NOTA: Despues de terminar el desarrollo de todas las actividades, el aprendiz procederá a guardar todos sus trabajos en una carpeta la cual deberá ser compimidad utilizando winrar o winzip para este proceso y posteriormente enviado al correo electrónico del instructor a cargo de la formación.
Dicho correo es carinconm@sena.edu.co y el archivo adjunto se debera llamar “nombre del aprendiz_el documento de identidad”; Ejemplo: CarlosRincon_10537934222.docx.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

4.1. **Evaluación:** Cada aprendiz haciendo uso del enlace proporcionado por instructor en el siguiente enlace o formulario de la plataforma de Google. Realiza la evaluación de conocimiento propuesta por el instructor en el espacio y fecha destinado para esto, también con el mismo se verifica la asistencias y participación de esta sesión formativa.
https://forms.gle/UFUkcwzexsNJL3hs8
Ambiente Requerido: Conexión a Internet, Google Meet.
Materiales: Computador, Evaluación de Conocimiento.
Tiempo : 20 minutos.
Fecha de inicio: 15/05/2023.
Fecha de finalización: 15/05/2023.

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento : **Evidencias de Desempeño** **Evidencias de Producto:**	Digitaliza imágenes originales requeridas por el proyecto según estándares de calidad. Clasifica el material grafico de apoyo para el diseño de la pieza gráfica de acuerdo con las características del original. Guarda, exporta, importa imágenes en el formato requerido según software a utilizar.	Listas de chequeo Cruz Categorial Modelo T Caso de Uso Evaluación de Conocimiento

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

IDENTIDAD GRÁFICA: Es el compendio de imágenes y recursos gráficos que ayuda a identificar a una institución, persona o producto. Para ello se usa un símbolo, una tipografía particularizada (logotipo) o una combinación de ambos.
IDENTIDAD CORPORATIVA: La identidad corporativa o identidad visual (IVC) es la manifestación física de la marca. Hace referencia a los aspectos visuales de la identidad de una organización. Esta identidad corporativa está relacionada directamente con los siguientes atributos: - Historia o trayectoria de la empresa, proyectos y cultura corporativa, es decir, cómo se hacen las cosas. En general incluye un logotipo y elementos de soporte, generalmente coordinados por un grupo de líneas maestras que se recogen en un documento de tipo Manual Corporativo.

MARCA. La marca resume todo aquello que un cliente final es capaz de percibir de una corporación: un producto o un servicio, la credibilidad de una oferta o una relación de proximidad con el cliente.
SIMBOLO: Un símbolo es la representación perceptible de una idea, con rasgos asociados por una convención socialmente aceptada. Es un signo sin semejanza ni contigüidad, que solamente posee un vínculo convencional entre su significante y su denotado, además de una clase intencional para su designado. El vínculo convencional nos permite distinguir al símbolo del icono como del índice y el carácter de intención para distinguirlo del nombre. Los símbolos son pictografías con significado propio. Muchos grupos tienen símbolos que los representan; existen símbolos referentes a diversas asociaciones culturales: artísticas, religiosas, políticas, comerciales, deportivas, etc.
SLOGAN: es una frase memorable usada en un contexto comercial o político como expresión repetitiva de una idea o propósito publicitario para resumirlo y representarlo en un dicho.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

http://www.ejemplode.com/14-diseno/2974-ejemplo_de_encuesta_de_una_imagen_corporativa.html
Fuente: Ejemplo de Encuesta de una imagen corporativa. http://www.monografias.com/trabajos83/plan-estrategico-imagen-corporativa/plan-estrategico-imagencorporativa.shtml#ixzz3bwVZtj2q.
http://www.villafane.info/files/pdf/Glosario_sobre_Marca.pdf. http://tentulogo.es/blog/diferencias-entre-logotipo-isotipo-imagotipo-marca-imagen-corporativa-identidadvisua/.

Construya o cite documentos de apoyo para el desarrollo de la guía, según lo establecido en la guía de desarrollo curricular

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Carlos Andrés Rincón Montoya	Instructor	FPI	12/05/2023

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					



_____

Firma Instructor

Carlos Andrés Rincón Montoya