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:** Ejecución.
- **Actividad de proyecto:** Desarrollar soluciones publicitarias teniendo en cuenta el plan de comunicación de la organización.
- **Competencias:**
  - 291301077 - Elaborar piezas gráficas de acuerdo con los requerimientos del cliente y principios del diseño gráfico.
  - 260101055 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal.
  - 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:

  - 291301077-04 - Preparar artes finales de acuerdo a las características técnicas del medio.
  - 260101055-02 - Desarrollar contenidos de comunicación digital teniendo en cuenta tácticas del plan de mercadeo digital y normativa publicitaria.

  Claves:

  - 240202501-05 - Presentar un proceso para la realización de una actividad en su quehacer laboral de acuerdo con los procedimientos establecidos desde su programa de formación.

- **Duración de la guía:** Técnicos**:** 336 horas + Claves: 48 horas = 384 horas.

2. Presentación

Las piezas gráficas, con base en el plan de comunicación, deben utilizarse en diferentes medios: impresos, digitales y audiovisuales; dichas piezas deben, al final, tener diferentes formatos de salida y tamaños para su divulgación; es por eso que el aprendiz debe conocer y aplicar el proceso de arte finalizado, necesario

para cualquier proceso de creación publicitaria. La realización de contenidos para medios digitales, como las redes sociales y los sitios web, implican un dominio en diversos temas de arte finalizado, para garantizar en cada canal que la comunicación sea integral y acorde con el concepto creativo y la intencionalidad del anunciante, garantizando que las imágenes y textos tengan la misma estructura y conservando la estética definida en el boceto original.

De igual manera, 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 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 ejecución 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 diez (10) 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></tr>
<tr><td>291301077</td><td>Reflexión de piezas gráficas. GA6-291301077- AA1-EV01.</td><td colspan="2">Artefinalización de piezas. GA6-291301077-AA1-EV02.</td><td colspan="3">Presentación del pretest de la campaña. GA6-291301077-AA1-EV03.</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Horas por semana</td><td>24</td><td>24</td><td>24</td><td>24</td><td>40</td><td>40</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>260101055</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td colspan="4">Presentación del plan de contenidos para medios online. GA6-260101055-AA1-EV01.</td></tr>
<tr><td>Horas por semana</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>40</td><td>40</td><td>40</td><td>40</td></tr>
<tr><td>240202501</td><td>Diagrama de flujo sobre las instrucciones de un proceso laboral. GA6-240202501- AA1-EV01.</td><td>Ensayo conflictos de proceso y equipo de trabajo GA6-240202501- AA1-EV02.</td><td colspan="2">Video presentación ejercicio y bienestar mental. GA6-240202501-AA1-EV03.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Horas por semana</td><td>12</td><td>12</td><td>12</td><td>12</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Horas total semana</td><td>36</td><td>36</td><td>36</td><td>36</td><td>40</td><td>40</td><td>40</td><td>40</td><td>40</td><td>40</td></tr>
</table>

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 GA6-291301077-AA1: Realizar artes finales y contenidos, de acuerdo con los requerimientos del cliente.*

Recuerde que para el desarrollo de esta actividad debe 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: "Artefinalización de piezas gráficas".

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

- **Evidencia GA6-291301077-AA1-EV01: Reflexión de piezas gráficas.**

Actividad para realizar de forma individual.

Muchos errores se cometen en la comunicación desarrollada en las comunicaciones de las empresas y esto se evidencia en las piezas gráficas que son expuestas en los medios. En muchas ocasiones las empresas encargan el diseño de un solo anuncio y este es puesto en diferentes medios sin tener en cuenta que cada uno de ellos exige un formato, tamaño, color, forma y presentación diferentes.

Las siguientes imágenes se utilizaron para el desarrollo de una estrategia de comunicación del Ministerio de Ambiente, una fue impresa y la otra se publicó en dos redes sociales:

Figuras 1 y 2

Estrategia de comunicación Ministerio del Ambiente

Observe las imágenes y realice una reflexión que incluya los siguientes cuestionamientos:



Nota. Tomada de Ministerio del Ambiente

- ¿Qué percepción tiene de cada una de las imágenes en relación con su forma y estética?
- ¿Cree que es adecuado el manejo de la identidad corporativa de la organización en estas imágenes?



- ¿Cómo cree que se afecta el mensaje en la imagen “horizontal” en relación con la imagen en su formato original?
- ¿Por qué cree que se modificaron las proporciones de la imagen con formato “horizontal”?
- ¿Qué cree que pasa con la campaña de acuerdo con la modificación del anuncio?
- ¿Qué diferencias de forma y fondo tienen ambas imágenes?
- ¿Cómo cree que se puede evitar este tipo de situaciones en el manejo de imágenes para diferentes medios?
- Desde su punto de vista como creativo, ¿publicaría ambas piezas o realizaría algún ajuste?

Realice un documento con las respuestas a los cuestionamientos planteados, luego participe en un panel programado por el instructor a través de una plataforma *webinar,* donde lo compartirá con los demás compañeros. Al final, el grupo realizará las conclusiones pertinentes acerca del tema.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** un documento con la reflexión de las piezas gráficas.
- **Formato:** plataforma *webinar*.
- **Extensión:** 30 minutos.
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Reflexión de piezas gráficas. GA6-291301077-AA1-EV01.**

- **Evidencia GA6-291301077-AA1-EV02: Artefinalización de piezas.**

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

El proceso de artefinalizado es necesario e indispensable para el desarrollo de una impecable estrategia de comunicación. Si bien el mensaje lo es todo, la forma como se publica y se pone en los medios es también vital para que el cliente comprenda el mensaje y lo reciba de forma positiva. La percepción que tenga el *target* de la marca depende en gran medida de la estética de los anuncios, la unificación de los colores y el buen manejo que se dé a la identidad corporativa.

Basado en lo anterior y a lo abordado en el componente formativo “Artefinalización de piezas gráficas”, aplique un artefinalizado a la mipyme seleccionada o una de las marcas de su portafolio, donde tenga en cuenta lo siguiente:

- Hacer una revisión del *brief* táctico de la campaña y analizar:
  - Las piezas a desarrollar.
  - Las guías ejecucionales que este contiene para el desarrollo de las piezas publicitarias.

- Revisar el plan de campaña:
  - Objetivos de comunicación.
  - Concepto creativo.
  - Plan de medios.
  - Programación de los medios.

- Revisar el *key* visual de la campaña.

- Realizar el artefinalizado de las piezas creadas para cada uno de los medios seleccionados en el plan de medios y de acuerdo con las estrategias de comunicación del plan de campaña:

  - Asignar color de acuerdo con el medio en el que se va a publicar.
  - Asignar perfil de color para garantizar la unidad en la visualización de la pieza.
  - Incluir los elementos de prensa necesarios para medios impresos: guías de corte, guía de pliegue, reservas, sangrado, objetos y tipografías en contornos, imágenes incrustadas.

- Realizar copia de cada pieza en el formato correspondiente a cada medio, de acuerdo con las exigencias del mismo.

- Hacer un archivo ordenado con cada una de las piezas de arte finalizadas, en el que las piezas de cada medio estén dispuestas en carpetas separadas para el desarrollo de la pauta.

- Incluir elementos de creación de la pieza:

  - Archivos fuente en PDF, Ai, SVG y CDR.
  - Instaladores de las tipografías.
  - Paletas de colores.
  - Imágenes utilizadas.

- Presentar al cliente los diferentes formatos de las piezas gráficas y audiovisuales para el desarrollo de la pauta en los diversos medios. Entregarlo a través de un sistema de alojamiento de archivos digitales (Drive, Dropbox, servidor privado, etc.).

- Presentar el formato PDF y el enlace del archivo con todas las piezas desarrolladas.

- Realizar la presentación del artefinalizado ante el cliente, instructores y demás compañeros del curso en presentación del material para la pauta de la campaña.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** un documento con el desarrollo de las piezas y una presentación del artefinalizado.
- **Formato:** documento PDF y el enlace del archivo con todas las piezas desarrolladas, así como una presentación del material para la pauta de la campaña.
- **Extensión:** libre.
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Artefinalización de piezas. GA6-291301077-AA1-EV02.**

- **Evidencia GA6-291301077-AA1-EV03: Presentación del *pretest* de la campaña.**

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

Cuando se realiza una estrategia de comunicación, ya sea que esté compuesta por un anuncio o por una serie de ellos, es necesario recordar que estos llevan un mensaje al mercado objetivo y que el principal objetivo de la comunicación es que dicho mensaje se entienda claramente y entregue una información limpia y concreta; además, que la respuesta que genere sea lo más positiva y pertinente posible para la empresa.

Por lo anterior y mediante los conocimientos adquiridos en el componente formativo "Artefinalización de piezas gráficas", realice un video del *pretest* de la campaña de máximo 20 minutos. Además, desarrolle una sesión de grupo a través de una plataforma *webinar*, con el fin de analizar las piezas realizadas. El video debe estar soportado con un informe que contenga:

- Cronograma de la sesión.
- Listado de invitados con datos demográficos: nombre, edad, sexo, dirección (ciudad y departamento), ocupación, nivel de estudios.
- Preguntas realizadas.
- Datos recolectados.
- Resultados.
- Conclusiones.
- Ajustes a realizar.
- Realizar ajustes a las piezas de la campaña y hacer entrega de artes finales.
- Subir los videos a una plataforma de alojamiento de videos y enviar enlace de visualización.
- Presente informe en formato PDF y entregue ambos, informe y enlace de los videos, a través del LMS.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** un video del *pretest* de la campaña y un informe de este.
- **Formato:** documento con el enlace del video y un PDF con el informe.
- **Extensión:** libre.
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Presentación del *pretest* de la campaña. GA6-291301077-AA1-EV03.**

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

3.2.1. *Actividad de aprendizaje GA6-260101055-AA1: Elaborar el plan de medios para una campaña, de acuerdo a las artes finales y contenidos construidos.*

Recuerde que para el desarrollo de esta actividad debe seguir trabajando con el grupo que previamente conformó con la mipyme elegida.

Duración: 192 horas.

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

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

- **Evidencia GA6-260101055-AA1-EV01: Presentación del plan de contenidos para medios *online*.**

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

Dentro del proceso de *marketing* digital (que ya se comenzó con el plan de *marketing* en una guía anterior), la empresa debe contemplar la necesidad de crear diferentes tipos de contenidos para la promoción de la marca, el producto o servicio, a través de los diferentes medios digitales. En este punto ya se tiene estructurado un plan que combina estrategias *offline* y *online* que, al desarrollarse en una estrategia integral, pueden representar un mayor nivel de efectividad en posicionamiento, impacto al mercado objetivo e incremento en las ventas.

Por lo anterior y lo ya aprendido con el componente formativo "Diseño de contenidos digitales", desarrolle para la mipyme seleccionada o una de las marcas de su portafolio, un plan de contenidos *online* en el que deben:

- Incluir 3 artículos para publicación en redes sociales y blogs, con temáticas acordes a los productos o servicios de la mipyme seleccionada.
- Diseñar un portfolio de productos y/o servicios para publicar en la *web* y las redes sociales de la empresa.
- Crear un video promocional para uno de los productos de la empresa.
- Desarrollar 10 *posts* adaptados para las diferentes redes sociales: Facebook, Instagram, WhatsApp. (aplicar proceso de artefinalizado).
- Publicar en las redes sociales que, en las actividades de la guía 4, fueron creadas para la mipyme o una de sus marcas: Facebook, Instagram y blog o sitio *web* (Wordpress).
- Presentar en formato PDF y video todas las piezas artefinalizadas gráficas y audiovisuales.
- Realizar la presentación del plan de contenidos digitales a través de una plataforma *webinar* ante el instructor y el empresario.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** un video y un informe de todas las piezas artefinalizadas.
- **Formato:** documento PDF y archivo AVI, WMV, MOV, MP4, o el de su preferencia, con todas las piezas artefinalizadas.
- **Extensión:** libre.
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Presentación del plan de contenidos para medios online. GA6-260101055-AA1-EV01.**

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 GA6-240202501-AA1: Simular un proceso para la realización de una actividad en su quehacer laboral.*

Dentro de los contextos laborales, es necesario tener en cuenta las diferentes situaciones en las que se pueden poner en práctica los conocimientos adquiridos. Dentro de estos destaca el indicar los procedimientos a seguir, dar recomendaciones, sugerencias e indicaciones, en caso de emergencia, porque es importante comprenderlas y ponerlas en práctica, así como el poder emitirlas dando soluciones a diferentes situaciones problemáticas que puedan darse, empleando la descripción del contexto inmediato en el que se encuentra el usuario del idioma. En idiomas, es bastante útil este conocimiento, ya que permite ese intercambio conversacional con otros hablantes estableciendo actos comunicativos eficientes y provechosos dentro de contextos laborales y personales.

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 7 - MCERL B1.2.

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

- **GA6-240202501-AA1-EV01. Diagrama de flujo sobre las instrucciones de un proceso laboral.**

Es importante tener en cuenta que un diagrama de flujo de procesos es una de las herramientas gráficas tradicionales utilizadas y se desarrolla con el debido cuidado, por lo que se deberá crear un diagrama que trace un proceso del quehacer laboral del aprendiz o afín al programa de formación, en el que se pueda identificar y analizar un proceso administrativo, de producto o académico.

Para dibujar el diagrama de flujo, identifique las tareas y decisiones durante el proceso y escríbalas en orden en Inglés; luego, organice estos pasos a través de un diagrama de flujo, usando los símbolos apropiados y de acuerdo con el documento anexo “Guia_para_elaborar_diagrama_de flujo”.

Finalmente, verifique su diagrama de flujo para asegurarse de que representa con precisión el proceso y que muestra la forma más eficiente de hacer el trabajo.

A continuación, puede ver algunos ejemplos de diagramas de flujo que lo pueden guiar para la construcción propia:

Descripción	Fuente
Diagrama de flujo que describe las formas de identificar los diferentes componentes de una muestra de	ISA-TAB-Nano flowchart.jpg - Wikimedia Commons. (2021, Apr. 27).

material para guiar la creación de componentes moleculares.	https://commons.wikimedia.org/wiki/File:ISA-TAB-Nano_flowchart.jpg
Diagrama de flujo que muestra el proceso de nombramiento de los magistrados de la Corte Suprema de los Estados Unidos.	SCOTUS appointment flowchart.svg - Wikimedia Commons. (2021, Apr. 7). https://commons.wikimedia.org/wiki/File:SCOTUS_appointment_flowchart.svg
Este diagrama de flujo representa el proceso de desarrollo e implementación en uso por Wikimedia.	Wikimedia development and deployment flowchart.png - Wikimedia Commons. (2014, Mar. 04). https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Wikimedia_development_and_deployment_flowchart.png

Recuerde que puede utilizar algunas herramientas digitales, como Canva, Draw.io o LucidChart; incluso Word y Excel permiten crear el esquema y organizarlo de acuerdo con cada necesidad.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** diagrama de flujo que representa las instrucciones de un proceso relacionado con su quehacer laboral o programa de formación.
- **Formato:** exportar a PDF el diagrama de flujo desde la herramienta digital utilizada.
- **Extensión:** se deben definir todas las entradas y salidas del proceso, así como las actividades que se desarrollan en el mismo.
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Diagrama de flujo sobre las instrucciones de un proceso laboral. GA6-240202501-AA1-EV01.**

- **GA6-240202501-AA1-EV02. Ensayo conflictos de proceso y equipo de trabajo.**

El contexto laboral o académico genera diferentes puntos de vista y es parte de la condición humana, y a medida que la vida se vuelve más disputable y compleja, la gestión de conflictos de interés sigue creciendo.

De acuerdo con lo anterior, elabore un escrito, de una página aproximadamente, en donde narre algún tipo de conflicto que haya tenido en el campo laboral o académico, empleando funciones gramaticales y vocabulario visto en el componente formativo English Level 7 MCE B1.2 (adverbial clauses, idiomatic expressions, phrasal verbs)

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar**: documento escrito en el que se expone alguna situaciones de conflicto laboral o académico.
- **Extensión:** 1 página, con tipo de letra arial, tamaño 12 e interlineado doble.
- **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: **Ensayo conflictos de proceso y equipo de trabajo GA6-240202501-AA1-EV02.**

- **GA6-240202501-AA1-EV03. Video presentación ejercicio y bienestar mental.**

El bienestar en el ámbito laboral y académico se relaciona con todos los procesos de la vida, desde la calidad y seguridad del entorno físico, hasta cómo se siente una persona respecto a las actividades que realiza, así como su entorno, clima, estrés y salud.

De acuerdo con lo anterior y lo propuesto en el componente formativo, por medio de un video corto, activando su cámara web, de forma oral, realice una presentación desde su experiencia laboral o académica sobre la gestión que se realiza en los procesos organizacionales y de bienestar relacionados con nutrición (*vocabulary about food and cooking*), actividad física y ejercicio (*sports vocabulary*), para mostrar un vínculo directo entre los niveles de productividad y la salud general y bienestar.

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 o Prezi, en la que se dispongan algunas diapositivas con imágenes y textos para dar cuenta de la presentación de la importancia del ejercicio, la nutrición y el bienestar mental.

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 relacionadas con los procesos organizacionales en bienestar y calidad de vida, haciendo énfasis en nutrición, actividad física y ejercicio.
- Diapositiva relacionada con los referentes bibliográficos.

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 que, de forma oral, denote buena pronunciación y su aprendizaje sobre las temáticas estudiadas y abordadas.

Para la realización de la emisión del video, deberá encender su cámara *web* y mostrar la pantalla con las diapositivas creadas. La recomendación es utilizar alguna herramienta digital que permita grabar el video y la pantalla, como Screencast-o-matic, Loom, Camtasia, recordscreen.io, scrnrcrd.com o, 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 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 ejercicio y bienestar mental. GA6-240202501-AA1-EV03.**

4. Actividades de evaluación

Evidencias de aprendizaje	Criterios de evaluación	Técnicas e instrumentos de evaluación

Evidencia de conocimiento: Reflexión de piezas gráficas. GA6-291301077-AA1-EV01.	Entrega piezas artefinalizadas de acuerdo con el medio seleccionado.	**Lista de chequeo:** IE-GA6-291301077-AA1-EV01.
Evidencia de producto: Artefinalización de piezas. GA6-291301077-AA1-EV02.	• Estructura cromatismo y composición de la pieza de acuerdo con el objetivo de comunicación y la estrategia creativa. • Presenta la pieza elaborada a la organización, de acuerdo con la solicitud de la campaña. • Entrega piezas artefinalizadas de acuerdo con el medio seleccionado.	**Lista de chequeo:** IE-GA6-291301077-AA1-EV02.
Evidencia de desempeño: Presentación del *pretest* de la campaña. GA6-291301077-AA1-EV03.	Ajusta las piezas elaboradas teniendo en cuenta las acciones de mejora.	**Lista de chequeo:** IE-GA6-291301077-AA1-EV03.
Evidencia de producto: Presentación del plan de contenidos para medios *online*. GA6-260101055-AA1-EV01.	• Concreta los contenidos y piezas gráficas de la campaña digital según los parámetros de usabilidad. • Presenta los contenidos para el plan de *marketing* digital con base en las técnicas creativas utilizadas. • Utiliza herramientas digitales teniendo en cuenta el modelo de negocio en línea.	**Lista de chequeo:** IE-GA6-260101055-AA1-EV01.
Evidencia de conocimiento: Diagrama de flujo sobre las instrucciones de un proceso laboral. GA6-240202501-AA1-EV01.	• Sigue instrucciones de un proceso relacionado con su quehacer laboral. • Hace uso de términos y expresiones relacionadas con su ámbito laboral específico. • Es capaz de hacer una presentación breve y preparada sobre un tema dentro de su especialidad con la suficiente claridad como para que se pueda seguir sin dificultad la mayor parte del tiempo y cuyas ideas principales están	**Lista de chequeo:** IE-GA6-240202501-AA1-EV01.
Evidencia de producto: Ensayo conflictos de proceso y equipo de trabajo. GA6-240202501-AA1-EV02.		**Lista de chequeo:** IE-GA6-240202501-AA1-EV02.

Evidencia de desempeño: Video presentación ejercicio y bienestar mental. GA6-240202501-AA1-EV03.	explicadas con una razonable precisión.	**Lista de chequeo:** IE-GA6-240202501-AA1-EV03.

5. Glosario de términos

Audiovisual: “hace referencia a la manera de integrarse e interrelacionarse de forma plena entre lo auditivo y lo visual, buscando con ello la producción de una nueva realidad o lenguaje” (Reimers Design, s.f.).

Bienestar: “el estado de sentirse cómodo, saludable o feliz". Con el tiempo, es concebible que esta definición se perfeccione para reflejar el contexto de vida.

Cláusulas adverbiales: una cláusula adverbial es un grupo de palabras que desempeña el papel de un adverbio. (Como todas las cláusulas, una cláusula adverbial contiene un sujeto y un verbo).

Conflicto de intereses: ocurre cuando una parte tiene intereses o lealtades en competencia debido a sus deberes para con más de una persona u organización. Una persona con un conflicto de intereses no puede hacer justicia a los intereses reales o potencialmente conflictivos de ambas partes.

Creatividad: “actividad creadora o capacidad imaginativa de hallar soluciones nuevas o ideas originales. La creatividad es la aptitud del ser humano para la combinatoria, es decir, la combinación de formas y mensajes nuevos a partir de combinaciones originales de signos” (Reimers Design, s.f.).

Curvas de Bézier: “en aplicaciones de dibujo, es una línea curva entre dos puntos de control. Cada punto es una pequeña base de datos, o vector, que almacena información, como su grosor, color, medida y dirección” (Reimers Design, s.f.).

Diagrama de flujo: es un esquema de los pasos separados de un proceso en orden secuencial, que se puede adaptar para una amplia variedad de propósitos y se puede utilizar para describir varios procesos, como un proceso de fabricación, un proceso administrativo o de servicio o un plan de proyecto. Es una herramienta común de análisis de procesos.

Díptico: “pequeño folleto de cuatro caras plegado por la mitad (generando dos hojas). Impreso de dos caras impresas enfrentadas, con el reverso en blanco” (Reimers Design, s.f.).

***Flyer*:** “volante”. El *flyer* es un recurso publicitario con formato impreso (aunque también se puede aplicar en el mundo digital) en el cual se anuncia o presenta algo de una marca o empresa” (Reimers Design, s.f.).

***Font* (fuente):** “tipografía utilizada para un texto. Es un conjunto de caracteres en un tipo y tamaño específico. Ej. Helvética de 12 puntos” (Reimers Design, s.f.).

Gerundio: es una forma del verbo finalizada en “ing” que funciona como un sustantivo y tiene relación con actividades finalizadas o concretas.

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.).

Ilustración vectorial: "concepto vinculado a la imagen digital (compuesta por mapa de bits), aunque se compone de elementos geométricos independientes que se combinan para crear dibujos y figuras más complejas" (Reimers Design, s.f.).

Infinitivo: es una forma del verbo antecedida por "*to*" que funciona como un sustantivo y tiene relación con acciones futuras o abstractas.

Línea de corte: "son las líneas que indican la medida del formato acabado (papel). Pequeñas líneas que indican por donde guillotinar un trabajo una vez impreso" (Reimers Design, s.f.).

Paleta de colores: "conjunto de colores disponibles para ser utilizados en una imagen. Es una de las herramientas de diseño gráfico elementales, ya que se utiliza para crear combinaciones de colores que trabajen bien juntos" (Reimers Design, s.f.).

Pixel: "un solo punto en una imagen. Cada uno de los puntos que forman un BITMAP. La unidad más pequeña de la pantalla del ordenador. Similar en pantalla a los puntos de trama por pulgada del material impreso" (Reimers Design, s.f.).

Reserva: "parte posterior de una hoja de papel. La hoja del lado izquierdo, vuelta del pliego impreso. Espacio libre que se deja en un fondo para insertar otro elemento o para dejarlo en blanco. En acabado de superficie, técnica que se emplea para el recubrimiento parcial del impreso" (Reimers Design, s.f.).

Sangría: "en tipografía, la sangría desplaza la línea o líneas de introducción de un texto con determinados caracteres blancos o espacios" (Reimers Design, s.f.).

Verbo transitivo: es un verbo que requiere del uso de un objeto directo sobre el que recae la acción.

Verbo intransitivo: es un verbo que no requiere del uso de un objeto directo.

Verbos compuestos: son verbos que contienen una o más partículas que hacen que el significado del verbo cambie ligera o totalmente.

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/

Ainslie, G. (1986). Beyond microeconomics: Conflict among interests in a multiple self as a determinant of value. *The multiple self*, p. 133-175. https://www.suz.uzh.ch/dam/jcr:ffffffff-f952-f950-ffff-ffff869f7f5a/05.13_ainslie_86.pdf

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

Gil, Y. y Vallejo, E. (2008). *Guía para la identificación y análisis de los procesos de la Universidad de Málaga*. Universidad de Málaga. https://www.uma.es/publicadores/gerencia_a/wwwuma/guiaprocesos.pdf

International Labour Organization. (2009). *Workplace well-being*. https://www.ilo.org/global/topics/safety-

and-health-at-work/areasofwork/workplace-health-promotion-and-well-being/WCMS_118396/lang--en/index.htm

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

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

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

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

Sabbagh, A. y Mackinlay, M. (2012). *El método de la innovación creativa: Un sistema para generar ideas y transformarlas en proyectos sustentables*. Ediciones Granica S.A.

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

Vaughan Systems. (2013). *Inglés. Ciclo formativo. Grado superior*. McGraw-Hill Education.

7. Control del documento

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Manuel Augusto Arias López	Instructor – Experto temático	Regional Quindío - Centro de Comercio y Servicios	Agosto de 2020
	Vilma Perilla Méndez	Evaluadora Instruccional	Regional Distrito Capital - Centro de Gestión Industrial	Septiembre 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
	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)					