PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

Producción de contenido audiovisual para Redes Sociales

- Denominación del Programa de Formación: Técnico en Integración de Contenidos Digitales
- Código del Programa de Formación: 524704 V1
- Nombre del Proyecto Formativo: Desarrollo de estrategias de planeación y ejecución de comunicación visual para MiPymes a través del uso de herramientas de integración de contenidos digitales.
- Fase del Proyecto: Análisis
- Actividad de Proyecto Formativo: diseñar la estructura y los elementos gráficos y audiovisuales de la estrategia a partir de los requerimientos del proyecto.
- Competencia: 220501102 - Integrar elementos multimedia de acuerdo con técnicas y herramientas de producción digital.
- Resultados de Aprendizaje: 584306 - editar los elementos gráficos y audiovisuales de acuerdo con las características técnicas del medio de difusión.
- Duración de la Guía de Aprendizaje: 100 horas (80-20)

2. PRESENTACIÓN

¡Bienvenidos al emocionante mundo de la producción de contenido audiovisual! En la era digital hoy más que nunca, los contenidos audiovisuales son la clave para destacar los diferentes productos o servicios y conectar con audiencias de manera efectiva. En esta guía de aprendizaje, nos centraremos en la producción y edición de video para redes sociales, una habilidad fundamental para el éxito en el marketing digital. Las empresas, sin importar su tamaño, requieren contenido visual de calidad para aumentar su visibilidad, generar interacción y, lo más importante,

fortalecer su crecimiento empresarial en plataformas como Instagram, TikTok, YouTube y Facebook.

Durante este recorrido, aprenderás a crear videos atractivos y profesionales, desde la planificación de la idea hasta el montaje final, utilizando herramientas y técnicas accesibles. Además, descubrirás cómo adaptar el contenido a las necesidades de la audiencia, mejorar la calidad de los videos y optimizar su impacto en las redes sociales.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de reflexión inicial:

¿Alguna vez has observado cómo se lanza un barco al agua o un cohete al espacio? Estos procesos son altamente complejos y requieren una gran planificación y coordinación. De manera similar, lanzar un nuevo producto al mercado implica un esfuerzo significativo. En Colombia, existe una fuerte tendencia al emprendimiento. Debido a los cambios en la economía y los contextos laborales, muchas personas han optado por iniciar su propio negocio. Sin embargo, el verdadero desafío es conectar con las personas que realmente necesitan el producto o servicio que se ofrece.

¿Cuál consideras que es la mejor estrategia para destacar un producto o servicio y lograr que una empresa se posicione en el mercado?

Descripción de la actividad:

Reúnanse en equipos, de 5 aprendices. Cada equipo representará una empresa que se enfrentará al reto de posicionar un producto o servicio. Elijan un producto o servicio poco convencional o difícil de vender.

Algunos ejemplos pueden ser: Un hueco, Humo, Un lápiz sin mina, Un servicio curioso o fuera de lo común. Den un nombre a su empresa que sea creativo y represente el producto o servicio que eligieron.

Asignen roles dentro del equipo. Ejemplo: Gerente general: Coordina y supervisa el trabajo del equipo.

Especialista en mercadeo: Diseña estrategias para captar la atención del público.

Encargado de compras: Identifica los recursos necesarios para desarrollar y promocionar el producto.

Publicista: Diseña la estrategia comunicativa y crea los mensajes publicitarios.

Diseñador gráfico: Propone elementos visuales atractivos.

Diseño de la estrategia publicitaria:

Utilicen los recursos disponibles (cartulina, colores, hojas de papel, dispositivos electrónicos, etc.) para diseñar una estrategia publicitaria que convenza al público de comprar el producto o adquirir el servicio. Nombre del producto o servicio: Asegúrense de que sea atractivo y fácil de recordar. Mensaje clave: Creen un mensaje que resalte el beneficio principal del producto o servicio. Estrategia de promoción: Piensen en cómo llegarían a su público objetivo (redes sociales, eventos, demostraciones, etc.).

Eslogan: Diseñen una frase breve, creativa y llamativa.

Cada equipo tendrá un tiempo asignado (por ejemplo, 10 minutos) para presentar su producto o servicio al resto del grupo. La presentación debe incluir:

- Descripción del producto o servicio.
- Estrategia publicitaria diseñada.
- Razones por las que creen que será exitoso en el mercado.

Evaluación y retroalimentación:

Una vez finalizadas las presentaciones, cada equipo recibirá comentarios constructivos de sus compañeros y del Instructor sobre su creatividad, claridad y efectividad de la estrategia.
Reflexionen juntos sobre los retos de destacar en el mercado y la importancia de la innovación en las estrategias publicitarias.

Originalidad del producto o servicio seleccionado. Creatividad en la estrategia publicitaria.
Claridad y dinamismo en la presentación. Trabajo en equipo y asignación de roles.
Recuerden que esta actividad tiene como objetivo desarrollar su creatividad, trabajo colaborativo y habilidades para resolver problemas relacionados con el emprendimiento. ¡Diviértanse y aprendan en el proceso!

Ambiente requerido: Aula Convencional.

Estrategias o técnicas didácticas activas: dinámica grupal, panel de discusión y juego de roles

Materiales de formación: Fundamentos de Marketing Digital, leer numerales 1, 2, 3

Material de apoyo: video: Así Cambiará el Marketing Digital este 2025 | 10 Estrategias Prácticas.

Archivo Pdf: estrategia publicitaria

Duración de la actividad: 5 horas.

3.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje:

El contenido audiovisual mejora significativamente la comunicación entre las empresas y sus clientes, ya que estos buscan productos o servicios que satisfagan sus necesidades. Sin embargo, en muchas ocasiones, dichos productos o servicios pueden ofrecer beneficios adicionales que van más allá de la simple satisfacción de necesidades. La falta de estrategias comunicativas eficaces impide que un mayor número de personas conozca y acceda a estos beneficios.

Uno de los principales factores que dificultan el alcance del contenido es su falta de atractivo para el público objetivo, lo que hace que gran parte de los esfuerzos en publicidad resulten en vano. En la actualidad, con el crecimiento de las redes sociales y el auge de dispositivos móviles que permiten realizar múltiples actividades, es posible generar contenido de alta calidad. Un caso destacado es el uso de teléfonos móviles,

que ahora cuentan con cámaras de alta resolución capaces de producir materiales audiovisuales de óptima calidad.

Para iniciarse en la creación de contenidos digitales, específicamente para redes sociales utilizando dispositivos móviles, es fundamental comprender primero los conceptos básicos de la fotografía. Esto permitirá posteriormente crear contenido audiovisual atractivo, como videos, que resulten efectivos para captar la atención del público. Muchas empresas han demostrado que, gracias al uso estratégico de contenido audiovisual, han logrado el éxito en la publicidad y el crecimiento de sus redes sociales.

1. Conocer los conceptos básicos de fotografía enfocada en dispositivos móviles como lo son los planos, ángulos, encuadres, color etc.

2. Explorar las técnicas de composición en fotografía como lo son: reglas de tercios, encuadre, leyes de la Gestalt, Proporción áurea etc.

3. Encontrar la relación entre la fotografía y la producción audiovisual como medio de estrategia en la creación de contenidos digitales

Descripción de la actividad:

Aplica los planos y los ángulos de la cámara mediante un safari fotográfico, enfocado en la fotografía de producto. Para ello, deberás realizar dos fotografías utilizando cada uno de los planos y ángulos estudiados durante la sesión formativa.

Es importante tener en cuenta los conceptos de composición fotográfica aprendidos, asegurando que cada imagen cumpla con los principios visuales adecuados.

Posteriormente, prepara una presentación para el grupo de aprendices, donde muestres tus fotografías, expliques los planos y ángulos utilizados, y etiquetes cada imagen de manera clara y precisa.

Ambiente requerido: Aula Convencional

Estrategias o técnicas didácticas activas: ejercicios prácticos, socialización de experiencias actividad de observación

Materiales de formación: 1. fotografía de producto y medios audiovisuales. 2. Principios de la teoría general de la imagen. 3. Fundamentos de fotografía digital

Material de apoyo: video :1. fotografía con celular. 2. Video: Grafica Publicitaria de impacto.

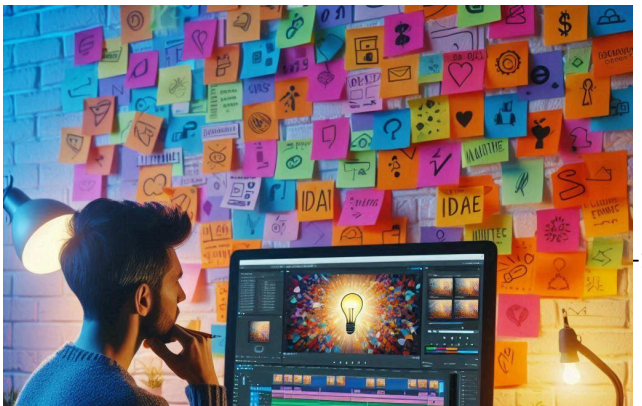
3. Iluminación en fotografía

Duración de la actividad: 25 horas.

3.3 Actividades de apropiación:

Crear contenido audiovisual para redes sociales partiendo de los elementos de preproducción, producción y postproducción mediante la elaboración de videos y la edición usando aplicaciones específicas.

Conceptos Básicos de edición de video.



Descripción de la actividad:

Aprender los conceptos básicos de edición de video mediante la exploración práctica de una aplicación de edición de video. Reconocer herramientas clave

como línea de tiempo, recorte, escenario, rotación, escala, posición, transiciones, filtros y ajustes de propiedades.

Instrucciones para la Evidencia:

Explorar diferentes aplicaciones de edición de video, Ingrese a una aplicación de edición de video de su preferencia, Identifique las herramientas necesarias para realizar recorte, escala, posición, transiciones, filtros, y otros ajustes de edición.

Descarga diferentes videos e impórtalos en la aplicación. Coloca los videos en la línea de tiempo. Aplica transiciones, filtros, y sonido. Elabora un documento (Infografía, Presentación, mapa mental) que incluya: Una descripción de 10 herramientas o elementos de edición de video, indicando su uso o significado. Capturas de pantalla que muestren la ubicación de cada herramienta en la aplicación. El documento y el producto gráfico deberán demostrar claramente su comprensión de los conceptos de edición de video y el uso de las herramientas.

Ambiente requerido: Aula abierta

Estrategias o técnicas didácticas activas: Mentefactos, redes conceptuales, ideogramas, infografía, presentaciones.

Materiales de formación: 1. Manual de edición de video.

Material de apoyo: Manual adobe premier, 2. Video Adobe premier pro 2024.

Evidencias de aprendizaje: Producto gráfico sobre las herramientas de edición de video (Infografía, Presentación, mapa mental) nómbralo como ***02_Producto_gráfico_3.3,*** y sube la evidencia a tu portafolio.

Instrumentos de evaluación: rúbrica

Duración de la actividad: 10 horas.

Edición de un video Creativo.

Descripción de la actividad:

Realizar un video creativo y de calidad que promueva acciones positivas en el entorno, utilizando herramientas básicas de edición de video. Para esta actividad realice lo siguiente. Elija un tema para su campaña que promueva valores o acciones positivas relacionadas con el medio ambiente, la convivencia, el deporte, la música u otra área de impacto social.

Elabora un guion que defina el mensaje y la estructura del video (inicio, desarrollo y cierre).

Diseña un storyboard si lo consideras necesario, para visualizar las escenas antes de grabar.

Graba los videos o recolecte materiales visuales que se alineen con la temática elegida.

Asegúrate de obtener clips con buena iluminación y calidad de audio.

Utiliza una aplicación de edición de video y realice lo siguiente

Recorte: Ajusta los clips eliminando partes innecesarias.

Línea de tiempo: Organiza los clips en el orden correcto.

Rotación, escala y posición: Ajusta estos parámetros para perfeccionar la composición visual.

Transiciones: Aplica efectos de transición entre clips para dar fluidez al video.

Filtros y efectos: Agrega filtros y efectos visuales que se alineen con la temática.

Sonido: Incorpora música, efectos de sonido o narraciones que refuercen el mensaje.

Ajustes de color y tonalidades: Corrige el color y tonalidades para mejorar la estética y coherencia visual.

Asegúrate de que el video tenga una resolución adecuada (HD o superior) y que el sonido sea claro y de buena calidad.

Ambiente requerido: Aula Abierta

Estrategias o técnicas didácticas activas: ejercicio práctico, proyección de evidencia

Materiales de formación: Manual ADOBE PREMIER PRO 2. video ADOBE PREMIER PRO 2024.

Material de apoyo:

Evidencias de aprendizaje: video creativo promotor de acciones positivas.

Instrumentos de evaluación: Rúbrica

Duración de la actividad: 20 horas.

Promover la responsabilidad, puntualidad y el seguimiento adecuado de los parámetros técnicos en la entrega de las evidencias de edición de video.

Entrega puntual de las evidencias.

Cumplimiento de los parámetros técnicos y criterios establecidos.

Uso correcto de las herramientas de edición de video según lo aprendido.

Compromiso con la calidad y coherencia en las entregas

3.4 Actividades de Transferencia el Conocimiento:

Video Publicitario para Redes Sociales sobre un Producto o Servicio de la Empresa

El video de producto es una herramienta esencial en la creación de contenido digital, especialmente en un entorno donde la comunicación visual predomina. Su importancia radica en la capacidad de transmitir mensajes de manera efectiva, captar la atención del público y fomentar tanto las decisiones de compra como la interacción con un servicio.

Descripción de la actividad:

Para esta actividad, realiza un video publicitario que destaque un producto o servicio de la empresa que seleccionaste para tu proyecto. El video debe cumplir con las siguientes características:

Duración: entre 20 y 45 segundos.

Contenido: debe presentar el producto o servicio de forma atractiva e impactante, utilizando elementos como música, narrativa y efectos de sonido.

Pasos para la realización del video:

Preproducción:

Elabora un guion detallado que contemple todos los elementos necesarios para la creación del video. Incluye escenas, diálogos, música y efectos que permitan transmitir el mensaje de manera clara y efectiva.

Producción:

Graba el video utilizando un dispositivo adecuado que garantice una buena calidad de imagen y sonido. Asegúrate de aplicar los principios básicos de captura aprendidos en la guía, como iluminación, encuadre y estabilidad.

Posproducción:

Edita el video utilizando un software especializado.

Incorpora efectos visuales como filtros, transiciones, ajustes de posición, rotación, escala y color para mejorar la calidad y el impacto visual del material.

Consulta las especificaciones técnicas, como medidas, resolución y perfil de salida, antes de exportar y publicar el video.

Nota: El video final debe estar optimizado para su publicación en redes sociales, considerando las características y estándares de cada plataforma. Para esta actividad, realiza un video publicitario que destaque un producto o servicio de la empresa que seleccionaste para tu proyecto. El video debe cumplir con las siguientes características:

Duración: entre 20 y 45 segundos.
Contenido: debe presentar el producto o servicio de forma atractiva e impactante, utilizando elementos como música, narrativa y efectos de sonido.

Pasos para la realización del video:
Preproducción:

Elabora un guion detallado que contemple todos los elementos necesarios para la creación del video. Incluye escenas, diálogos, música y efectos que permitan transmitir el mensaje de manera clara y efectiva.
Producción:

Graba el video utilizando un dispositivo adecuado que garantice una buena calidad de imagen y sonido.
Asegúrate de aplicar los principios básicos de captura aprendidos en la guía, como iluminación, encuadre y estabilidad.
Posproducción:

Edita el video utilizando un software especializado.
Incorpora efectos visuales como filtros, transiciones, ajustes de posición, rotación, escala y color para mejorar la calidad y el impacto visual del material.
Consulta las especificaciones técnicas, como medidas, resolución y perfil de salida, antes de exportar y publicar el video.
Nota: El video final debe estar optimizado para su publicación en redes sociales, considerando las características y estándares de cada plataforma.

Ambiente requerido: Aula abierta

Estrategias o técnicas didácticas activas:

Materiales de formación:

Material de apoyo:

Evidencias de aprendizaje: Video Publicitario para Redes Sociales sobre un Producto o Servicio de la Empresa. Nómbralo como ***02_Video_Publicitario_3.4,*** y sube la evidencia a tu portafolio

Instrumentos de evaluación: Lista de Chequeo

Duración de la actividad: 25 horas.

4. PLANTEAMIENTO DE EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE PARA LA EVALUACIÓN EN EL PROCESO FORMATIVO.

Fase del proyecto formativo	Actividad del proyecto formativo	Actividad de Aprendizaje	Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Análisis	Diseñar la estructura, los elementos gráficos y audiovisuales de la estrategia a partir de los requerimientos del proyecto.	**Video Publicitario para Redes Sociales sobre un Producto o Servicio de la Empresa**	**Producto gráfico sobre las herramientas de edición de video (Infografía, Presentación, mapa mental)** **Video Publicitario para Redes Sociales sobre un Producto o Servicio de la Empresa**	**optimiza los elementos gráficos y audiovisuales conforme a las especificaciones técnicas de la estrategia digital.** **Importa y exporta los elementos audiovisuales siguiendo las especificaciones técnicas de la estrategia digital.**	**Rúbrica** **Rúbrica**

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Audiencia: Conjunto de personas que consumen un contenido o siguen una marca en redes sociales u otros canales de comunicación.

Creatividad: Habilidad de generar ideas originales y soluciones innovadoras, especialmente en la producción de contenido visual y digital.

Concepto: Idea central o enfoque que guía la creación de un producto o campaña, especialmente en marketing y producción de contenido.

Diseñar: Proceso de crear y planificar visualmente un producto, una campaña o un contenido, considerando sus aspectos estéticos y funcionales.

Estrategia: Plan de acción a seguir para lograr objetivos específicos, como aumentar la visibilidad de una marca, atraer clientes o mejorar la interacción con la audiencia.

Eslogan: Frase corta y memorable utilizada para promover una marca, producto o campaña, que refleja su identidad y valores.

Facebook: Plataforma de redes sociales centrada en la interacción social, la creación de contenido y la promoción de marcas a través de publicaciones, imágenes y videos.

Instagram: Red social visual centrada en compartir fotos y videos, ideal para mostrar productos, servicios y conectar con audiencias a través de historias y publicaciones.

Marketing Digital: Estrategias y técnicas de marketing aplicadas en entornos digitales para promover productos, servicios y marcas a través de internet y plataformas sociales.

Producto: Bien o servicio que se ofrece al mercado con el objetivo de satisfacer las necesidades o deseos de los consumidores.

Rol: Función o responsabilidad que se tiene en un equipo o proyecto, especialmente en la creación y distribución de contenido audiovisual.

Servicio: Actividad o conjunto de actividades que una empresa ofrece a los clientes para satisfacer sus necesidades, sin que se produzca un bien físico.

TikTok: Plataforma de redes sociales enfocada en la creación y distribución de videos cortos, conocida por su formato creativo y viral.

Video: Contenido audiovisual que combina imágenes en movimiento y sonido, utilizado para comunicar ideas, historias o promocionar productos y servicios.

YouTube: Plataforma de videos en línea que permite a los usuarios cargar, ver y compartir videos, utilizada ampliamente para la promoción de marcas y contenido educativo

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

Construya o cite documentos de apoyo para el desarrollo de la guía, según lo establecido en la guía de desarrollo curricular. (**BIBLIOGRAFÍA / WEBGRAFÍA).**

Ambrose Harris (2008) Imagen Parramon editorial

Ruiz Antonio (2024) Los principales elementos del lenguaje audiovisual Escuela superior de Barcelona recuperado de https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/diseno/lenguaje-audiovisual

Juanta de Leon y Castilla Breve introducción al lenguaje audiovisual, Gobierno de España Recuperado de:
https://www.educa.jcyl.es/educacyl/cm/gallery/leer-la-imagen/6_P_Realidad_o_ficcion_El_vendedor_de_humo/assets/anexo.-breve-introduccion-al-lenguaje-audiovisual.pdf

Pirela Sojo, Fanny (24 de octubre de 2024). Fotografía digital. Enciclopedia Concepto. Recuperado el 18 de noviembre de 2024 de https://concepto.de/fotografia-digital/. Fuente: https://concepto.de/fotografia-digital/#ixzz8u3TzO2Ax

Dian Hernández Estratega Digital Canaco CDMX Fotografía su importancia en los medios digitales fuente https://ccmexico.com.mx/blog/fotografia-su-importancia-en-los-medios-digitales/

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Giovanni Alejandro Sierra Moreno**	**Instructor**	**Articulación CGMLTI**	**10 de diciembre de 2024**
	Julián Camilo Maturana Martínez	**Instructor**	**Articulación CGMLTI**	**10 de diciembre de 2024**

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					