 <p>Modelo de Mejora Continua</p>	<p>LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA CLIENTE RED TECNOLÓGICA VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN</p>	
<p>DISEÑO DE ACCIONES DE FORMACION COMPLEMENTARIA</p>		
<p>CÓDIGO:</p>	<p>DENOMINACIÓN DEL PROGRAMA</p>	
<p>62360002</p>	<p>CREACION DE CONTENIDO DIGITAL PARA REDES SOCIALES</p>	
<p>VERSIÓN: 1</p>	<p>SECTOR DEL PROGRAMA: SERVICIOS</p>	
<p>Vigencia del Programa</p>	<p>Fecha inicio Programa: 08/09/2020 Fecha Fin Programa: El programa aún se encuentra vigente</p>	
<p>DURACIÓN MÁXIMA</p>	<p>48 horas</p>	
<p>JUSTIFICACIÓN:</p>	<p>Las organizaciones necesitan establecer acciones estratégicas de marketing para su crecimiento y desarrollo comercial. Según el blog Rd station en un artículo publicado el 2 de abril del 2020 Es necesario tener una mirada estratégica hacia el futuro y tener en cuenta que las empresas afrontan situaciones estacionales que generan cambios y por ende la pronta adaptación a los mismos. la cuarta revolución tiene el potencial de elevar los niveles de ingreso globales y mejorar la calidad de vida de poblaciones enteras, apunta Schwab, las mismas que se han beneficiado con la llegada del mundo digital. Sin embargo, el proceso de transformación sólo beneficiará a quienes sean capaces de innovar y adaptarse. Los sondeos reflejan las preocupaciones de empresarios por el «darwinismo tecnológico», donde aquellos que no se adapten no lograrán sobrevivir (Sainz de Vicuña Ancín, J. (2018, El plan de marketing digital en la práctica).</p> <p>Los cambios del mercado, la globalización y los clientes hiperconectados, exigen que las marcas se comuniquen a través de diferentes medios digitales, en donde las redes sociales tienen mucha relevancia, por lo tanto, las TIC's, resultan fundamentales para crear mensajes claros, dinámicos y llamativos, que permitan posicionar las marcas en los canales online.</p> <p>El SENA a través del programa Creación de contenido digital para redes sociales. Brinda a los empresarios, emprendedores y comerciantes, las herramientas para desarrollar contenidos digitales, a través de las redes sociales que cumplan con estas características, y fortalezcan el posicionamiento de las marcas.</p>	
<p>REQUISITOS DE INGRESO:</p>	<p>Tener los datos actualizados en el aplicativo SofiaPlus Cumplir con los requisitos establecido por el SENA en el centro de formación</p>	
<p>ESTRATEGIA METODOLÓGICA:</p>	<p>Centrada en la construcción de autonomía para garantizar la calidad de la formación en el marco de la formación por competencias, el aprendizaje por proyectos y el uso de técnicas didácticas activas que estimulan el pensamiento para la resolución de problemas simulados y reales; soportadas en el utilización de las tecnologías de la información y la comunicación, integradas, en ambientes abiertos y pluritecnológicos, que en todo caso recrean el contexto productivo y vinculan al aprendiz con la realidad cotidiana y el desarrollo de las competencias.</p> <p>Igualmente, debe estimular de manera permanente la autocrítica y la reflexión del aprendiz sobre el que hacer y los resultados de aprendizaje que logra a través de la vinculación activa de las cuatro fuentes de información para la construcción de conocimiento:</p> <p>El instructor Tutor</p>	

 Modelo de Mejora Continua	LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA CLIENTE RED TECNOLÓGICA VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN
	El entorno Las TIC El trabajo colaborativo

COMPETENCIA	
CÓDIGO:	DENOMINACIÓN
260101055	Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal

ELEMENTO(S) DE LA COMPETENCIA	
DENOMINACIÓN	
Establecer lineamientos conceptuales del canal.	

2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE	
DESCRIPCIÓN	
RA1 CARACTERIZAR LOS ELEMENTOS VISUALES DE LA MARCA DE ACUERDO CON EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS O SERVICIOS.	
RA2 DESARROLLAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON EL MODELO DE NEGOCIO.	
RA3 VALIDAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON LOS PROTOCOLOS DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES.	

3. CONOCIMIENTOS	
3.1. CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS	
RA1 MARCA: CONCEPTO E IDENTIDAD VISUAL. PÚBLICO OBJETIVO: CARACTERÍSTICAS Y SEGMENTOS. ELEMENTOS GRÁFICOS: TIPOS, CARACTERÍSTICAS Y USOS. STYLE: MANEJO DEL COLOR, TIPOGRAFÍAS. PORTAFOLIO DE PRODUCTO: TIPOS, CATEGORÍAS Y USO. CANALES DIGITALES: TIPOS, COMUNICACIÓN, OBJETIVOS, ESTRATEGIAS E IMPORTANCIA. MODELOS DE NEGOCIO: EMPRENDIMIENTO, MARKETPLACE Y MIPYMES. RA2	



Modelo de
Mejora Continua

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA
CLIENTE
RED TECNOLÓGICA
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

HERRAMIENTAS DIGITALES: CLASIFICACIÓN, RECURSOS, TÉCNICAS, CARACTERÍSTICAS Y USOS.

CONTENIDO DIGITAL: ESTRATEGIA, NIVELES DE RELATO, ARQUETIPOS DE MARCA, TIPOS (CURADURÍA, EDITORIAL Y AUTORÍA), ASOCIACIONES Y PALABRAS CLAVE.

RA3

PLATAFORMAS Y APP: DISEÑO DE CONTENIDOS, EDICIÓN DE FOTOGRAFÍAS, TENDENCIA DE HASHTAG Y PARRILLA DE CONTENIDOS.

ESTRATEGIA DIGITAL EN REDES: PERFILES DE REDES SOCIALES, CONFIGURACIÓN, ESTRUCTURA, ELEMENTOS.

3.2. CONOCIMIENTOS DE PROCESO

RA1

IDENTIFICAR EL CONCEPTO VISUAL DE LA MARCA.

SELECCIONAR ELEMENTOS GRÁFICOS.

CATEGORIZAR PORTAFOLIO DE PRODUCTOS.

DETERMINAR LOS CANALES DE COMUNICACIÓN DIGITALES.

RA2

APLICAR RECURSOS TECNOLÓGICOS.

CONSTRUIR EL CONTENIDO DIGITAL.

ESTABLECER LAS LÍNEAS DE COMUNICACIÓN.

CATEGORIZAR LAS PALABRAS DE BÚSQUEDA Y POSICIONAMIENTO.

RA3

PUBLICAR CONTENIDO EN LAS REDES SOCIALES.


VERIFICAR LA ESTRUCTURA DE CONTENIDO DIGITAL.

COMPROBAR EL RESULTADO DE LA PUBLICACIÓN.

4. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA1

ESTABLECE EL CONCEPTO VISUAL DE LA MARCA DE ACUERDO CON EL PÚBLICO OBJETIVO.

 <p>Modelo de Mejora Continua</p>	<p>LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA CLIENTE RED TECNOLÓGICA VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN</p>
---	---

CLASIFICA LAS CARACTERÍSTICAS Y ELEMENTOS GRÁFICOS DE ACUERDO CON LA IDENTIDAD DE MARCA.

PROPONE LOS CANALES DIGITALES SEGÚN ESTRATEGIA COMERCIAL DEL NEGOCIO.

RA2

APLICA LAS TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DIGITALES SEGÚN EL PÚBLICO OBJETIVO.

ESTRUCTURA EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN DE LA MARCA.

INTEGRA LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN SEGÚN LA CAMPAÑA DE PROMOCIÓN.

RA3


COMPRUEBA ESTRUCTURA DE LAS PUBLICACIONES SEGÚN ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.

RELACIONA EL CONTENIDO PUBLICADO DE ACUERDO CON LOS PARÁMETROS ESTABLECIDOS.

AJUSTA LA PUBLICACIÓN CONFORME A LOS RESULTADOS DE VALIDACIÓN.


5. PERFIL TÉCNICO DEL INSTRUCTOR

Requisitos Académicos	TÍTULO PROFESIONAL UNIVERSITARIO EN DISCIPLINA ACADÉMICA DEL NÚCLEO BÁSICO DE CONOCIMIENTO EN: ADMINISTRACIÓN, ECONOMÍA O INGENIERÍA INDUSTRIAL Y AFINES. ESTAS PROFESIONES DEBEN ESTAR ASOCIADAS A LOS PROGRAMAS DE FORMACIÓN QUE IMPARTIRÁ EN SU DESEMPEÑO Y SE CITAN LOS TÍTULOS OBTENIDOS, NÚCLEOS BÁSICOS DE CONOCIMIENTO Y ÁREAS DE CONOCIMIENTO: INGENIERO DE MERCADOS, ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, MERCADÓLOGO, PROFESIONAL EN MERCADEO Y
Competencias mínimas	<p>COMPETENCIAS COMUNES</p> <p>ORIENTACIÓN A RESULTADOS</p> <p>ORIENTACIÓN AL USUARIO Y AL CIUDADANO</p> <p>TRANSPARENCIA</p> <p>COMPROMISO CON LA ORGANIZACIÓN</p> <p>COMPETENCIAS COMPORTAMENTALES NIVEL INSTRUCTOR (RES. 1458 DE 2017 ANEXO NO. 2)</p> <p>1. EXPERTICIA TÉCNICA</p> <p>2. TRABAJO EN EQUIPO Y COLABORACIÓN</p> <p>3. APRENDIZAJE CONTINUO</p> <p>4. CREATIVIDAD E INNOVACIÓN</p>
Experiencia laboral y/o especialización	VEINTICUATRO (24) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA DISTRIBUIDA ASÍ: DOCE (12) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA CON RELACIONADOS CON EL DESARROLLO DE LABORES DE MERCADEO O MARKETING DIGITAL Y DOCE (12) MESES EN DOCENCIA.

 <p>Modelo de Mejora Continua</p>	<p>LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA CLIENTE RED TECNOLÓGICA VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN</p>
---	---

CONTROL DEL DOCUMENTO

	NOMBRE	CARGO	DEPENDENCIA / RED	FECHA
Responsable del diseño	IVAN VELEZ	GESTOR SECTORIAL RED DE COMERCIO Y VENTAS	CENTRO DE COMERCIO Y TURISMO. REGIONAL QUINDÍO	07/09/2020
Responsable del diseño	CLAUDIA JULIANA LEON PINTO	EQUIPO DE DISEÑO CURRICULAR	CENTRO DE SERVICIOS EMPRESARIALES Y TURÍSTICOS. REGIONAL SANTANDER	07/09/2020
Responsable del diseño	CAROLINA HERRERA	INSTRUCTOR TECNICO DE DISEÑO	CENTRO DE FORMACIÓN PARA EL DESARROLLO RURAL Y MINERO. REGIONAL NORTE DE SANTANDER	08/09/2020
Responsable del diseño	IVAN VELEZ VILLEGAS	APROBAR ANALISIS	CENTRO DE COMERCIO Y TURISMO. REGIONAL QUINDÍO	08/09/2020
Responsable del diseño	JORGE EDILBERTO PORRAS	INSTRUCTOR TECNICO DE DISEÑO	null. REGIONAL DISTRITO CAPITAL	08/09/2020
Responsable del diseño	SURANI SILVA	ASESORA METODOLOGICA DE DISEÑO	CENTRO DE INDUSTRIA Y SERVICIOS DEL META. REGIONAL META	08/09/2020
Responsable del diseño	OMAR RODRIGO SANCHEZ	INSTRUCTOR TECNICO DE DISEÑO	CENTRO DE MANUFACTURA EN TEXTILES Y CUERO. REGIONAL DISTRITO CAPITAL	08/09/2020
Responsable del diseño	IVAN VELEZ VILLEGAS	ACTIVAR PROGRAMA	CENTRO DE COMERCIO Y TURISMO. REGIONAL QUINDÍO	08/09/2020

 <p>Modelo de Mejora Continua</p>	<p>LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA CLIENTE RED TECNOLÓGICA VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN</p>
---	---

Responsable del diseño	ADRIANA XIMENA MONCAYO	ASESORA METODOLOGICA DE DISEÑO	CENTRO DE MANUFACTURA EN TEXTILES Y CUERO. REGIONAL DISTRITO CAPITAL	08/09/2020
Aprobación	IVAN VELEZ VILLEGAS		CENTRO DE COMERCIO Y TURISMO. REGIONAL QUINDÍO	08/09/2020