



Versión: 04

Código:
GFPI-F-134

Proceso Gestión de Formación Profesional Integral
Formato Planeación Pedagógica

Fecha de Elaboración	Marzo 06 de 2026 CIUDADANIA DIGITAL PARA LA PAZ PRESENCIAL 22810787+Versión No.1 NO APLICA NO APLICA	Nombres y Apellidos: Idali Bejarano Delgado	Regional y Centro de formación: TOLIMA - CENTRO DE INDUSTRIA Y CONSTRUCCIÓN
Denominación del Programa de Formación			
Modalidad de Formación			
Código y versión del Programa de Formación			
Nombre del Proyecto Formativo (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación			
Código del Proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada)			
Nombre Completo de los integrantes del Equipo de Gestión Curricular que realizó la planeación pedagógica			
	Nombres y Apellidos	Regional y Centro de formación	
	Nombres y Apellidos	Regional y Centro de formación	

FASE DE PROYECTO FORMATIVO (si el programa es de titulada)	ACTIVIDAD DE PROYECTO FORMATIVO (si el programa es titulada)	COMPETENCIA	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	SABERES DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS	SABERES DE PROCESO	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE A DESARROLLAR	DURACIÓN ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE (HORAS)		DESCRIPCIÓN DE LA EVIDENCIA DE APRENDIZAJE	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS ACTIVAS	AMBIENTES DE APRENDIZAJE TIPIFICADOS			OBSERVACIONES
								HORAS TRABAJO DIRECTO	HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE			AMBIENTE	MATERIALES DE FORMACIÓN	INSTRUCTORES RESPONSABLES	
NO APLICA	NO APLICA	220501046 01. OPERAR EQUIPOS AUDIOVISUALES Y DE CÓMPUTO DE ACUERDO CON PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS. HARDWARE: DEFINICIÓN DE COMPUTADOR, COMPONENTES PRINCIPALES (PANTALLA, TECLADO, MOUSE, IMPRESORA), SOFTWARE: DEFINICIÓN ENCENDIDO Y APAGADO DEL COMPUTADOR: PROCEDIMIENTO Y RECOMENDACIONES BÁSICO DE REDES DE COMPUTADORES: DEFINICIÓN, TIPOS (CABLEADA E INALÁMBRICA) DISPOSITIVOS Y PERIFÉRICOS AUDIOVISUALES: DEFINICIÓN, TIPOS (VIDEO BEAM, TELEVISOR, IMPRESORA, MICROFONO Y PARLANTES) Y USOS.		Actividad 1 : Explorando la Historia de la IA	RA1 1. IDENTIFICAR EL CONCEPTO VISUAL DE LA MARCA. 2. SELECCIONAR ELEMENTOS GRÁFICOS. 3. CATEGORIZAR PORTAFOLIO DE PRODUCTOS. 4. DETERMINAR LOS CANALES DE COMUNICACIÓN DIGITALES.	RA1 1. ESTABLECE EL CONCEPTO VISUAL DE LA MARCA DE ACUERDO CON EL PÚBLICO OBJETIVO 2. CLASIFICA LAS CARACTERÍSTICAS Y ELEMENTOS GRÁFICOS DE ACUERDO CON LA IDENTIDAD DE MARCA. 3. PROPONE LOS CANALES DIGITALES SEGÚN ESTRATEGIA COMERCIAL DEL NEGOCIO.	CREACION DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA Y SU PLATAFORMA ESTRATEGICA.	15	5	Plataforma Estratégica	*Videos de reflexión *Estudio de casos * Juego de roles * Método expositivo * Mapas mentales *Ensayos	Ambiente de formacion *sillas *Mesas *Equipos de computo * Televisor	* Marcadores * Colores * Papel Periódico * Borrador Los necesarios para el desarrollo de la formación. * Internet * Gulas de Aprendizaje	IDALI BEJARANO DELGADO	NO APLICA
NO APLICA	NO APLICA			Objetivo: Comprender la evolución de la inteligencia artificial a lo largo del tiempo. Descripción: • Investigación y presentación: Los estudiantes se dividirán en grupos y cada grupo investigará un periodo específico en la historia de la IA. Luego, crearán una presentación con los hitos más importantes de ese periodo. • Línea de tiempo colaborativa: Carta	RA2 1. APLICAR RECURSOS TECNOLÓGICOS. 2. CONSTRUIR EL CONTENIDO DIGITAL. 3. ESTABLECER LAS LÍNEAS DE COMUNICACIÓN. 4.CATEGORIZAR LAS PALABRAS DE BÚSQUEDA Y POSICIONAMIENTO.	RA2 1. APLICA LAS TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DIGITALES SEGÚN EL PÚBLICO OBJETIVO. 2. ESTRUCTURA EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN DE LA MARCA. 3. INTEGRA LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN SEGÚN LA CAMPAÑA DE PROMOCIÓN.	Estudio de mercado	15	5	Estudio de Mercado Identidad Cooperativa	*Videos de reflexión *Estudio de casos *Juego de roles * Método expositivo * Mapas mentales *Ensayos	Ambiente de formacion *sillas *Mesas *Equipos de computo * Televisor	* Marcadores * Colores * Papel Periódico * Borrador Los necesarios para el desarrollo de la formación. * Internet * Gulas de Aprendizaje	IDALI BEJARANO DELGADO	NO APLICA

NO APLICA	NO APLICA	RA1: SRECONOCER LA HISTORIA Y LOS PRINCIPALES DESARROLLOS, TEORÍAS, MÉTODOS, TÉCNICAS Y APLICACIONES SOBRE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL (IA) DIFERENCIAR LOS CONCEPTOS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL, MACHINE LEARNING, DEEP LEARNING, INTELIGENCIA COMPUTACIONAL, ENTRE OTROS RELACIONADOS AL APRENDIZAJE COMPUTACIONAL O AUTOMÁTICO. EXPLICAR LA HISTORIA DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y SUS DESARROLLOS A TRAVÉS DEL TIEMPO. DISTINGUIR LAS TRES GRANDES ESCUELAS DEL PENSAMIENTO: SIMBOLISMO, CONECTIVISMO Y AXIONISMO O CONDUCTISMO Y CUÁL ES SU RELACIÓN EN LAS TÉCNICAS DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL. ENUNCIAR LA CLASIFICACIÓN Y SUBCAMPOS DE LA IA COMPRENDER LOS CAMPOS DE APLICACIÓN DE LA IA EN LAS ACTIVIDADES COMUNES DE LOS SERES RA2:	* Línea de tiempo conceptual: Cada grupo contribuirá con sus hallazgos para crear una línea de tiempo completa de la evolución de la IA. Materiales: Computadoras con acceso a internet, herramientas de presentación (PowerPoint, Google Slides), papel y marcadores para la línea de tiempo. Evaluación: Calidad de la investigación, claridad de la presentación y contribución a la línea de tiempo. Actividad 2: Introducción al Aprendizaje Automático Objetivo: Familiarizarse con los conceptos clave y tipos de aprendizaje automático. Descripción: • Clase magistral: El instructor explicará los conceptos básicos del aprendizaje automático, incluyendo aprendizaje supervisado, no supervisado y por refuerzo. • Ejercicio práctico: Los estudiantes utilizarán una herramienta en línea (como Google Colab) para implementar un modelo de regresión lineal básico utilizando un conjunto de datos sencillo.	RA3 1. PUBLICAR CONTENIDO EN LAS REDES SOCIALES. 2. VERIFICAR LA ESTRUCTURA DE CONTENIDO DIGITAL. 3. COMPROBAR EL RESULTADO DE LA PUBLICACIÓN.	RA3 1. COMPRUEBA ESTRUCTURA DE LAS PUBLICACIONES SEGÚN ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN. 2. RELACIONA EL CONTENIDO PUBLICADO DE ACUERDO CON LOS PARÁMETROS ESTABLECIDOS. 3. AJUSTA LA PUBLICACIÓN CONFORME A LOS RESULTADOS DE VALIDACIÓN.	definir los canales de comunicación Establecer iso diseños de publicidad manejo de redes sociales		6		2	Publicidad Portafolio Corporativo Redes Sociales	*Videos de reflexión *Estudio de casos *Juego de roles * Método expositivo * Mapas mentales *Ensayos	Ambiente de formacion *sillas *Mesas *Equipos de computo * Televisor	* Marcadores * Colores * Papel Periódico * Borrador Los necesarios para el desarrollo de la formación. * Internet * Guías de Aprendizaje	IDALI BEJARANO DELGADO	NO APLICA