



PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

EXPLORANDO LAS TIPOLOGÍAS MULTIMEDIA CAZADORES DE CONTENIDOS DIGITALES

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** Desarrollo multimedia y web
- **Código del Programa de Formación:** 217320
- **Nombre del Proyecto Formativo:** Producción de Contenidos Multimedia y Web para la Transformación Digital del Sector Productivo.
- **Fase del Proyecto:** Análisis
- **Actividad de Proyecto Formativo:** Definir los requerimientos del proyecto teniendo en cuenta los objetivos del cliente y las necesidades del usuario.
- **Competencia:** Formular el proyecto multimedia de acuerdo con metodologías y documento de requisitos.
- **Resultados de Aprendizaje:** Establecer los requisitos del proyecto multimedia con base en las especificaciones del público objetivo y las necesidades del cliente.
- **Duración de la Guía de Aprendizaje (horas):** 96 horas

2. PRESENTACIÓN

¡Estimado aprendiz, te damos la bienvenida a tu primera etapa en el mundo de la creación digital!

Detrás de cada aplicación, videojuego, sitio web o campaña publicitaria exitosa, existe una fase crucial que define su rumbo: el análisis. Como futuro Tecnólogo en Desarrollo Multimedia y Web, tu habilidad no será solo diseñar o programar, sino entender con precisión qué requiere el mercado y cómo conectar con las personas y sus necesidades.

En esta guía de **96 horas**, iniciarás un viaje colaborativo para explorar el corazón de nuestra industria: las tipologías multimedia. Aprenderás a identificar y analizar cómo se comportan los contenidos reales en entornos educativos, publicitarios, corporativos y lúdicos entre otros. No se trata solo de ver pantallas, sino de descubrir la estrategia, la intención comunicativa y el propósito técnico que hay detrás de cada pixel y sonido.

Trabajando en equipo, aprenderás a escuchar al cliente y a descifrar las necesidades de los usuarios. Esta competencia es la base que te transformará en un experto, creativo y capaz de argumentar sus ideas con herramientas tecnológicas de vanguardia.

Te invitamos a asumir este reto con entusiasmo, curiosidad y compromiso con tu proceso formativo.

¡El éxito de un proyecto multimedia nace de un buen análisis!



3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Nuestra ruta de aprendizaje de 96 horas está diseñada como un viaje inmersivo que te transformará de un consumidor pasivo a un estratega digital. Iniciaremos explorando tus propios hábitos mediante el reto "El Espejo Multimedia" (3.1) y las actividades de diagnóstico "Radiografía del Consumo Digital" (3.2.1) y "La Anatomía del Consumidor" (3.2.2), donde utilizaremos la empatía para descubrir las necesidades multimedia de usuarios reales. Luego, organizaremos este universo en el "Mapa Visual de las Tipologías" (3.3) para identificar qué herramientas te faltan por dominar antes de construir la teoría dura de la industria.

En la segunda mitad del camino, fundamentarás tu perfil profesional mediante la creación de "La Matriz Técnica de las Tipologías Multimedia" (3.4), donde investigarás los estándares internacionales de formatos, audiencias y softwares como Figma o Adobe Suite. Finalmente, aplicarás todo este conocimiento en el gran "Reto de Agencia" (3.5); un estudio de caso real donde tu equipo asumirá el rol de una consultora digital para diseñar un portafolio conceptual con bocetos análogos y digitales, defendiendo su viabilidad técnica en un pitch de negocios ante el sector productivo.

3.1 Actividades de reflexión inicial: "El Espejo Multimedia: Descubriendo lo que Consumimos"

Descripción de la actividad:

¡Comencemos explorando tu entorno! Todos los días, casi sin darnos cuenta, estamos rodeados de estímulos digitales. Desde el video corto que ves al despertar hasta la aplicación que usas para estudiar o transportarte; todo es multimedia. El objetivo de este primer ejercicio es detenernos un momento a analizar cómo consumes esos contenidos y descubrir cuál es la verdadera intención que los creadores ocultaron detrás de ellos.

Para este reto inicial, sigue estos pasos:

Paso 1: Tu Bitácora Digital (Trabajo Individual)

Piensa en tu rutina de las últimas **24 horas** y registra en tu libreta o herramienta digital lo siguiente:

- **El Top 3:** Escribe tres ejemplos específicos de contenidos multimedia con los que hayas interactuado (un videojuego, un hilo de Twitter/X, un tutorial en YouTube, una infografía, una app, etc.).
- **El Escenario:** Especifica en qué plataforma, aplicación o sitio web encontraste cada uno.
- **El Mensaje Oculto:** Identifica cuál era el objetivo principal de ese contenido. ¿Buscaba informarte, enseñarte algo nuevo, entretenerte en tu tiempo libre o persuadirte para comprar/hacer algo?

Paso 2: Descubriendo la manipulación del Consumo (Lluvia de Ideas)

- Compartiremos nuestras bitácoras con el grupo.
- Con la guía de tu instructor, construiremos un gran mapa mental en el tablero (o pizarra digital) conectando todos los ejemplos. Descubriremos juntos cómo las diferentes intenciones comunicativas mueven el mundo digital actual.

Paso 3: El Debate

Abriremos un espacio de conversación para debatir de forma crítica:

¿Somos conscientes del tiempo que pasamos consumiendo cada tipo de formato?

¿Es fácil descubrir la verdadera intención de una marca o creador detrás de una pantalla?



¿Qué formatos logran atrapar tu atención más rápido y por qué crees que funciona esa magia?

Producto de la actividad: Al finalizar, conservarás tu listado individual comentado como tu primer insumo de análisis. El instructor cerrará la sesión con una conclusión que nos abrirá formalmente las puertas al apasionante mundo de las Tipologías Multimedia.

Ambiente requerido:

- Aula con proyector y conexión a internet.
- Tablero
- Computadores o dispositivos móviles para los aprendices.

Estrategias o técnicas didácticas activas:

- Lluvia de ideas
- Trabajo colaborativo en grupos

Materiales de formación:

- Búsqueda en web [clic aquí](#)

Material de apoyo:

- Qué es multimedia [clic aquí](#) o abra el documento anexo llamado Multimedia-Evolucion.doc
- Clasificación [clic aquí](#) abra el documento anexo llamado Tipologias-SegunActividad.doc
- Video [clic aquí](#) Neuromarketing: somos lo que nos emociona David Juárez Varón TEDxAlcoi

Duración de la actividad: 2 horas

3.2.1 Actividad de diagnóstico de saberes previos: Radiografía del Consumo Digital: Analizando nuestros hábitos multimedia

Descripción de la actividad:

Esta actividad busca identificar los conocimientos informales, experiencias previas y hábitos que tú, como aprendiz, ya posees respecto al entorno digital. A través de un instrumento de recolección de datos (encuesta), analizaremos cómo interactúas diariamente con los medios digitales. No se trata de una evaluación con notas, sino de un mapa inicial para descubrir qué tanto reconocemos el impacto de la multimedia en nuestra vida cotidiana antes de estudiar las teorías técnicas.

<https://forms.cloud.microsoft/r/C5LbZrhDsQ>

Paso 1: Diligenciamiento del Instrumento (Trabajo Individual)

El instructor compartirá un enlace a un formulario en línea (o entregará un formato impreso). Deberás responder de forma individual, honesta y reflexiva las preguntas planteadas sobre tus rutinas de consumo, plataformas preferidas, formatos de mayor enganche y tu percepción sobre la usabilidad web.

Paso 2: Consolidación de Datos en Tiempo Real

Una vez finalizado el tiempo de respuesta, el instructor proyectará los resultados estadísticos de todo el ambiente de formación (gráficos de barras o tortas generados por el formulario). Esto nos permitirá ver las tendencias de consumo del grupo.



Paso 3: Plenaria y Análisis Crítico (Trabajo Colaborativo)

Con los datos en pantalla, participaremos en una mesa redonda liderada por el instructor.

Debatiremos las siguientes realidades del sector basándonos en nuestras propias respuestas:

- ¿Coinciden nuestras plataformas más usadas con los sectores que más dinero mueven en la transformación digital?
- ¿Por qué preferimos ciertos formatos (como el video corto o la interactividad) frente al texto plano?
- ¿Qué nos molesta como usuarios y cómo podemos evitar esos errores cuando seamos nosotros los desarrolladores?

Esta actividad es el punto de partida técnico porque te obliga a cambiar de rol: dejas de ser un usuario pasivo que solo consume contenido para entretenimiento y empiezas a observar la multimedia con la mente de un analista o productor. Al ver las estadísticas de tu grupo, comprenderás la importancia de medir los comportamientos de las audiencias, que es exactamente lo primero que pide un cliente real al iniciar la fase de análisis de un proyecto web.

Ambiente requerido:

- Aula con proyector y conexión a internet.
- Tablero
- Computadores o dispositivos móviles para los aprendices.

Estrategias o técnicas didácticas activas:

- Aprendizaje Basado en la Investigación (ABI)

Materiales de formación:

- Guía paso a paso: "Explorando las tipologías multimedia"

Material de apoyo:

- <https://forms.cloud.microsoft/r/C5LbZrhDsQ> o el documento en PDF EncuestaMultimedia.pdf
- Infografía: InfografíaMultimedia-Hipermedios.jpg
- Resumen de Multimedia

Duración de la actividad: 2 horas

3.2.2 Actividad de diagnóstico de saberes previos: La Anatomía del Consumidor Multimedia

Descripción de la actividad:

Esta actividad lúdica y visual tiene como propósito evaluar tu capacidad intuitiva para identificar necesidades de comunicación en un usuario específico. El instructor te presentará la ilustración de un personaje (por ejemplo: un estudiante universitario, un emprendedor local o un turista) que lleva consigo diferentes elementos cotidianos. De estos objetos (maleta, zapatos, ropa, teléfono) salen "globos" o bocadillos en blanco. Tu misión, utilizando tu conocimiento previo, será deducir y escribir dentro de cada globo qué tipo de producto multimedia o sitio web le resolvería una necesidad real a ese personaje según el objeto señalado.

Paso 1: Análisis del Perfil (Trabajo Individual o en Parejas) El instructor proyectará o entregará de forma impresa la ficha del personaje. Lo primero que debes hacer es observar su contexto: ¿quién es?, ¿a qué se dedica?, ¿cuáles son sus retos diarios?



Paso 2: Hackeando los Globos (Asociación de Necesidades) Analiza cada globo que sale del personaje y propón una solución digital creativa. Por ejemplo: Si el globo sale de la mochila: Podrías proponer una aplicación móvil interactiva o un sitio web de e-learning para organizar sus libros y apuntes. Si el globo sale de los zapatos: Podrías proponer una plataforma web publicitaria (e-commerce) de calzado deportivo con un probador virtual en 3D.

Si el globo sale del reloj/teléfono: Podrías proponer una interfaz digital informativa con notificaciones en tiempo real sobre el tráfico o el clima.

Paso 3: Sustentación Express Al azar, diferentes aprendices compartirán qué soluciones escribieron en los globos de su personaje. Compararemos cómo un mismo objeto puede disparar diferentes ideas de desarrollo multimedia y páginas web.

Ambiente requerido:

- Aula con proyector y conexión a internet.
- Tablero
- Computadores o dispositivos móviles para los aprendices.

Estrategias o técnicas didácticas activas:

- Aprendizaje Basado en Problemas
- Gamificación
- Design Thinking

Materiales de formación:

- Guía paso a paso: “Explorando las tipologías multimedia”

Material de apoyo:

- **Archivo** Personaje-Multimedia.pdf
- **Infografía** InfografíaMultimedia-Hipermedios.jpg

Duración de la actividad: 2 horas

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

Descripción de la actividad:

Ya hemos reflexionado sobre cómo consumes contenidos en tu día a día. Ahora es momento de dar el siguiente paso: empezar a clasificar y organizar ese universo digital. Tu instructor realizará una breve charla introductoria para darte las primeras pistas sobre las Tipologías Multimedia (formatos informativos, educativos, publicitarios, corporativos, lúdicos y artísticos).

¡El reto de hoy es ver si tu equipo es capaz de reconocerlos en el mundo real antes de ver la teoría a fondo! Para ello, sigan estas instrucciones:

Preparación de los grupos (Trabajo en Equipo)

Dado que el programa es Desarrollo Multimedia y Web, dividiremos el ambiente en 4 grandes macro-tipologías que abarcan las necesidades actuales del sector productivo:

Grupo 1: Tipología Publicitaria y Comercial (Landing pages de venta, banners, spots digitales, e-commerce).

Grupo 2: Tipología Informativa y Corporativa (Portales de noticias, sitios web empresariales, intranets, infografías interactivas).



Grupo 3: Tipología Educativa y Formativa (E-learning) (Plataformas educativas, cursos interactivos, simuladores virtuales, tutoriales).

Grupo 4: Tipología Lúdica y de Entretenimiento (Videojuegos web, plataformas de streaming, experiencias interactivas de ocio).

¡El reto de hoy es transformar la intuición en un concepto visual claro y contundente! Para ello, sigan estas instrucciones:

Paso 1: Configuración de Equipos y Asignación de Roles (Trabajo Colectivo)

El ambiente se dividirá en 4 grandes equipos de trabajo.

Tu instructor asignará a cada equipo una única tipología del mercado digital (Publicitaria, Informativa/Corporativa, Educativa o Lúdica).

¡Cada grupo será experto en un área diferente!

Paso 2: Del Concepto al Gráfico (Síntesis Visual)

Reúnanse con su equipo y discutan las características de la tipología asignada basándose en sus conocimientos previos y la charla inicial.

En una hoja grande de papel (o cartelera), plasmen un gráfico, mapa conceptual o esquema visual rápido que resuma esa tipología.

Regla de oro: Utilicen el menor número de palabras posible. El gráfico debe explicar por sí solo:

¿Cuál es el objetivo principal de esa tipología?

¿Qué elementos visuales o interactivos la caracterizan?

Dos ejemplos reales de sitios web o productos multimedia que la utilicen.

Paso 3: La Mesa Redonda de la Industria (Socialización)

Organizaremos el ambiente de formación en una gran mesa redonda.

Cada equipo seleccionará a un vocero, quien se pondrá de pie y compartirá el gráfico diseñado con todo el grupo en general.

El resto de los compañeros analizará el gráfico y validará si los conceptos e ilustraciones elegidos representan con fidelidad la tipología expuesta.

¡Participa activamente debatiendo con argumentos técnicos!

Cierre de la Actividad: El Ecosistema Multimedia Completado

Una vez que los 4 equipos expongan, pegaremos las 4 hojas en el tablero del ambiente de formación.

Juntas formarán el gran mapa base de nuestro proyecto formativo.

Para cerrar, responderemos en exposiciones:

Si tuviéramos que iniciar hoy el desarrollo del proyecto web para nuestro cliente,

¿sabríamos en cuál de estas 4 tipologías encaja su necesidad y qué elementos gráficos mínimos requerimos?

Este ejercicio nos dejará listos para la fase de Apropiación, donde descubriremos las reglas técnicas para diseñar cada una de estas tipologías.

**Ambiente requerido:**

- Computadores con acceso a internet.
- Aula virtual o LMS para entrega y comentarios.

Estrategias o técnicas didácticas activas:

- Trabajo en Equipo

Materiales de formación:

- Guía paso a paso: "Explorando las tipologías multimedia"
- Hojas tamaño carta
- Marcadores o lápices

Material de apoyo:

- [Lectura](#)
- [Video](#)
- Gráfico ItemsMultimedia.jpg
- **Resumen de Multimedia**

Duración de la actividad: 4 horas

3.4 Actividades de apropiación:**Descripción de la actividad: "La Matriz Técnica de las Tipologías Multimedia"**

Para dar vida a proyectos digitales exitosos, no basta con la intuición; es necesario dominar los estándares técnicos, los lenguajes de comunicación y los flujos de trabajo de la industria. En esta actividad, investigarás y estructurarás los fundamentos teóricos que rigen la producción multimedia.

Paso 1: Investigación Dirigida y Consulta de Materiales

De forma individual o en los equipos de trabajo establecidos, realizarán una investigación profunda utilizando el material de apoyo de la plataforma LMS, la biblioteca SENA y fuentes web confiables sobre los siguientes ejes temáticos:

Tipologías Multimedia: Definición, clasificación y características de los formatos educativo, publicitario, informativo, comercial y lúdico.

Intención Comunicativa: Cómo estructurar mensajes digitales según el objetivo (persuadir, educar, informar, entretener).

Análisis de Audiencia: Definición de público objetivo, segmentación de usuarios y creación de perfiles de usuario (User Personas).

Requerimientos de Producción: Formatos de archivo estándar, resolución, peso, plataformas de distribución y herramientas de software de la industria (Adobe Suite, Figma, editores de código, etc.).

Paso 2: Construcción de la Matriz Comparativa (Evidencia de Conocimiento)

Como resultado de la investigación, cada equipo diseñará una Matriz Técnica de Tipologías (en Excel, Canva o la herramienta digital de su elección) donde comparen las 4 macro-tipologías estudiadas bajo los siguientes criterios obligatorios:

Definición técnica.

Objetivo de comunicación principal.

Perfil de usuario común (Público objetivo).

Formatos de entrega y exportación sugeridos (ej: .mp4, .webp, .html, .svg).

Software o tecnologías necesarias para su desarrollo.



Paso 3: Socialización y Validación

Se realizará un foro de discusión o una jornada de sustentación en el ambiente de formación. Cada grupo expondrá su matriz técnica. El instructor validará que los términos, conceptos y especificaciones técnicas correspondan a los estándares actuales del mercado del desarrollo web y multimedia.

Ambiente requerido:

- Computadores con acceso a internet.
- Aula virtual o LMS para entrega y comentarios.

Estrategias o técnicas didácticas activas:

- Estudio de casos
- Trabajo colaborativo

Materiales de formación:

- Guía paso a paso: “Explorando las tipologías multimedia”.

Material de apoyo:

- Videos tutoriales sobre estructura y widgets básicos.
- Plantilla editable en Elementor como punto de partida.

Evidencias de aprendizaje:

- Un mini portafolio visual o conceptual con al menos tres piezas que representen distintas tipologías multimedia.
- Entrega individual o en parejas, según el número de aprendices.

Instrumento de evaluación:

- Lista de chequeo
- Rúbrica

Duración de la actividad: 40 horas

3.5 Actividades de Transferencia el Conocimiento: Reto de Agencia, diseñando la Estrategia Multimedia para el Sector Productivo.

Descripción de la actividad: ¡Llegó el momento de actuar como profesionales de la industria digital! Imaginen que su equipo es un estudio creativo independiente. Un cliente real del sector productivo local se ha acercado a ustedes porque necesita transformar digitalmente su negocio, pero no sabe qué contenidos visuales o web le conviene desarrollar.

Para resolver este caso, su equipo asumirá el rol de consultores multimedia. Deberán analizar la situación del cliente, determinar estratégicamente qué soluciones necesita y estructurar una Propuesta de Portafolio Conceptual que defienda técnicamente sus decisiones ante el cliente.

Fase 1: El Diagnóstico del Cliente (Análisis del Caso)

El instructor les asignará el caso de un emprendimiento, empresa o institución real. Su primera tarea como agencia será investigar a fondo su entorno: Identifiquen los problemas de comunicación actuales del cliente. Definan con precisión su Público Objetivo (audiencia, rango de edad, hábitos digitales).

Fase 2: La Estrategia de Contenidos (Clasificación y Justificación) No le ofrecerán al cliente una sola solución. Su propuesta debe integrar tres piezas multimedia diferentes, cada una perteneciente a una tipología distinta (ejemplo: una pieza publicitaria para vender, una informativa para dar soporte y una lúdica o educativa para enganchar al usuario). Para cada pieza seleccionada, el equipo debe justificar técnicamente en un documento



o matriz: Nombre conceptual de la pieza. Tipología exacta a la que pertenece y su objetivo comunicativo. Formato de salida sugerido (.mp4, app web interactiva, sitio adaptable, etc.).

Fase 3: De la Idea al Boceto (Producción Conceptual) La creatividad debe verse reflejada en papel y pantallas. Por cada una de las tres piezas propuestas, el equipo desarrollará: El Boceto Análogo: Un boceto rápido hecho a mano (wireframe, maquetación o borrador visual) que muestre la distribución de los elementos multimedia en la interfaz o pantalla. La Digitalización: Pasen ese boceto al entorno digital utilizando herramientas libres de prototipado o diseño (como Figma, Canva, o la herramienta de su preferencia) para mostrarle al cliente cómo se vería el acabado inicial.

Fase 4: El Pitch de Negocios (Sustentación Oral)

Para cerrar el reto, el ambiente de formación se transformará en una junta directiva. Cada agencia tendrá un espacio de tiempo limitado para exponer su portafolio conceptual ante el instructor (quien asumirá el rol del cliente) y sus compañeros. Deberán argumentar con un lenguaje técnico impecable por qué su propuesta es la ideal para lograr la transformación digital de esa empresa.

Productos esperados y entregables:

El equipo consolidará su trabajo en un único archivo (Documento PDF, presentación interactiva o video pitch explicativo) que contenga:

- Ficha de análisis del cliente y su público objetivo.
- Matriz justificativa de las 3 tipologías seleccionadas.
- Bocetos (a mano y digitalizados) de las piezas propuestas.

Ambiente requerido:

- Computadores con acceso a internet.
- Aula virtual o LMS para entrega y comentarios.

Estrategias o técnicas didácticas activas:

- Estudio caso
- Aprendizaje Basado en Proyectos
- Roles

Materiales de formación:

- Guía paso a paso: “Explorando las tipologías multimedia”.
- Hojas para bocetos

Material de apoyo:

- IntrocucionAlBrief.doc
- Guia-completa-Crazy-8.doc
- Figma (Acceso Educativo) [Clic aquí](#)
- Canva [Clic aquí](#)
- Behance [Clic aquí](#)

Evidencias de aprendizaje:

- Documento PDF, presentación interactiva o video pitch explicativo

Instrumento de evaluación:

Duración de la actividad: 30 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

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Boceto: Representación preliminar de una idea visual, utilizada para planear la estructura de una pieza multimedia antes de su producción final.

Contenido digital: Material informativo, visual o interactivo creado, distribuido y consumido a través de plataformas digitales.

Experiencia de usuario (UX): Percepción y sensaciones del usuario al interactuar con un contenido o producto digital. Se busca que sea clara, agradable y funcional.

Herramienta digital: Software o aplicación utilizada para crear, editar o presentar contenidos multimedia (por ejemplo: Canva, Adobe Illustrator, Genially).

Intención comunicativa: Objetivo principal con el que se crea un contenido: informar, persuadir, educar, entretener, sensibilizar, entre otros.

Interfaz: Espacio donde interactúa el usuario con el sistema digital (página web, app, etc.), incluyendo elementos gráficos y funcionales.

Producción multimedia: Proceso de creación de contenidos que combinan diferentes medios (imagen, texto, audio, video, animación, interactividad).

Público objetivo: Grupo de personas al que se dirige un contenido o producto digital, determinado por edad, intereses, necesidades o contexto.

Storyboard: Guion gráfico que muestra de manera secuencial cómo se desarrollará un producto audiovisual o interactivo.

Tipología multimedia: Clasificación de los contenidos multimedia según su función comunicativa, como informativa, educativa, publicitaria, artística, lúdica o corporativa.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

SENA. (2016). Lineamientos pedagógicos para la Formación Profesional Integral. Servicio Nacional de Aprendizaje SENA. <https://www.sena.edu.co>

SENA. (2018). Guía metodológica para la producción de contenidos digitales. Centro de Servicios y Gestión Empresarial.

Salinas, J. (2004). Innovación docente y uso de las TIC en la enseñanza universitaria. Universidad de las Islas Baleares. <https://www.uib.es>



Cabero, J. (2001). Tecnologías de la información y la comunicación para la formación de formadores. Narcea Ediciones.

Area, M. (2004). Los medios y las tecnologías en la educación: un enfoque crítico. Ediciones Paidós.

Mayer, R. E. (2009). Multimedia Learning (2nd ed.). Cambridge University Press.

Bartolomé, A. (2008). La comunicación multimedia en entornos educativos. Editorial UOC.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Juan Pablo Donoso Frohard	Instructor	CENIGRAF	02-06-2025

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)	Juan Pablo Donoso F.	Instructor	Cenigraf	06/2026	Revisión metodológica
	Jorge Alberto Garcia G.	Instructor	Cenigraf	06/2026	Revisión metodológica

NOTA DE TRANSPARENCIA Y ÉTICA PROFESIONAL: USO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL

A la comunidad académica y equipo pedagógico del SENA:

Su integración se ha realizado bajo la estricta supervisión, criterio técnico y metodológico del instructor titular del programa de formación.

Se declara que este instrumento de mediación pedagógica (Guía de Aprendizaje) ha sido desarrollado mediante un proceso de co-creación asistida por Inteligencia Artificial (IA Generativa).

El uso de esta tecnología se limitó exclusivamente a los siguientes aspectos de optimización:

Corrección estilística y ortográfica: Garantizar el uso correcto de las normas del lenguaje y la gramática.

Adaptación de tono y redacción pedagógica: Traducir las instrucciones técnicas a un lenguaje más cálido, inmersivo y cercano para el aprendiz, conforme a las tendencias actuales de la formación por competencias.

Estructuración metodológica: Optimizar la distribución del tiempo, proponer dinámicas didácticas activas y sugerir formatos estandarizados de la industria.

Curaduría de ejemplos didácticos: Diseñar escenarios simulados de alto valor técnico para facilitar la labor docente en el ambiente de formación.

Nota aclaratoria: El diseño curricular, las competencias técnicas, los resultados de aprendizaje (RAP), los criterios de evaluación y la pertinencia temática con el programa Desarrollo Multimedia y Web (Código 217320) corresponden de forma estricta a los lineamientos oficiales del SENA y a la experiencia profesional del instructor experto. La IA actuó únicamente como una herramienta de apoyo para potenciar la calidad y la experiencia de aprendizaje del estudiante.