



**PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE**

1. Identificación de la guía de aprendizaje

- **Denominación del programa de formación:** Tecnólogo 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:** Planeación.
- **Actividad de proyecto:** Estructurar plan de comunicación publicitaria de acuerdo con necesidades de la organización.
- **Competencias:**
 - 260101055 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal.
 - 240201524 - Desarrollar procesos de comunicación eficaces y efectivos, teniendo en cuenta situaciones de orden social, personal y productivo.
 - 240201064 - Orientar investigación formativa según referentes técnicos.
 - 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:

- 260101055-01 - Proponer el plan de mercadeo digital de acuerdo con características del segmento de mercado.

Claves:

- 240201524-01 - Analizar los componentes de la comunicación según sus características, intencionalidad y contexto.
- 240201524-02 - Argumentar en forma oral y escrita atendiendo las exigencias y particularidades de las diversas situaciones comunicativas mediante los distintos sistemas de representación.
- 240201524-03 - Relacionar los procesos comunicativos teniendo en cuenta criterios de lógica y racionalidad.
- 240201524-04 - Establecer procesos de enriquecimiento lexical y acciones de mejoramiento en el desarrollo de procesos comunicativos según requerimientos del contexto.
- 240202501-03 - Discutir sobre posibles soluciones a problemas dentro de un rango variado de contextos sociales y laborales.



Transversales:

- 240201064-01 - Analizar el contexto productivo según sus características y necesidades.
- 240201064-02 - Estructurar el proyecto de acuerdo a criterios de la investigación.
- 240201064-03 - Argumentar aspectos teóricos del proyecto según referentes nacionales e internacionales.
- 240201064-04 - Proponer soluciones a las necesidades del contexto según resultados de la investigación.

- **Duración de la guía:** Técnico: 144 horas + Claves: 144 horas + Transversales: 48 horas = 336 horas.

2. Presentación

Independientemente de la plataforma que se utilice, el *marketing* tiene siempre el mismo principio y se desarrolla de una forma similar; esto quiere decir que, aunque sea *offline* u *online*, la metodología de aplicación es siempre igual y se apoya en las 4P o *marketing mix*. Las campañas digitales se desprenden del *marketing* digital, el cual se refiere a la utilización de estrategias comerciales mediante dispositivos electrónicos y la comunicación en Internet. Por ende, deben entenderse como el uso de medios publicitarios *online*, tales como las redes sociales (Facebook, Twitter, etc.), publicidad digital, *email marketing*, SEM, SEO, *apps* y muchas otras herramientas que tienen el objetivo de enfocar la comunicación hacia el mercado objetivo en los momentos, cantidades y lugares adecuados.

De igual manera se debe saber que las habilidades comunicativas se establecen desde lo verbal o digital, además de lo no verbal o analógico. Y por ello, el llamado es a repensar la escritura y la oratoria como procesos de crecimiento personal y profesional, con miras a desarrollar procesos de comunicación eficaces y efectivos, teniendo en cuenta situaciones de orden social, personal y productivo, invitando a ver la naturaleza de la comunicación en diversos contextos y procesos dialógicos, en la que se asumen diferentes actitudes en relación con el otro y que condicionan la construcción de relaciones personales y profesionales.

Tenga en cuenta que la investigación, el desarrollo tecnológico y la innovación son la base del crecimiento económico y social en las empresas a nivel mundial. El gran avance técnico y tecnológico requiere de personas curiosas, visionarias, motivadas a descubrir, experimentar y vivir experiencias de aprendizaje que mejoren la calidad de vida a nivel personal y de su entorno. Por ende, se le brindará la posibilidad de aprender los fundamentos básicos de investigación, herramientas básicas para identificar un problema, formular objetivos, entender los tipos de investigación, enfoques y desarrollos metodológicos básicos para desarrollar el proyecto de investigación como parte del proceso formativo.

Además, 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 cuatro 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 planeación 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 siete (7) 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:

Semanas Competencia	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Semana 8	Semana 9
260101055	Webinar sobre el funcionamiento del <i>marketing</i> digital. GA4-260101055-AA1-EV01.	Mapa conceptual del procedimiento del mercadeo. GA4-260101055-AA1-EV02.	Cuadro comparativo de la caracterización del SEO y el SEM. GA4-260101055-AA1-EV03.	Redes sociales de la mipyme. GA4-260101055-AA1-EV04.			Plan de <i>marketing</i> digital. GA4-260101055-AA1-EV05.		
Horas por semana	13	13	13	13	40	13	13	13	13
240201524	Video de la comunicación como expresión humana. GA4-240201524-AA1-EV01.		Informe de creación de contenidos comunicativos. GA4-240201524-AA2-EV01.						
Horas por semana	12	12	12	12					
240201064						Mapa mental sobre la caracterización del contexto productivo. GA4-240201064-AA1-EV01.	Propuesta de investigación formativa. GA4-240201064-AA2-EV01.		
Horas por semana						12	12	12	12
240202501	Mapa cuestionario comprensión lectora y gramatical del nivel. GA4-240202501-AA1-EV01.	Audio sobre el contexto laboral y académico. GA4-240202501-AA1-EV02.	Foro de opiniones sobre el contexto laboral. GA4-240202501-AA1-EV03.			Cuestionario comprensión lectora y gramatical del nivel GA4-240202501-AA2-EV01.	Audio sobre la trayectoria, acciones y soluciones en el contexto laboral y académico. GA4-240202501-AA2-EV02.	Foro de compartiendo experiencias laborales GA4-240202501-AA1-EV03.	
Horas por semana	12	12	12	12		12	12	12	12
Horas total semana	37	37	37	37	40	37	37	37	37



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

3.1.1. Actividad de aprendizaje GA4-260101055-AA1: Realizar plan de mercadeo digital teniendo en cuenta las necesidades promocionales de la mipyme.

Para el desarrollo de esta actividad, recuerde 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: “Plan de *marketing* digital”.

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

- **Evidencia GA4-260101055-AA1-EV01: Webinar sobre el funcionamiento del *marketing* digital**

Actividad para realizar de forma individual

Quien ya tiene una comprensión básica de la comunicación y el *marketing* en medios convencionales, debe entender que el proceso del *marketing* digital es muy similar al del convencional, toda vez que los clientes y consumidores son los mismos, la trascendencia en el cambio se da en los medios que se utilizan para la comercialización y la comunicación con el mercado objetivo. Lo ideal entonces es el desarrollo de estrategias en las que se combine el *marketing offline* y *online*.

Sabiendo ello, se debe observar el video del siguiente enlace: <https://www.youtube.com/embed/vNrxe5nJenU> en el que se expone de una forma muy didáctica el funcionamiento del *marketing* digital. Una vez observado, es necesario realizar un panel a través de un *webinar* donde cuatro de los compañeros expondrán sus impresiones en relación con el video, de forma clara y argumentada; los demás deben participar realizando preguntas y comentarios en relación con el tema. Los cuatro panelistas serán seleccionados al azar, así que todos deben tener preparadas las respuestas a las siguientes preguntas:

- ¿Qué ventajas y desventajas han generado las nuevas tecnologías para las mipymes en el desarrollo de las estrategias comerciales y de promoción?
- ¿Qué pasa con los medios convencionales en las campañas publicitarias hoy en día?
- ¿Son más efectivos los medios digitales que los medios convencionales?
- ¿Es viable el *marketing* digital para todas las empresas?
- En relación con los costos, ¿es más económico el *marketing* digital? ¿En qué aspectos se generan los costos en el *marketing* digital?
- ¿El *marketing* digital es más viable para llegar a un mercado objetivo? ¿Por qué?
- Si una empresa desea crear estrategias de *marketing* digital, ¿cuál o cuáles son los primeros pasos que debe realizar?
- ¿Qué ventajas y desventajas tiene la comercialización de productos a través del *marketing* digital?



- ¿En qué aspectos han cambiado las costumbres de los compradores y consumidores con los medios de hoy?

Todos los aprendices deben participar en el panel a través de una pregunta o un comentario relacionado con el tema. Para finalizar el instructor realizará la conclusión del ejercicio.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** un documento con las respuestas a las preguntas planteadas.
 - **Formato:** documento PDF.
 - **Extensión:** máximo dos hojas.
 - Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Webinar sobre el funcionamiento del *marketing* digital. GA4-260101055-AA1-EV01.**
- **Evidencia GA4-260101055-AA1-EV02: Mapa conceptual del procedimiento del mercadeo.**

Actividad para realizar de forma individual

Como ya se ha mencionado anteriormente, el *marketing* digital responde al mismo proceso del *marketing offline*, esto debido a que los clientes y consumidores actualmente buscan interacción en la web y, por ende, es allí donde es posible captar su atención y crear estrategias para persuadirlo sobre el uso o compra de determinado producto o servicio.

Basado en lo anterior y lo abordado en el componente formativo “Plan de *marketing* digital”, realice un mapa conceptual para el proceso de mercadeo que incluya:

- La investigación inicial.
- Segmentación.
- Objetivos.
- Estrategias (realice un listado para cada una de las 4P).
- Tácticas.
- Recursos.
- Indicadores.

El mapa conceptual puede realizarse en la herramienta que considere pertinente. Se recomiendan las siguientes:

- [Cmaptools](#)
- [Mindmaps](#)
- [Popplet](#)
- [MindNode](#)

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** un documento con el mapa conceptual.
- **Formato:** documento PDF.
- **Extensión:** máximo dos hojas.



- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Mapa conceptual del procedimiento del mercadeo. GA4-260101055-AA1-EV02.**

- **Evidencia GA4-260101055-AA1-EV03: Cuadro comparativo de la caracterización del SEO y el SEM.**

Actividad para realizar de forma individual

El *marketing* digital contiene una serie de elementos que se combinan entre sí para el desarrollo óptimo de las estrategias de comunicación y comercialización; es necesario conocer estos temas antes de comenzar el desarrollo del plan de mercadeo digital.

Por tanto, desarrolle un cuadro comparativo en el que deje claras las características del SEO y el SEM, esto con el fin de tener comprensión detallada de estos dos procesos y determinar cuál es el más conveniente para las empresas y en qué momento debe aplicarse el uno o el otro. Además, emita un concepto propio sobre el SEO y el SEM en el cuadro comparativo. Tenga en cuenta lo abordado en el componente formativo “Plan de *marketing* digital”.

El cuadro debe diferenciar los siguientes elementos:

- Concepto SEO y SEM.
- Ventajas.
- Desventajas.
- Características.
- Proceso.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** un documento con el cuadro comparativo de las características del SEO y el SEM.
- **Formato:** documento PDF.
- **Extensión:** máximo dos hojas.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Cuadro comparativo de la caracterización del SEO y el SEM. GA4-260101055-AA1-EV03.**

- **Evidencia GA4-260101055-AA1-EV04: Redes sociales de la mipyme.**

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

Como se ha visto en el proceso de formación, se ha avanzado de acuerdo con cada tema en el desarrollo de las estrategias de comunicación para la mipyme seleccionada. Es bien sabido que las empresas necesitan espacios en la web que les permitan tener una adecuada interacción con sus clientes para el desarrollo de las estrategias comerciales y de comunicación; además, es vital que los empresarios sean conscientes que para tal fin es indispensable tener un plan bien estructurado.

Sabiendo lo anterior y lo relacionado en el componente formativo “Plan de *marketing* digital”, para esta parte se requiere crear y configurar las redes sociales para la mipyme seleccionada, el producto o el servicio. En



este punto, tal vez sea necesario que la empresa tenga la necesidad de crear cuentas independientes para ella y para sus productos; sin embargo, es importante hacer el respectivo análisis, pues puede darse el caso que sea necesario una cuenta para administrar la comunicación y otra para la comercialización de todo el portafolio de productos o servicios. Para esta evidencia, se debe crear:

- Cuenta de correo electrónico (Gmail recomendado).
- Blog o sitio web en plataforma gratuita (WordPress recomendado).
- Página en Facebook.
- Perfil en Instagram.
- Canal de YouTube.
- Otra(s) que se requiera(n) de acuerdo con el tipo de necesidades de la empresa.

Es importante que las cuentas tengan unidad de imagen. Para este punto, ya la mipyme seleccionada para el proyecto formativo cuenta con un manual de imagen visual o imagen corporativa, donde está consignado el diseño de logo y los recursos necesarios para este tipo de medios. La configuración de los medios debe incluir:

- Imagen de perfil única para todos los medios.
- Encabezados para los medios que lo requieran (Facebook, Twitter si lo tiene, YouTube).
- Interacción entre cuentas (Facebook e Instagram).
- Perfil de cuentas empresariales.
- Seguimiento de estadísticas.
- Información de la empresa (datos de contacto, descripción, enlace de blog o sitio web).

La evidencia debe ser entregada al instructor en un documento en PDF que contenga fotos de pantalla de los diferentes medios creados y los enlaces de acceso a cada uno de ellos. Además, en una conferencia en línea, el grupo debe presentar ante sus compañeros y el instructor los medios de la empresa seleccionada y hacer un recorrido por ellas.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** un documento con las fotos de los diferentes medios y una conferencia en línea.
 - **Formato:** documento PDF y plataforma web.
 - **Extensión:** libre.
 - Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Redes sociales de la mipyme. GA4-260101055-AA1-EV04.**
- **Evidencia GA4-260101055-AA1-EV05: Plan de *marketing* digital.**

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

En este punto, ya está en la capacidad de desarrollar el plan de comunicación; además, la empresa cuenta con los medios para la interacción con sus clientes y consumidores, y puede comenzar un proceso de comercialización y comunicación que le permita el posicionamiento de la(s) marca(s), el desarrollo de ventas y la promoción de sus productos o servicios.



Por consiguiente, basado en lo anterior y en el componente formativo “Plan de *marketing* digital”, realice un plan de *marketing* digital para la mipyme o uno de sus productos o servicios, donde se incluyan los siguientes elementos:

- *Brief* táctico.
- Objetivo de mercadeo.
- Mercado objetivo.
- Plan de medios digital (seleccionar por lo menos 1 medio *offline* como apoyo a las estrategias online).
- Estrategias de comercialización y promoción *online*:
 - Logística de entrega.
 - Sistema de pago.
 - Horarios de posteo de anuncios.
 - Estrategias de promoción de ventas.
 - Estrategias de atracción y conversión de clientes.
 - Seguimiento a clientes (estrategias posventa).
 - Sistema de información de mercados (*data*).
 - Estructuración de redes sociales para comunicación con los clientes.
- Cronograma:
 - Objetivos de frecuencia (cada cuánto publica a la semana, mes, etc.).
 - Intensidad (número de publicaciones).
- Presupuesto del plan de mercadeo digital:
 - Indicadores.
 - Cantidad de miembros del mercado objetivo a impactar.
 - Costo del impacto.
 - Cálculo de CPM.
- Crear presentación del plan de *marketing* digital para mejorar su sustentación y comprensión.
- El plan de *marketing* digital debe entregarse en un documento PDF y se debe exponer en un *webinar* ante el instructor y los demás compañeros del grupo; si es posible, invitar al empresario.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** un documento con el plan de *marketing* digital y un *webinar*.
- **Formato:** documento PDF y plataforma web.
- **Extensión:** libre.
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Plan de *marketing* digital. GA4-260101055-AA1-EV05.**



3.2. Actividades de la competencia desarrollar procesos de comunicación eficaces y efectivos, teniendo en cuenta situaciones de orden social, personal y productivo (240201524).

3.2.1. Actividad de aprendizaje GA4-240201524-AA1: Aplicar los componentes de la comunicación y argumentar sus procesos, de acuerdo con las diferentes situaciones comunicativas.

Duración: 24 horas.

Materiales de formación: para el desarrollo de esta actividad es importante la lectura y el análisis de los componentes formativos “Comunicándonos” y “Argumentando”.

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

- **Evidencia GA4-240201524-AA1-EV01: Video de la comunicación como expresión humana.**

El proceso de comunicación se centra en generar una articulación entre cómo y para qué nos comunicamos. Por ello, esta evidencia busca que, a través de la realización de un escrito y la posterior grabación de un video, se exprese una situación problémica del entorno profesional (o área de formación) y que conlleve a la resolución de esta. Un ejemplo de ello, sería algún problema comunicativo en el entorno laboral que requiera solución: flujos de información inadecuados entre diferentes áreas, poca asertividad en la comunicación entre líderes y colaboradores, lenguaje técnico y de poca comprensión para todos. Por favor, tenga en cuenta la siguiente estructura:

1. Piense en una situación problémica como tema central para ser tratado en el video y busque la manera de darlo a conocer de forma que impacte al receptor, desde el componente comunicacional.
2. Elabore un escrito donde se plasmen todas las ideas frente a la situación problémica. Puede seleccionar el tipo de texto: científico-técnico o narrativo, a partir de los conocimientos adquiridos en los componentes formativos “Comunicándonos” y “Argumentación”.
3. Luego, mediante un video, exponga el tema tratado en el escrito y, al finalizar, justificar el tipo de texto que eligió (el porqué). Para la realización del video, puede utilizar la cámara del computador o el celular, incluso, herramientas en línea que le permitan animar, editar, musicalizar y demás, como Powtoon, Loom, entre otros.
4. Para finalizar, elabore una síntesis del escrito, en la cual relacione los aspectos más importantes de la situación problémica seleccionada.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** escrito tipo síntesis y video sobre la situación problémica de su entorno profesional (o área de formación).
- **Formato:** un documento en PDF y un video en formato MOV, MP4 o AVI.
- **Extensión:** escrito tipo síntesis de máximo 2 páginas y video de máximo 3 minutos.
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Video de la comunicación como expresión humana. GA4-240201524-AA1-EV01.**



3.2.2. Actividad de aprendizaje GA4-240201524-AA2: Comunicar asertivamente, con cohesión y coherencia lexical, basado en los procesos comunicativos que se dan en el contexto del desempeño laboral.

Duración: 24 horas.

Materiales de formación: para el desarrollo de esta actividad, es importante la lectura y el análisis de los componentes formativos “Interpretando” y “Escribiendo”.

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

- **Evidencia GA4-240201524-AA2-EV01: Informe de creación de contenidos comunicativos.**

La comunicación asertiva se constituye en la habilidad que tienen los seres humanos para comunicar, transmitir y recibir mensajes, ideas, sentimientos, creencias, posturas u opiniones, propios o ajenos, de manera honesta, clara, oportuna y respetuosa, de un tema o situación en particular, que se inscriben en los diferentes contextos a lo largo de la vida. Por lo tanto, el desarrollo de esta evidencia implica un proceso escritural que dará cuenta de su capacidad para comunicarse atendiendo a la estructura gramatical, la semiótica, cohesión y coherencia léxica en la producción de texto.

A continuación, se describe la secuencia de acciones que se debe tener presente para realizar esta actividad:

1. Retome la situación problémica que eligió para el desarrollo de la evidencia anterior “**Video de la comunicación como expresión humana**”.
2. Realice un ejercicio investigativo que le permita profundizar en el estudio de la situación problémica. Para ello, haga uso de algunas de las técnicas de registro de información (previamente estudiadas, en el componente formativo “Interpretando”), de esta manera podrá organizar la información y tener un panorama más amplio y claro de la situación que deberá desarrollar en la siguiente orientación.
3. Elabore un informe donde dé cuenta de los elementos y procesos propios de la situación problémica, que deberá estar en estrecha relación con la profesión que usted desempeñará al finalizar este proceso formativo y el contexto en el que se desenvolverá. Para su elaboración, elija el tipo de texto que desea escribir: científico-técnico o narrativo, basado en lo descrito en el componente formativo “Escribiendo”.
4. El informe deberá contener los siguiente:
 - a. **Encabezado:** título del informe, autor (nombre y apellidos completos), nombre del programa y fecha de realización.
 - b. **Palabras claves:** por lo menos 5 palabras claves que se utilizarán en el contexto del informe.
 - c. **Introducción:** descripción del tipo de texto, el tema abordado y su importancia.
 - d. **Desarrollo:** corresponde al cuerpo del trabajo, donde se explica detalladamente el desarrollo de los aspectos enunciados en la introducción. En él se deberá:
 - i. Exponer la problemática haciendo referencia a los aspectos más relevantes.
 - ii. Presentar argumentos que complementen los aspectos relevantes que se señale; para ello, puede hacer uso de la información que recolectó en el proceso investigativo previo a la escritura del informe, haciendo uso de las referencias bibliográficas en normas APA, gráficos y demás elementos que considere necesarios.
 - iii. Presentar su postura frente a la problemática.
 - iv. Debe existir cohesión y coherencia léxica; para ello, haga uso de los conectores.



- v. Utilizar adecuadamente los signos de puntuación, interrogación y admiración, y la acentuación.
- e. **Conclusiones:** presente las conclusiones a las que llegó luego de haber realizado la investigación y escrito el informe.
- f. **Bibliografía:** presente las referencias bibliográficas utilizadas para la elaboración del informe. Recuerde que lo debe hacer siguiendo la normativa APA (componente formativo "Escribiendo").

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- o **Producto a entregar:** informe de la escritura como forma de comunicación asertiva, con la siguiente estructura: encabezado, palabras claves, introducción, desarrollo, conclusiones y bibliografía.
- o **Formato:** PDF.
- o **Extensión:** tres páginas, arial 11, espacio sencillo.
- o Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Informe de creación de contenidos comunicativos. GA4-240201524-AA2-EV01.**

3.3. Actividades de la competencia orientar investigación formativa según referentes técnicos (240201064).

3.3.1. Actividad de aprendizaje GA4-240201064-AA1: Identificar las características socioeconómicas, tecnológicas, políticas y culturales del contexto productivo reconociendo las necesidades y problemáticas que lo afectan.

Para el desarrollo de esta actividad de aprendizaje y la siguiente, que componen el campo de investigación, es muy importante elegir como ejercicio de investigación un tema relacionado con su proceso de formación o un área de interés donde desee ampliar sus conocimientos. Esta decisión le permitirá afianzar los conocimientos del programa, descubrir otras formas de aprender, profundizar y apropiarse de nuevos saberes, de forma individual o grupal.

Duración: 8 horas.

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

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

- **Evidencia GA4-240201064-AA1-EV01: Mapa mental sobre la caracterización del contexto productivo.**

Elabore un mapa mental sobre las características y necesidades del contexto social o productivo de su área de formación, reconociendo los aspectos socioeconómicos, tecnológicos, políticos y culturales. Para la elaboración del mapa mental, se sugiere consultar el Anexo_1_Mapas_mentales y, en general, las siguientes recomendaciones:



1. **Formato:** puede elaborarse a través de herramientas digitales de elaboración de mapas mentales o tomando una fotografía de un mapa mental dibujado a mano y luego convirtiéndola a PDF.
2. **Definir el contenido central:** ubicar el nombre del contexto en el centro de la pantalla o papel y distinguir con una imagen o ícono que lo represente. El contenido central es un tema, idea o concepto para desarrollar.
3. **Identificar un número limitado de características del contenido central:** hacer las bifurcaciones a través de ideas principales, posteriormente en agrupaciones y asociaciones. Se sugiere tener una lluvia de ideas previamente. Es importante el uso de colores, uno solo por bifurcación, teniendo especial cuidado en su grosor.
4. **Jerarquizar ideas:** establecer el tamaño de las ramificaciones, letras, colores, categorías y subcategorías, estableciendo un tamaño determinado para las ramas y las imágenes, para que, en la lectura, se entienda que el tamaño de las ramas e imágenes principales, es mayor al de las ramas secundarias, y el de estas últimas, mayor al de las terciarias, y así sucesivamente.
5. **Unir asociaciones:** mediante ramificaciones y líneas, se irradian las ideas secundarias y las asociaciones entre ideas.
6. **Ampliar hacia afuera:** priorizar las ideas según las manecillas del reloj. En cada bifurcación, incluir una imagen digital o elaborada a mano.
7. **Ubicar imágenes:** apoyos visuales y colores determinarán la calidad de la presentación; por esta razón, se recomienda tener especial cuidado en la calidad y el tamaño de la imagen para acentuar las ideas a recordar.
8. **Diseñar nodos:** para asegurar las conexiones entre las bifurcaciones.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** mapa mental sobre la caracterización del contexto productivo.
- **Formato:** Documento en PDF. Puede elaborarse a través de herramientas digitales de elaboración de mapas mentales o tomando una fotografía de un mapa mental dibujado a mano; en ambos casos, colocar sus datos personales.
- **Extensión:** 1 hoja.
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Mapa mental sobre la caracterización del contexto productivo. GA4-240201064-AA1-EV01.**

3.3.2. Actividad de aprendizaje GA4-240201064-AA2: Elaborar la propuesta de investigación formativa.

El propósito de esta actividad es comprender y dar respuesta a las necesidades del contexto por medio del desarrollo de procesos de investigación efectivos, teniendo en cuenta situaciones de orden social y productivo.

Duración: 40 horas.

Materiales de formación: para el desarrollo de esta actividad, es importante la lectura y el análisis del componente formativo: “Fundamentos de investigación”.

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



- **Evidencia GA4-240201064-AA2-EV01: Propuesta de investigación formativa.**

Diligencie cada una de las pestañas del “Formato propuesta de investigación formativa”. Para el diligenciamiento del formato, se sugiere consultar el Anexo_2_Formato_Propuesta_de_Investigacion y, en general, las siguientes recomendaciones:

1. En cuanto a aspectos generales, el documento debe ser presentado en fuente Arial 10, interlineado 1.5.
2. Para la Etapa 1. Preparación: antes de iniciar la escritura del documento, es necesario tener en cuenta las recomendaciones hechas por el tutor para el mapa mental de la evidencia anterior.
3. Para la escritura del título, es necesario que este sea concreto con relación al problema que se busca resolver, no debe contener palabras innecesarias, no debe utilizar abreviaturas ni fórmulas. Debe tener una extensión máxima de 15 palabras, o 70 caracteres, y debe reflejar de manera apropiada de qué se trata el estudio.
4. Para el resumen, tener en cuenta que este se realiza cuando ya está elaborado todo el ejercicio de investigación formativo. El resumen es una descripción sintética de los aspectos más relevantes del proceso investigativo, que da cuenta del problema, cómo se realizó el estudio, cuáles fueron los principales hallazgos y cuál es la relevancia del estudio para su programa de formación. Se elabora en dos párrafos que deben contener máximo 120 palabras, o 960 caracteres, incluyendo la puntuación y los espacios sin sangría (10 a 15 renglones). Se recomienda que este párrafo se realice con oraciones cortas y simples, separadas de punto y seguido. (Debe estar en idioma español o inglés).
5. Las palabras claves se incluyen una vez está elaborado todo el ejercicio de investigación formativo. Tras el resumen, se deben escribir las palabras claves, las cuales se utilizan con fines de clasificación para que los documentos se puedan incorporar en bases de datos y, de esta forma, agilizar su búsqueda (español/inglés).
6. La justificación expone las razones que justifican la realización del proyecto de investigación formativa en torno al contexto productivo, aspectos sociales, aspectos institucionales, aspectos pedagógicos, aspectos tecnológicos, entre otros. Demuestra la importancia de resolver el problema de investigación. Destaca su impacto y aclara quiénes serán los beneficiarios directos y el alcance social que tendrá.
7. Para los antecedentes, la revisión de la literatura es una síntesis original de teorías y trabajos de investigación fáctica (de campo o empírica) sobre el tema al que se refiere el estudio por realizar. El aprendiz deberá consultar las bases de datos del SENA y hacer una recopilación actualizada (3 últimos años) de lo escrito sobre el tema. La revisión de la literatura debe ser un apartado donde el lector descubre cuál es el problema no resuelto por la comunidad científica y que se quiere abordar mediante el estudio propuesto.
8. Para la identificación del problema, es necesario contemplar las necesidades expuestas en el mapa mental y realizar una delimitación de las mismas. En un primer momento, se hace una descripción de la situación actual del problema, se define el ámbito espacial donde se realizará la propuesta (sin ampliarlo), se indica en forma clara cuál es el problema y quiénes lo tienen, se escriben las causas que lo generan. En un segundo momento, se describen las consecuencias que acarrea la problemática detectada y se pronostica qué sucedería si no se resuelve el problema.
9. Para la pregunta de investigación, es necesario tener en cuenta que guarda estrecha relación con los objetivos de la propuesta y la revisión de la literatura hecha. Para ello, escriba una pregunta cuya respuesta es la solución del problema planteado.
10. El objetivo general tiene las siguientes características: se relaciona con el problema y la pregunta de investigación; es concreto, se redacta con lenguaje claro y sencillo; inicia su redacción con un verbo en infinitivo; incluye el qué se quiere hacer mediante la investigación, a dónde se quiere llegar y mediante



qué. Las respuestas a estos interrogantes conllevan a la respuesta de la pregunta problémica ya formulada.

11. Los objetivos específicos indican el orden sistemático en que se resolverá la investigación, los cuales se desprenden directamente del objetivo general.
12. El marco teórico debe ser organizado en temas y subtemas, de lo general a lo particular. El marco teórico hace referencia a aquellas teorías, normas y conceptualizaciones que pueden contribuir a dar solución al problema enunciado, y permite la confrontación, el análisis y la evaluación del proyecto. Implica que el aprendiz identifica una postura teórica que aporta elementos y categorías de análisis para abordar el campo temático, motivo del estudio, haciendo una redacción propia que se sustenta en autores, estableciendo un diálogo sistemático con los autores, teorías y realidad del contexto en el que trabaja la propuesta. Es importante hacer las respectivas citas bibliográficas según normas APA e incluirlas en las referencias bibliográficas al final del documento.
13. Para el tipo de investigación, el aprendiz deberá indicar si es exploratorio (si se familiariza con el fenómeno que se investiga), descriptivo (identifica características del universo de investigación, señala formas de conductas, establece comportamientos concretos y comprueba variables), explicativo (es comprobar que la propuesta soluciona el problema o no).
14. La población se define como el conjunto personas a las que va dirigida la propuesta de investigación formativa y guarda relación con sus fases. En este campo el aprendiz debe describir de manera amplia el contexto donde convive la población, su universo (total de actores) y mencionar la muestra (si aplica).
15. En el campo de técnicas e instrumentos de recolección de información, debe describir las técnicas, tales como la observación, la encuesta, la entrevista, entre otras.
16. Para la etapa 2, Ejecución, diligencie cada uno de los campos propuestos, teniendo en cuenta el punto 15 de estas instrucciones.
17. En la etapa 2.1, Ejecución, es necesario que diligencie los campos teniendo en cuenta el punto No 7 de estas instrucciones.
18. En la Etapa 3, Procesamiento, se deben analizar e interpretar los datos recogidos en la fase 2.1 de ejecución.
19. En la Etapa 4, Interpretación de resultados, consigne la interpretación de los resultados del ejercicio de investigación formativa.
20. Para la interpretación de los resultados, es importante tener en cuenta que se presentan los resultados sustentados con datos, gráficas, etc. Su análisis confirma la existencia del problema, sus causas, su incidencia. Puede presentarse en dos apartados en esa misma pestaña: resultados y análisis, o realizarlo integralmente; en todo caso, debe tenerse en cuenta que los resultados sintetizan los datos recolectados, así como su tratamiento estadístico; los resultados se exponen de manera breve, destacando los hallazgos más relevantes; al presentar los datos, se sugiere el uso de tablas o figuras, además del texto, que, en lo posible, no deberá repetir lo que dicen estas tablas o figuras. En el análisis, se evalúan e interpretan las implicaciones de los resultados, se presentan con suficiente detalle los datos para justificar las conclusiones; particularmente, en relación con los supuestos teóricos, se debe exponer de manera clara la sustentación o carencia de sustento en relación con los datos.
21. Las conclusiones se redactan en términos de respuesta a los objetivos planteados para el proyecto.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** propuesta de investigación formativa.
- **Formato:** documento en Excel con las 5 etapas diligenciadas.
- **Extensión:** lo indicado en el Excel.



- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Propuesta de investigación formativa. GA4-240201064-AA2-EV01.**

3.4. 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)

3.4.1. Actividad de aprendizaje GA4-240202501-AA1: Dialogar sobre posibles soluciones a problemas dentro de contextos sociales.

Dentro de los contextos laborales es necesario tener en cuenta las diferentes situaciones en la que se pueden poner en práctica los conocimientos adquiridos; dentro de estos destacan las recomendaciones, sugerencias e indicaciones; ya que es importante comprenderlas y ponerlas en práctica, así como poder emitir las dando soluciones a diferentes situaciones problemáticas que puedan darse. En idiomas, es bastante útil este conocimiento, por lo que permite ese intercambio conversacional con otros hablantes, estableciendo actos comunicativos eficientes y provechosos.

Es importante seguir las indicaciones del instructor en cuanto a la mejor manera de apropiarse del 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 4 - MCER A2.2.

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

- **GA4-240202501-AA1-EV01. Cuestionario comprensión lectora y gramatical del nivel.**

Presente un cuestionario de acuerdo con el contenido formativo del cuarto nivel “LEVEL 4 - MCER A2.2”. El cuestionario consta de quince (15) preguntas y un tiempo aproximado de 30 minutos.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** cuestionario con preguntas de acuerdo con la información brindada en el segundo nivel.
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Cuestionario comprensión lectora y gramatical del nivel. GA13-240202501-AA4-EV01.**

- **GA4-240202501-AA1-EV02. Audio sobre el contexto laboral y académico.**

De acuerdo con la temática estudiada en el material de estudio del cuarto nivel, elabore un audio en inglés con el fin de identificar sus actitudes, creencias y obligaciones en el contexto laboral y académico.

Para la elaboración del audio, tenga en cuenta el desarrollo de un guion o estructura a través de un documento de Word.



Parte 1. Durante el desarrollo del audio no olvide realizar una corta presentación de los datos básicos del aprendiz (nombre completo, ID, ficha, instructor y nombre de la actividad).

Parte 2. En la siguiente parte del audio, mencione una corta opinión sobre sus actitudes, creencias y obligaciones en su contexto laboral y académico, donde mencione las cosas que son necesarias (*have to / must / should + infinitive*).

Para la realización del audio, puede utilizar su dispositivo móvil o existen páginas web que, a través del uso del micrófono, le permiten grabar su audio.

Una vez finalizado el audio, puede cargarlo a Sreaker o Podbean, registrándose de forma gratuita con su cuenta de correo personal o institucional, y generar la URL del podcast. Debe comprobar que no tenga restricciones de reproducción para que pueda compartir el enlace con el guion elaborado.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** archivo de audio o documento con el guion y el enlace del audio.
- **Formato:** mp3 o archivo con el enlace del audio.
- **Extensión:** 2 a 5 minutos.
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Audio sobre el contexto laboral y académico. GA13-240202501-AA4-EV02.**

● **GA4-240202501-AA1-EV03. Foro de opiniones sobre el contexto laboral.**

Para el desarrollo de la evidencia, debe participar en el foro denominado “*Giving opinions about jobs*” y, a partir de los aspectos de su experiencia laboral, responder de manera argumentada y creativa las siguientes preguntas:

1. *How can you be environmentally friendly at work?*
2. *What kind of incentives could a green company offer to its employees?*
3. *In what other ways could businesses involve their employees in environmental issues?*

Realice seguimiento al foro y responda un comentario de manera crítica y reflexiva, de acuerdo con la intervención que hayan realizado sus compañeros.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** participar en el foro denominado “*Giving opinions about jobs*” y realizar una respuesta crítico-reflexiva a una de las participaciones de sus compañeros.
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Foro de opiniones sobre el contexto laboral. GA4-240202501-AA1-EV03.**

3.4.2. Actividad de aprendizaje GA4-240202501-AA2: Reportar sobre posibles soluciones a problemas dentro de contextos laborales.

Es necesario tener en cuenta las diferentes situaciones en las que se pueden poner en práctica los conocimientos adquiridos en diferentes contextos y situaciones, conforme a las posibilidades, adaptación al cambio y los diferentes estados laborales, para poder compartir diferentes experiencias de la vida.



Cuando se expresa en inglés, es bastante útil, en la presentación de ideas, mencionar planes, acciones y experiencias de su contexto personal y laboral, teniendo en cuenta la adaptabilidad y responsabilidad profesional.

Es importante que tenga en cuenta el material de estudio para el desarrollo de cada una de las evidencias y la construcción de los textos, de acuerdo con lo propuesto desde el componente formativo denominado LEVEL 5 – MCER B1.1.

Duración: 48 horas

Material de formación: para el desarrollo de esta actividad es importante la lectura y el análisis del componente formativo: LEVEL 5 - MCER B1.1.

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

- **GA4-240202501-AA2-EV01. Cuestionario comprensión lectora y gramatical del nivel.**

Presente un cuestionario de acuerdo con el contenido formativo del quinto nivel “LEVEL 5 - MCER B1.1. El cuestionario consta de quince (15) preguntas y un tiempo aproximado de 30 minutos.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** cuestionario con preguntas de acuerdo con la información brindada en el segundo nivel.
 - Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Cuestionario comprensión lectora y gramatical del nivel GA4-240202501-AA2-EV01.**
- **GA4-240202501-AA2-EV02. Audio sobre la trayectoria, acciones y soluciones en el contexto laboral y académico.**

De acuerdo con la temática estudiada en el material de estudio del quinto nivel, elabore un audio en inglés sobre la trayectoria, planes, acciones y soluciones de su contexto académico y laboral.

Para la elaboración del audio, tenga en cuenta el desarrollo de un guion o estructura a través de un documento de Word.

Parte 1. Durante el desarrollo del audio, no olvide realizar una corta presentación de los datos básicos del aprendiz (nombre completo, ID, ficha, instructor y nombre de la actividad).

Parte 2. En la siguiente parte del audio, mencione una corta opinión sobre la trayectoria, planes, acciones y soluciones de su contexto académico y laboral, teniendo en cuenta la flexibilidad y adaptabilidad en los contextos sobre liderazgo y responsabilidad profesional. (*Making decisions: zero, first and second conditional, self-direction, flexibility and adaptability in job contexts about leadership and responsibility*).

Para la realización de audio, puede utilizar su dispositivo móvil o puede recurrir a páginas web que, a través del uso del micrófono, le permiten grabar audio.



Una vez finalizado el audio, puede cargarlo a Spreaker o Podbean, registrándose de forma gratuita con su cuenta de correo personal o institucional, y generar la URL del podcast. Debe comprobar que no tenga restricciones de reproducción para que pueda compartir el enlace con el guion elaborado.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** archivo de audio o documento con el guion y el enlace.
- **Formato:** mp3 o archivo con el enlace del audio.
- **Extensión:** 2 a 5 minutos.
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Audio sobre la trayectoria, acciones y soluciones en el contexto laboral y académico. GA4-240202501-AA2-EV02.**

● GA4-240202501-AA2-EV03. Foro de compartiendo experiencias laborales.

Para el desarrollo de la evidencia, debe participar en el foro denominado “*Sharing life experiences*” y, a partir de los aspectos de su experiencia laboral, responder de manera argumentada y creativa las siguientes preguntas basado en la situación inicial planteada:

Think about an experience at work where you were flexible and adapted to a new situation or a change in the process.

Now answer:

- ✓ *What was the result of the experience?*
- ✓ *How did your flexibility and adaptability help you deal with the situation?*
- ✓ *Would you change anything in order to deal in a better way with it?*

Realice seguimiento al foro y responda un comentario en forma crítica y reflexiva, de acuerdo con la intervención que hayan realizado sus compañeros.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** participar en el foro denominado “*Sharing life experiences*” y realizar una respuesta crítico-reflexiva a una de las participaciones de sus compañeros.
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Foro de compartiendo experiencias laborales. GA4-240202501-AA2-EV03.**

4. Actividades de evaluación

Evidencias de aprendizaje	Criterios de evaluación	Técnicas e instrumentos de evaluación
Evidencia de conocimiento: <i>Webinar sobre el funcionamiento del marketing digital.</i> GA4-260101055-AA1-EV01.	Determina los elementos del plan de mercadeo digital teniendo en cuenta el diagnóstico y el segmento del mercado.	Lista de chequeo: IE-GA4-260101055-AA1-EV01.



Evidencia de conocimiento: Mapa conceptual del procedimiento del mercadeo. GA4-260101055-AA1-EV02.	Determina los elementos del plan de mercadeo digital teniendo en cuenta el diagnóstico y el segmento del mercado.	Lista de chequeo: IE-GA4-260101055-AA1-EV02.
Evidencia de conocimiento: Cuadro comparativo de la caracterización del SEO y el SEM. GA4-260101055-AA1-EV03.	Determina los elementos del plan de mercadeo digital teniendo en cuenta el diagnóstico y el segmento del mercado.	Lista de chequeo: IE-GA4-260101055-AA1-EV03.
Evidencia de desempeño: Redes sociales de la mipyme. GA4-260101055-AA1-EV04.	Selecciona actividades para el plan de <i>marketing</i> digital de acuerdo con el modelo de negocio.	Lista de chequeo: IE-GA4-260101055-AA1-EV04.
Evidencia de producto: Plan de <i>marketing</i> digital. GA4-260101055-AA1-EV05.	• Elabora cronograma y presupuesto a partir de necesidades del plan de <i>marketing</i> digital. • Utiliza indicadores y métricas teniendo en cuenta necesidades del plan de <i>marketing</i> digital.	Lista de chequeo: IE-GA4-260101055-AA1-EV05.
Evidencia de desempeño: Video de la comunicación como expresión humana. GA4-240201524-AA1-EV01.	• Escucha con atención y concentración, asiente y pregunta al hablante oyente para retroalimentar el proceso. • Utiliza el lenguaje según el destinatario, el propósito, el contexto y el contenido. • Interpreta mensajes y reconstruye el discurso con sus propias palabras manteniendo el sentido.	Lista de chequeo: IE-GA4-240201524-AA1-EV01.
Evidencia de producto: Informe de creación de contenidos comunicativos. GA4-240201524-AA2-EV01.	• Redacta textos con cohesión y coherencia siguiendo pautas de progresión temática. • Establece acuerdos a partir de la diversidad de conceptos y opiniones. • Usa el léxico con precisión y propiedad en los procesos de comunicación relacionados con el área de desempeño laboral. • Utiliza las reglas gramaticales y los signos de puntuación según el texto comunicativo.	Lista de chequeo: IE-GA4-240201524-AA2-EV01.



Evidencia de conocimiento: Mapa mental sobre la caracterización del contexto productivo. GA4-240201064-AA1-EV01.	Reconoce las necesidades del contexto, según las problemáticas identificadas.	Rúbrica de evaluación: IE-GA4-240201064-AA1-EV01.
Evidencia de desempeño y producto: Propuesta de investigación formativa. GA4-240201064-AA2-EV01.	- Describe el problema de investigación de acuerdo con los elementos observados. - Plantea los objetivos de la investigación según la pregunta de investigación. - Consolida el proyecto de investigación teniendo en cuenta la pertinencia y los alcances. - Elabora el marco teórico de la investigación de acuerdo con los contextos nacional e internacional. - Aplica técnicas de recolección de información de acuerdo con criterios establecidos por la metodología. - Comunica los resultados de la investigación según criterios de presentación de informes.	Lista de verificación: IE-GA4-240201064-AA2-EV01.
Evidencia de conocimiento: Cuestionario comprensión lectora y gramatical del nivel. GA4-240202501-AA1-EV01.	Ofrece breves razonamientos y explicaciones de opiniones, planes y acciones.	Cuestionario: IE-GA4-240202501-AA1-EV01.
Evidencia de producto: Audio sobre el contexto laboral y académico. GA4-240202501-AA1-EV02.	Se comunica de manera eficaz en torno a temáticas cotidianas y laborales sencillas haciendo uso de una adecuada pronunciación, fluidez, rango de vocabulario y estructura gramatical para el nivel preintermedio.	Lista de chequeo: IE-GA4-240202501-AA1-EV02.
Evidencia de desempeño: Foro de opiniones sobre el contexto laboral. GA4-240202501-AA1-EV03.		Lista de chequeo: IE-GA4-240202501-AA1-EV03.
Evidencia de conocimiento: Cuestionario comprensión lectora y gramatical del nivel GA4-240202501-AA2-EV01.	Brinda solución a un problema sencillo haciendo uso de una adecuada pronunciación, fluidez, rango de vocabulario y estructura gramatical para el nivel preintermedio.	Cuestionario: IE-GA4-240202501-AA2-EV01.
Evidencia de producto:		Lista de chequeo:



Audio sobre la trayectoria, acciones y soluciones en el contexto laboral y académico. GA4-240202501-AA2-EV02.		IE-GA4-240202501-AA2-EV02.
Evidencia de desempeño: Foro de compartiendo experiencias laborales. GA4-240202501-AA2-EV03.		Lista de chequeo: IE-GA4-240202501-AA2-EV03.

5. Glosario de términos

Acentuación: se refiere a la distribución de los acentos ortográficos.

Adaptable: adaptarse adecuadamente a las nuevas condiciones que pueden darse o a una situación determinada en un contexto laboral o personal.

Argumento: “razonamiento para probar o demostrar una proposición, o para convencer de lo que se afirma o se niega” (RAE, 2020).

Analítica web: “es la forma de medir y analizar los datos de tráfico de un sitio web, lo cual nos va a permitir tomar las mejores decisiones y optimizar los objetivos del negocio” (Benítez, 2019).

Blog post: “es el nombre técnico que recibe la acción de publicar una entrada o un artículo en un blog” (Benítez, 2019).

Comunicación: “un primer acercamiento a la definición de comunicación puede realizarse desde su etimología. La palabra deriva del latín *comunicare*, que significa “compartir algo, poner en común”. Por lo tanto, la comunicación es un fenómeno inherente a la relación que los seres vivos mantienen cuando se encuentran en grupo” (Definición, 2020).

Cookies: “son pequeños fragmentos de información que quedan registrados en el navegador cuando se visita un sitio web y que permiten a este sitio seguir el rastro de la actividad de los usuarios” (Benítez, 2019).

Digital: “perteneciente o relativo a los dedos. Dicho de un dispositivo o sistema que crea, presenta, transporta o almacena información mediante la combinación de bits. Que se realiza o trasmite por medios digitales” (RAE, 2020).

Engagement: “es la sensación de pertenencia y unión emocional entre una marca y un usuario. Es el objetivo de toda marca o empresa en redes sociales, a través de basar la estrategia en *marketing* de contenidos y generar en cada una de las redes la mayor participación posible” (Benítez, 2019).

Entonación: rasgo lingüístico suprasegmental constituido por la secuencia sonora de los tonos con que se emite el discurso oral; constituye una línea melódica y contribuye al significado del discurso.

Flexibilidad: capacidad de adaptarse fácilmente a nuevas situaciones para hacer frente a las nuevas condiciones de forma adecuada.



Hashtag: “es una etiqueta formada por una palabra o un conjunto de palabras, precedidas por el símbolo numeral (#), que transmite una idea, un nombre o un concepto que normalmente va asociado con un mensaje o texto. Su uso se ha extendido principalmente en redes sociales como Twitter, Instagram o Google Plus” (Benítez, 2019).

Interpretar: “explicar o declarar el sentido de algo, y principalmente el de un texto” (RAE, 2020).

Investigar: indagar para descubrir algo.

Lenguaje: “facultad del ser humano de expresarse y comunicarse con los demás a través del sonido articulado o de otros signos. Conjunto de señales que dan a entender algo” (RAE, 2020).

Léxico: “enriquecimiento lexical. Que expresa contenidos o conceptos propios del léxico, por oposición a los característicos de la gramática. Vocabulario, conjunto de palabras de un idioma, o de las que pertenecen al uso de una región, a una actividad determinada, a un campo semántico dado, etc.” (RAE, 2020).

Leyes: regla fija a la que está sometido un fenómeno de la naturaleza.

Marketing de contenidos: “son estrategias de *marketing* enfocadas en ofrecer contenidos útiles y de ayuda a los usuarios, principalmente a través del blog y del social media *marketing*” (Benítez, 2019).

Método: modo de decir o hacer con orden, modo de obrar o proceder, hábito o costumbre que cada uno tiene y observa.

Oratoria: “oratoria es una palabra que proviene del vocablo latino *oratoria* y que está vinculada al arte de hablar con elocuencia. El objetivo de la oratoria suele ser persuadir; por eso, se diferencia de la didáctica (que busca enseñar y transmitir conocimientos) y de la poética (intenta deleitar a través de la estética). La oratoria, por lo tanto, pretende convencer a las personas para que actúen de una cierta manera o tomen decisiones” (Definición, 2013).

Socioeconómico: perteneciente o relativo a los factores sociales y económicos.

Técnica: “habilidad para ejecutar cualquier cosa, o para conseguir algo” (RAE, 2020).

Texto: “enunciado o conjunto coherente de enunciados orales o escritos. Todo lo que se dice en el cuerpo de una obra manuscrita o impresa, a diferencia de lo que en ella va por separado; como las portadas, las notas, los índices, etc.” (RAE, 2020).

Viral: “un contenido viral, del tipo que sea, es aquel que se difunde y se comparte como la pólvora entre diferentes usuarios y a través de diferentes medios y redes sociales. El objetivo de cualquier campaña de *marketing* es “viralizar” sus contenidos” (Benítez, 2019).

Webinar: “anglicismo de seminario *web*. Son eventos o conferencias de carácter educativo que tienen lugar en el medio *online*. Es una muy buena estrategia para enganchar nuevos seguidores en las redes sociales” (Benítez, 2019).



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/>
- Benitez, M. (2019, 27 mayo). *Diccionario de Marketing Digital*. 2U.Digital. <https://communitymanager2u.com/blog-diccionario-de-marketing-digital/>
- Cibrián, I. (2018). *Marketing digital. Mide, analiza y mejora*. ESIC Editorial.
- Guijarro, J. (2002). *Técnico en publicidad*. Grupo Cultural.
- Hernández, R. (2010). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill Education.
- Hernández, R. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Education.
- Labarta, F. (2014). *Guía para crear mensajes y contenidos publicitarios*. Almuzara.
- Lambin, J. J. (2005). *Marketing estratégico*. ESIC.
- Moure, O. (1999). *El acento en las palabras de dos sílabas*. OM Pronounce. <http://www.ompersonal.com.ar/ompronounce/unit11/page1.htm>
- Navarro, C. (2010). *Creatividad publicitaria eficaz*. ESIC Editorial.
- Pérez, G., García, G., Nocedo, I., & García, M. (2009). *Metodología de la investigación educacional*. Pueblo y Educación.
- Pérez, J. y Gardey, A. (2008). *Definición de comunicación*. Definición.de. <https://definicion.de/comunicacion/>
- Pérez, J. y Merino, M. (2009). *Definición de oratoria*. Definición.de. <https://definicion.de/oratoria/>
- Real Academia Española. (2020). *argumento*. «Diccionario de la lengua española» - Edición del Tricentenario. <https://dle.rae.es/argumento?m=form>
- Roldán, S. (2016). *Community management 2.0: Gestión de comunidades virtuales*. Ecoe Ediciones.
- Sainz, J. (2018). *El plan de marketing digital en la práctica*. ESIC.
- Serrano-Cobos, J. (2015). *SEO. Introducción a la disciplina del posicionamiento en buscadores*. UOC.
- Vaughan Systems. (2013). *Inglés. Ciclo formativo. Grado superior*. McGraw-Hill Education. <https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/ereader/senavirtual/50221?page=1>
- Velilla, J. (2010). *Branding. Tendencias y retos en la comunicación de marca*. Editorial UOC.



7. Control del documento

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Manuel Augusto Arias López	Instructor – Experto Temático	Regional Quindío - Centro de Comercio y Servicios	Julio de 2020
	Vilma Perilla Méndez	Evaluable Instruccional	Regional Distrito Capital - Centro de Gestión Industrial	Julio de 2020
	Anderson Silva Gómez	Experto Temático	Regional Distrito Capital - Centro de Gestión Industrial	Diciembre de 2020
	Elba Patricia Rodríguez	Experto Temático	Regional Distrito Capital - Centro de Gestión Industrial	Diciembre de 2020
	Marisol Osorio Beltrán	Líder Sennova	Regional Antioquia - Centro de Formación en Diseño Confección y Moda	Noviembre de 2020
	Luz Mila Pacheco Fuentes	Diseñadora Instruccional	Regional Distrito Capital - Centro de Diseño y Metrología	Noviembre de 2020
	Susana Yuliet Pérez Marín	Diseñadora Instruccional	Regional Distrito Capital - Centro para la Industria de la Comunicación Gráfica –	Febrero de 2021
	Paula Andrea Taborda Ortiz	Diseñadora Instruccional	Regional Distrito Capital - Centro de Diseño y Metrología	Febrero de 2021
	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)					

Desarrollo de contenidos

1 La identidad corporativa

[Ver contenido](#)

2 Manejo de software de diseño vectorial

[Ver contenido](#)

3 Manual de identidad corporativa

[Ver contenido](#)

Desarrollo de contenidos

1 ¿Qué es una campaña publicitaria?

[Ver contenido](#)

Desarrollo de contenidos

1 Endomarketing

[Ver contenido](#)

2 La comunicación interna

[Ver contenido](#)

3 Plan de comunicación interna

[Ver contenido](#)

Desarrollo de contenidos

1 Marketing

[Ver contenido](#)

2 Marketing digital

[Ver contenido](#)



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:**
 - 260101052 - Estructurar la campaña publicitaria de acuerdo con objetivos de comunicación y metodología de planeación.
 - 240201528 - Razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales, sociales y personales.
 - 220601501 - Aplicar prácticas de protección ambiental, seguridad y salud en el trabajo de acuerdo con las políticas organizacionales y la normatividad vigente.
 - 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:

- 260101052-02 - Desarrollar la campaña publicitaria teniendo en cuenta el plan de comunicación organizacional.

Claves:

- 240201528-01 - Identificar modelos matemáticos de acuerdo con los requerimientos del problema planteado en contextos sociales y productivo.
- 240201528-02- Plantear problemas matemáticos a partir de situaciones generadas en el contexto social y productivo.
- 240201528-03 - Resolver problemas matemáticos a partir de situaciones generadas en el contexto social y productivo.
- 240201528-04 - Proponer acciones de mejora frente a los resultados de los procedimientos matemáticos de acuerdo con el problema planteado.



- 240202501-06 - Explicar las funciones de su ocupación laboral usando expresiones de acuerdo al nivel requerido por el programa de formación.

Transversales:

- 220601501-01 - Analizar las estrategias para la prevención y control de los impactos ambientales y de los accidentes y enfermedades laborales de acuerdo con las políticas organizacionales y el entorno social.
- 220601501-02 - Implementar estrategias para el control de los impactos ambientales y de los accidentes y enfermedades de acuerdo con los planes y programas establecidos por la organización.
- 220601501-03 - Realizar seguimiento y acompañamiento al desarrollo de los planes y programas ambientales y SST, según el área de desempeño.
- 220601501-04 - Proponer acciones de mejora para el manejo ambiental y el control de la SST, de acuerdo con estrategias de trabajo, colaborativo, cooperativo y coordinado en el contexto productivo y social.

- **Duración de la guía:** Técnico: 192 horas + Claves: 96 horas + Transversales: 48 horas = 336 horas.

2. Presentación

Después de un largo camino recorrido en el desarrollo de la campaña publicitaria, en el que se realizaron una serie de procesos y planes para consolidar estrategias de comunicación para la empresa, se llega a una fase crucial en la que se afianza toda la estructura de la campaña, incluyendo las estrategias online y offline, así como el cronograma de medios integral. Por tal motivo, en este punto, debe tener una visión holística de la campaña, desde el proceso de diagnóstico y propuesta estratégica a través del brief, pasando por la estrategia creativa, para finalmente generar la divulgación de los mensajes y la publicación de las piezas a través de un plan de medios que permita el logro de los objetivos.

Así mismo, es necesario conocer que es clara la necesidad de tener conocimientos básicos de matemáticas en cualquier ámbito, no solo el profesional o académico, muchos problemas de la vida diaria requieren por lo menos un conocimiento mínimo sobre operaciones básicas como la suma, la resta, la multiplicación o la división; por ejemplo: revisar el saldo de una tarjeta de crédito, solicitar un préstamo, comprar víveres o realizar un presupuesto mensual. Por tanto, las actividades matemáticas en esta guía apuntarán a ello.

Por otro lado, desde de la competencia que posibilita aplicar prácticas de protección ambiental, seguridad y salud en el trabajo (SST) con las políticas organizacionales y la normatividad vigente, las actividades de aprendizaje están basadas en la estrategia didáctica de aprendizaje a través de estudio de casos, la cual permite representar circunstancias de la vida real para hallar posibles soluciones que se puedan presentar en el contexto laboral o personal.

De igual manera, para el 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 siete (7) 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:

Semanas Competencia	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Semana 8	Semana 9
260101052	Webinar sobre una campaña publicitaria. GA7-260101052-AA1-EV01.	Presentación del medio de comunicación. GA7-260101052-AA1-EV02.			Plan de medios de la campaña publicitaria. GA7-260101052-AA1-EV03.				
Horas por semana	25	25	25	14	26	14	14	25	24
240201528	Cuestionario sobre procedimientos aritméticos. GA7-240201528-AA1-EV01.	Informe del planteamiento de ecuación. GA7-240201528-AA2-EV01.	Video presentación del caso. GA7-240201528-AA3-EV01.	Algoritmo para el cálculo de áreas y volúmenes. GA7-240201528-AA4-EV01.					
Horas por semana	12	12	12	12					
220601501						Cuestionario sobre opciones de solución a situaciones que se presentan en el contexto ambiental y del SST. GA7-220601501-AA1-EV01.	Presentación sobre las estrategias para la prevención y control de los impactos ambientales, accidentes y enfermedades laborales (ATEL). GA7-220601501-AA2-EV01.	Mapa mental respecto a los planes y acciones establecidos en medio ambiente y SST. GA7-220601501-AA3-EV01.	Video expositivo sobre oportunidades de mejora en medio ambiente y SST. GA1-220601501-AA4-EV01.
Horas por semana						12	12	12	12
240202501				Documento escrito declaración personal. GA7-240202501-AA1-EV01.	Video presentación de la innovación tecnológica. GA7-240202501-AA1-EV02.		Foro expresando opiniones sobre libros y películas. GA7-240202501-AA1-EV03.		
Horas por semana				12	12	12	12		
Horas total semana	37	37	37	38	38	38	38	37	36



3.1. Actividades de la competencia estructurar la campaña publicitaria de acuerdo con objetivos de comunicación y metodología de planeación (260101052).

3.1.1. Actividad de aprendizaje GA7-260101052-AA1: Estructurar la campaña publicitaria y el plan de medios de acuerdo con la estrategia online y offline.

Recordar que, ya se está próximo en terminar este proceso y que de igual manera como las anteriores actividades de aprendizaje, para el desarrollo de esta debe seguir trabajando con el grupo que previamente conformó, ya que se desarrollarán evidencias de manera individual y grupal, aplicando siempre lo que se solicitan para la Mypime elegida.

Duración: 192 horas.

Materiales de formación: para el desarrollo de esta actividad es importante la lectura y análisis del componente formativo: “Plan de Medios”.

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

- **Evidencia GA7-260101052-AA1-EV01: Webinar sobre una campaña publicitaria.**

Actividad para realizar de forma individual.

En la actualidad los medios por los que se desarrolla una campaña publicitaria han cambiado radicalmente, donde anteriormente el rey era la televisión, razón por la cual el porcentaje de inversión en este medio era del 80% en la mayoría de las empresas que tenían la posibilidad de pagar los altos precios de pauta. Hoy, casi cualquier empresa puede desarrollar estrategias con un alcance considerable gracias a las nuevas plataformas y al cambio en el consumo de los medios.

A través de la visualización del siguiente video, en el que se expone una campaña con el uso de medios actuales y que en esencia pudo ser realizada por otras marcas, pues su inversión es moderada, se demuestra que el plus es la creatividad.

Campaña de la marca registrada Absolut Vodka illusion: <https://is.gd/PF2CC0>

Ahora se reflexionará sobre los siguientes interrogantes:

1. ¿Cuál cree es el impacto que puede generar una campaña de este tipo para la marca y para sus consumidores?
2. ¿Cree que el alcance que obtuvo la marca es proporcional en precio y ejecución al que pueden generar medios convencionales como la televisión? Justifique su respuesta.
3. ¿Qué factores cree que hicieron que esta campaña haya alcanzado a un porcentaje significativo del *target* de producto?
4. ¿Cree que los medios utilizados fueron adecuados? ¿Cuáles otros utilizarían hoy y de qué forma?



Se deben responder las preguntas y realizar un documento escrito, subirlo a la actividad correspondiente en el LMS y participar en la webinar organizada por el instructor para realizar su aporte en la socialización del tema.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** un documento con la reflexión del video de la campaña publicitaria y participación en la webinar.
 - **Formato:** documento PDF y plataforma webinar.
 - **Extensión:** 2 hojas máximo para el documento escrito y 30 minutos en la webinar.
 - Para hacer el envío de la evidencia remitirse al área de la actividad correspondiente y acceder al espacio: **Webinar sobre una campaña publicitaria. GA7-260101052-AA1-EV01.**
- **Evidencia GA7-260101052-AA1-EV02: Presentación del medio de comunicación.**

Actividad para realizar en grupos de 2 o 3 personas.

La base de un plan de medios es precisamente el conocimiento que se tenga de los medios de comunicación, de la empresa y del mercado objetivo, de esta forma es posible que el planner o estrategia de medios tenga la información necesaria para decidir cuál es el mix más adecuado para entregar el mensaje al target y lograr los objetivos propuestos.

Por lo anterior y basado en el componente formativo <Plan de Medios>, los grupos se debe seleccionar uno de los siguientes medios de comunicación y realizar una presentación con una explicación detallada del mismo:

- Televisión.
- Radio.
- Prensa.
- Revistas.
- Cine.
- Publicidad OOH (exterior) y de tránsito.
- Redes sociales.
- Google Adwords.
- Métrica en medios convencionales.
- Métrica en medios digitales.

Cada grupo debe realizar un documento con toda la información recopilada para entregar a todo el grupo, donde se incluya:

- Descripción del medio.
- Indicar el porqué de su elección, dejando claro el motivo que se destaca de los demás.
- Ventajas.
- Desventajas.
- Pauta.
- Ejemplos.



Adicional se debe realizar una presentación vía webinar de máximo 30 minutos en la que se exponga el tema de forma detallada.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** documento con la información recopilada y una presentación del medio de comunicación elegido a través de una webinar.
- **Formato:** documento PDF y plataforma webinar.
- **Extensión:** 30 minutos.
- Para hacer el envío de la evidencia remitirse al área de la actividad correspondiente y acceder al espacio: **Presentación del medio de comunicación. GA7-260101052-AA1-EV02.**

- **Evidencia GA7-260101052-AA1-EV03: Plan de medios de la campaña publicitaria.**

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

En este punto, ya se está en la capacidad de realizar una campaña con todos los elementos y el plan de medios, en este caso es el último paso que se realizará; aunque anteriormente se ha realizado la selección de medios para el desarrollo de piezas y estrategias de comunicación, es en este plan donde se hará un plan estructurado para la divulgación del mensaje.

Por tales motivos, para llevar a cabo este plan de medios de la campaña publicitaria, es necesario que se haga lo siguiente:

- Seleccionar el producto, servicio o línea de la Mipyme para el desarrollo de la campaña.
- Realizar el brief táctico.
- Determinar el mercado objetivo.
- Definir el arquetipo del cliente (target comunicacional).
- Definir el objetivo de mercadeo ligado a la campaña.
- Redactar los objetivos de medios aplicando factores de alcance, frecuencia e intensidad.
- Definir los medios a utilizar: medios principales y medios secundarios.
- Realizar cronograma de medios (flowchart).
- Desarrollar las piezas gráficas.
- Definir el presupuesto total de la campaña (pauta, producción y planeación).
- Crear la presentación de la campaña.
- Preparar la presentación.
- Crear material para la presentación ante el cliente.

Se debe tener en cuenta que se debe presentar todo el material de la campaña en PDF y realizar la presentación de forma creativa a través de plataforma webinar ante los empresarios e instructores.

La campaña debe tener una presentación final en un video, realizado de forma creativa en el que se expongan los elementos más importantes de la misma, en un tiempo de 2 a 4 minutos.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:



- **Producto a entregar:** documento de la campaña y socialización de esta a través de una webinar.
- **Formato:** documento PDF y plataforma webinar.
- **Extensión:** documento libre y presentación de 30 minutos incluyendo el video.
- Para hacer el envío de la evidencia remitirse al área de la actividad correspondiente y acceder al espacio: **Plan de medios de la campaña publicitaria. GA7-260101052-AA1-EV03.**

3.2. Actividades de la competencia razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales, sociales y personales (240201528).

3.2.1. Actividad de aprendizaje GA7-240201528-AA1: Desarrollar procedimientos aritméticos para resolver problemáticas de la vida cotidiana.

Duración: 12 horas.

Materiales de formación: para el desarrollo de esta actividad es importante la lectura y análisis del componente formativo: “Componente básico”.

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

- **Evidencia GA7-240201528-AA1-EV01: Cuestionario sobre procedimientos aritméticos.**

El desarrollo de esta evidencia se realizará mediante un cuestionario, en el cual se han determinado y seleccionado una serie de preguntas que dan respuesta al resultado de aprendizaje: “Identificar modelos matemáticos de acuerdo con los requerimientos del problema planteado en contextos sociales y productivos”.

Para ello, primero debe revisar el componente formativo “Componente básico”, en el cual se encontrará información acerca de las operaciones de conjuntos numéricos, proporcionalidad y su aplicación como regla de tres, porcentaje. En el “Anexo: preguntas conjuntas numericas_240201528_AA1_EV01”, se presentan una serie de preguntas similares a las que se encontrarán en el quiz, se debe probar resolverlas y comentar cualquier inquietud al instructor. Revisar el anexo.

Se debe responder el cuestionario disponible en plataforma y adicionalmente entregar un informe con el proceso utilizado para obtener las respuestas del mismo. Antes de responder las preguntas es importante tener en cuenta lo siguiente:

- Revisar el componente formativo (conjuntos numéricos, operaciones aritméticas, razones y proporciones) seguramente le permitirá comprender con detalle los conceptos.
- Responder la totalidad de las preguntas formuladas en el cuestionario línea.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto para entregar:** responder el cuestionario en línea.
- **Formato:** evaluación en línea.
- **Extensión:** 30 minutos aproximadamente de la prueba.
- Para hacer el envío de la evidencia remitirse al área de la actividad correspondiente y acceder al espacio: **Cuestionario sobre procedimientos aritméticos GA7-240201528-AA1-EV01.**



3.2.2. Actividad de aprendizaje GA7-240201528-AA2: Resolver problemas de aplicación de situaciones de los contextos productivo y social a partir del uso de herramientas matemáticas.

Duración: 12 horas.

Materiales de formación: para el desarrollo de esta actividad es importante la lectura y análisis del componente formativo: “Componente medio”.

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

- **Evidencia GA7-240201528-AA2-EV01: Informe del planteamiento de ecuación.**

Para esta evidencia se toma como estrategia el aprendizaje basado en problemas, en el cual se resolverá un problema de aplicación utilizando las herramientas matemáticas propuestas en componente formativo “Componente medio”.

Problema de aplicación:

Una firma de arquitectos en una estrategia de mercadeo muy innovadora busca entregar a cada uno de sus clientes una casa en escala de chocolate, como la que se ve en la figura:



La repostería que contrataron para llevar a cabo dicho proyecto tiene dos inconvenientes. El primero es el uso óptimo de la materia prima en el diseño de las casas y el segundo es encontrar una opción económicamente viable para el empaque de la casa, pues al ser comestible debe estar protegida con una vitrina de metacrilato.

Se solicita que para aportar a la solución de esta situación realice lo siguiente:

- a. Plantee una ecuación que represente el área total de la casa de chocolate.
- b. Busque una función que represente el costo total de una casa de chocolate vs cantidad de casas de chocolate. Para esto debe tener en cuenta que hay unos gastos fijos como el costo de la materia prima, el salario de los reposteros, costo del material de la vitrina en la que se entregará la casa, entre otros.



- c. Proponga una solución más rentable para la entrega de casas de chocolate.
- d. Plasme estos resultados en un documento donde justifique la solución que le dio al problema.

Para el desarrollo de esta evidencia deberá elaborar un informe en el cuál aborde los siguientes puntos:

- Portada.
- La ecuación que define el área total de la casa y su respectiva explicación.
- La función que relaciona el costo de producción de las casas vs cantidad de casas de chocolate, con su respectiva justificación.
- Propuesta de mejora de proceso.
- Conclusiones.
- Bibliografía (para esto puede apoyarse en la Biblioteca virtual del SENA <http://biblioteca.sena.edu.co/>).

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto para entregar:** informe del planteamiento de la ecuación.
- **Formato:** PDF.
- **Extensión:** libre.
- Para hacer el envío de la evidencia remitirse al área de la actividad correspondiente y acceder al espacio: **Informe del planteamiento de ecuación GA7-240201528-AA2-EV01.**

3.2.3. Actividad de aprendizaje GA7-240201528-AA3: Realizar un muestreo estadístico acerca de una situación contextualizada en la vida diaria.

Duración: 12 horas.

Materiales de formación: para el desarrollo de esta actividad es importante la lectura y análisis del componente formativo: “Componente intermedio”.

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

- **Evidencia GA7-240201528-AA3-EV01: Video presentación del caso.**

Para esta evidencia se toma como estrategia el aprendizaje estudio de caso, en el cual usted debe resolver un caso práctico utilizando las herramientas matemáticas propuestas en el componente formativo “Componente intermedio”.

Caso de estudio. Censo de población y vivienda en Colombia

Busque información en una página oficial sobre el último Censo realizado en Colombia, el cual da cuenta de la población y vivienda, a partir de un conteo y caracterización de los habitantes colombianos, así como de sus viviendas y hogares constituidos en el país.



Con esta información obtenida se pretende generar información estadística relevante, la cual es un referente para la toma de decisiones en el orden político, económico de bienestar social, entre otros factores.

La información se presenta distribuida en tres categorías: (<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivenda-2018>):

- ¿Cuántos somos? Presenta la distribución de la población por sexo, grupos de edad (estructura de la población) y el porcentaje de personas (proporción) que tienen dificultades para realizar actividades cotidianas, así como las que saben leer y escribir, las que asisten a alguna institución educativa en los departamentos y municipios de la región, nivel educativo alcanzado, fecundidad por grupos de edad, promedio de hijos por mujer. También se presenta información de migración interdepartamental en el último año, características de los extranjeros residentes en Colombia (sexo, edad, ocupación, nivel educativo), inmigración internacional en los últimos 5 años y el último año).
- ¿Dónde estamos? Presenta la distribución por ubicación geográfica de la población, los hogares y las viviendas en el territorio nacional (cabeceras municipales, rural disperso, centros poblados), así como el lugar de nacimiento de los residentes en los departamentos y municipios de la región. También se presentan los indicadores demográficos por departamento, la tasa de alfabetismo por departamento, el porcentaje (proporción) de migración interna por departamento.
- ¿Cómo vivimos? Presenta el total de hogares y viviendas, su uso (residencial o mixto), su distribución por tipo (casa, apartamento, cuarto, étnica), el acceso a servicios públicos, de dónde obtienen el agua los hogares para preparar los alimentos; además, el porcentaje de personas (proporción) por hogar en los departamentos y municipios de la región, los tipos de hogar (unipersonal, nuclear, monoparental, extensos), y porcentaje de mujeres y hombres que son jefes de hogar.

Realice un análisis detallado de la información, revise si existen gráficos estadísticos que soporten dicha información, en caso de no encontrarlos, elabórellos. (Por ejemplo, histogramas, diagramas de barras, diagramas circulares, entre otros, dependiendo de las variables analizadas).

A partir de la información consultada, determine las variables que fueron objeto de medición en este censo y precise a partir de ello, cómo estos datos son esenciales para determinar el desarrollo de las variables demográficas. (Por ejemplo, el tamaño de los hogares, el índice de envejecimiento, el índice de juventud, los fenómenos migratorios dentro del país y, desde y hacia el exterior, por mencionar algunos).

Con base en los resultados obtenidos, por medio de un video presentación se deben exponer las conclusiones extraídas de la consulta del caso. Se debe incluir en el video:

- Una presentación inicial.
- La explicación del instrumento usado para la recolección de datos y la caracterización de estos.
- Tablas y gráficos (utilice colores adecuados para la presentación de gráficos).



- Análisis de la información tabulada o graficada.
- Conclusiones con base en el análisis de la información.
- Procurar el uso de colores adecuados en toda la presentación, si se va a hacer uso de imágenes, estas deben ser acordes al tema tratado y al público al que se va a presentar.
- Se puede probar buscando apoyo con el siguiente texto:
<https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/4412/2/02-Consejos%20buena%20presentaci%C3%83%C2%B3n.pdf>

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

Se deben tener en cuenta los siguientes términos de referencia de forma:

- Grabar un video de la presentación de su propuesta de lanzamiento. Esta debe tener una duración de máximo 7 minutos.
- El video debe estar editado y poseer buena calidad de audio.
- Se debe expresar el proceso y la solución a este (idea propuesta).
- El aprendiz debe ser el presentador del video.
- Se pueden utilizar ayudas audiovisuales que permitan comprender mucho más la propuesta.
- No hay límite para la creatividad.
- Al final del video deben aparecer los créditos con los datos del aprendiz.

Especificaciones técnicas del video:

- Formato de grabación: MP4.
- Resolución: mínimo 720p
- Equipos recomendados para hacer la grabación: teléfono celular, cámaras digitales, cámaras de computador, cámaras de acción, entre otras.
- Programas recomendados para hacer la edición del video: Windows Movie Maker, Adobe Premiere, iMovie, Adobe Spark, entre otros.
- Para hacer el envío de la evidencia remitirse al área de la actividad correspondiente y acceder al espacio: **Video presentación del caso GA7-240201528-AA3-EV01.**

3.2.4. Actividad de aprendizaje GA7-240201528-AA4: Crear un algoritmo para sistematizar el cálculo de perímetros, áreas y volumen de figuras planas y sólidos regulares.

Duración: 12 horas.

Materiales de formación: para el desarrollo de esta actividad es importante la lectura y análisis del componente formativo: “Componente avanzado”.

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

- **Evidencia GA7-240201528-AA4-EV01: Algoritmo para el cálculo de áreas y volúmenes.**



Para esta evidencia se deberá proponer un algoritmo que permita calcular el área y perímetro de figuras planas y el volumen de sólidos regulares valiéndose de herramientas computacionales. Para ello, se debe tener en cuenta lo siguiente:

- a. Consultar las figuras geométricas y las fórmulas que definen tanto el área como el volumen según sea el caso. Para ello, recomendamos apoyarse en recursos multimedia y otras alternativas bibliográficas a las que se tenga acceso.
- b. Se puede guiar por el siguiente material multimedia, el cual ayudará a orientar el diseño del algoritmo. (Revisar la videografía que se encuentra en <https://www.youtube.com/watch?v=XJNdP-kxgUE>).
- c. Después de tener la información completa y organizada diseñar un algoritmo.
- d. Responder la siguiente pregunta ¿Si tuviera un sólido irregular qué método utilizaría para calcular el volumen?
- e. Realizar una presentación donde se explique la solución al problema dado.
- f. Hay que recordar que se debe realizar un algoritmo donde se muestre la solución al problema. Tener en cuenta incluir lo siguiente:
 - Introducción.
 - El problema que se plantea.
 - La información recolectada de fórmulas y figuras.
 - El algoritmo que se diseñó.
 - Conclusiones.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto para entregar:** algoritmo para el cálculo de áreas y volúmenes.
- **Formato:** libre.
- **Extensión:** libre.
- Para hacer el envío de la evidencia remitirse al área de la actividad correspondiente y acceder al espacio: **Algoritmo para el cálculo de áreas y volúmenes GA7-240201528-AA4-EV01.**

3.3. Actividades de aprendizaje de la competencia aplicar prácticas de protección ambiental, seguridad y salud en el trabajo de acuerdo con las políticas organizacionales y la normatividad vigente (220601501).

3.3.1. Actividad de aprendizaje GA7-220601501-AA1: Identificar estrategias para la prevención y control del impacto ambiental, de los accidentes y enfermedades laborales en situaciones del escenario laboral.

Esta actividad se centra en identificar las estrategias para la reducción de la accidentalidad laboral y las enfermedades de origen profesional en las empresas a través de los pilares jurídicos fundamentales que establecen la obligación de prevención. Con ello se espera analizar las estrategias para el control de los impactos ambientales, accidentes y enfermedades de acuerdo con los planes y programas establecidos por las organizaciones.

Por consiguiente, se interpreta el contexto ambiental y se asocia a su entorno laboral acorde con la legislación y normatividad vigente, además de los riesgos que se presentan en un ambiente de trabajo según



políticas de la organización y el entorno laboral. Para finalmente, analizar los planes y programas de gestión ambiental y de seguridad y salud en el trabajo.

Duración: 12 horas.

Materiales de formación: para el desarrollo de esta actividad es importante la lectura y análisis del componente formativo: “Fundamentos de medio ambiente, seguridad y salud en el trabajo”.

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

- **Evidencia GA7-220601501-AA1-EV01: Cuestionario sobre opciones de solución a situaciones que se presentan en el contexto ambiental y del SST.**

Como se mencionó anteriormente, de acuerdo con la estrategia didáctica de aprendizaje a través de estudio de casos se resolverá un cuestionario en línea que se emplea como técnica de evaluación a través del análisis de problemas o situaciones cotidianas. Dichas preguntas pueden ser:

- De carácter formativo, las cuales permiten determinar el nivel alcanzado de desarrollo de la competencia durante la formación.
- De carácter evaluativo, que determinan el dominio y el nivel máximo alcanzado en la competencia.

Se debe recordar previamente haber realizado la lectura del componente formativo antes de dar inicio a la solución de las preguntas.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** respuestas al cuestionario en línea.
- **Formato:** realización en línea a través del LMS.
- **Extensión:** 30 minutos de desarrollo o lo indicado por el instructor.
- Para hacer el envío de la evidencia remitirse al área de la actividad correspondiente y acceder al espacio: **Cuestionario sobre opciones de solución a situaciones que se presentan en el contexto ambiental y del SST GA7-220601501-AA1-EV01.**

3.3.2. Actividad de aprendizaje GA7-220601501-AA2: Reconocer el desarrollo de las acciones de control de los impactos ambientales, disminución de accidentes y enfermedades laborales.

Esta actividad se centra en reconocer el desarrollo de las acciones de control de los impactos ambientales, disminución de accidentes y enfermedades laborales. Con ello se espera implementar estrategias para el control de los impactos ambientales, de los accidentes y enfermedades de acuerdo con los planes y programas establecidos por la organización.

Duración: 12 horas.

Materiales de formación: para el desarrollo de esta actividad es importante la lectura y análisis del componente formativo: “Legislación en medio ambiente, seguridad y salud en el trabajo”.



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

- **Evidencia GA7-220601501-AA2-EV01: Presentación sobre las estrategias para la prevención y control de los impactos ambientales, accidentes y enfermedades laborales (ATEL).**

Continuando con la estrategia didáctica de aprendizaje a través de estudio de casos en su fase de determinación de un método de análisis, se desarrollará por parte del aprendiz una presentación sobre las estrategias para la prevención y control de los impactos ambientales, accidentes y enfermedades laborales (ATEL). En los documentos del programa se encuentra el “Anexo_Presentacion_220601501-AA2-EV01” donde se describen cada uno de los pasos y aspectos fundamentales para su construcción.

Lineamientos para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** presentación en PowerPoint o cualquier software para este mismo fin, debe contener la siguiente estructura:
 - Título.
 - Cuerpo.
 - Conclusión.
- **Formato:** PowerPoint u otros formatos.
- **Extensión:** diez a quince diapositivas.
- Para hacer el envío de la evidencia remitirse al área de la actividad correspondiente y acceder al espacio: **Presentación sobre las estrategias para la prevención y control de los impactos ambientales, accidentes y enfermedades laborales (ATEL) GA7-220601501-AA2-EV01.**

3.3.3. Actividad de aprendizaje GA7-220601501-AA3: Plantear acciones para orientar al equipo de trabajo en los planes o programas ambientales y de SST.

Esta actividad se centra en plantear acciones para orientar al equipo de trabajo en los planes o programas ambientales y de SST. Con ello se espera realizar seguimiento y acompañamiento al desarrollo de estos. De esta forma se participa en la implementación de acciones coordinadas para el monitoreo de planes, programas ambientales y de SST según su área de desempeño.

Duración: 12 horas.

Materiales de formación: para el desarrollo de esta actividad es importante la lectura y análisis del componente formativo: “Legislación en medio ambiente, seguridad y salud en el trabajo”.

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

- **Evidencia GA7-220601501-AA3-EV01: Mapa mental respecto a los planes y acciones establecidos en medio ambiente y SST.**

En cuanto a la estrategia didáctica de aprendizaje a través de estudio de casos en su fase de adquirir agilidad en determinar alternativas de acción, se desarrollará por parte del aprendiz un **mapa mental respecto a los planes y acciones establecidos en medio ambiente y SST**. En los documentos del programa se encuentra



el “Anexo_Mapa_mental_220601501-AA3-EV01” donde se describen cada uno de los pasos y aspectos fundamentales para su construcción.

Adicionalmente, tener en cuenta los siguientes aspectos:

- El título se refiere a la idea central del trabajo acerca de “planes y acciones”. Debe ir acompañado de una imagen que cause impacto.
- Los subtemas sugeridos son planes y acciones en medio ambiente y en SST.
- Puede desglosar ramificaciones las veces que se necesite, pero recuerde que la idea es simplificar lo más que pueda el contenido.

Lineamientos para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** un mapa mental con los planes y acciones en SST.
- **Formato:** si el mapa mental se gestiona manualmente, digitalizar con extensión PDF. Si se usa herramienta digital, exportar a PDF. Dentro del mapa mental en la parte inferior derecha debe colocar sus datos personales.
- **Extensión:** una hoja.
- Para hacer el envío de la evidencia remitirse al área de la actividad correspondiente y acceder al espacio: **Mapa mental respecto a los planes y acciones establecidos en medio ambiente y SST GA7-220601501-AA3-EV01.**

3.3.4. Actividad de aprendizaje GA7-220601501-AA4: Plantear propuestas para favorecer la cultura ambiental responsable, el desarrollo sustentable y el autocuidado.

Esta actividad se centra en plantear propuestas para favorecer la cultura ambiental responsable, el desarrollo sustentable y el autocuidado. Con ello se espera proponer acciones de mejora para el manejo ambiental y el control de la SST, de acuerdo con estrategias de trabajo colaborativo, cooperativo y coordinado en el contexto productivo con la integración de los diferentes actores relacionados.

Duración: 12 horas.

Materiales de formación: para el desarrollo de esta actividad es importante la lectura y análisis del componente formativo: “Legislación en medio ambiente, seguridad y salud en el trabajo”.

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

- **Evidencia GA7-220601501-AA4-EV01: Video expositivo sobre oportunidades de mejora en medio ambiente y SST.**

En cuanto a la estrategia didáctica de aprendizaje a través de estudio de casos en su fase final de tomar decisiones se desarrollará un video expositivo sobre oportunidades de mejora en medio ambiente y SST de su residencia, lugar de trabajo o localidad. En los documentos del programa se encuentra el “Anexo_Video_expositivo_220601501-AA4- EV01” donde se describen cada uno de los pasos y aspectos fundamentales para su construcción.



Lineamientos para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** video expositivo.
- **Forma de presentación:**
 - La video-exposición debe ser creativa, dinámica e innovadora.
 - El tiempo de la video-exposición estará enmarcado entre los 3 a 7 minutos.
 - Debe contener mínimo 10 oportunidades de mejora que involucren aspectos relacionados con el medio ambiente y SST.
 - Se sugiere acompañarlo de imágenes reales.
 - La video-exposición se debe cargar en el canal de YouTube del aprendiz y compartir en la evidencia la URL del sitio a donde se subió.
- Para hacer el envío de la evidencia remitirse al área de la actividad correspondiente y acceder al espacio: **Video expositivo sobre oportunidades de mejora en medio ambiente y SST GA7-220601501-AA4-EV01.**

3.4. 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).

3.4.1 Actividad de aprendizaje GA7-240202501-AA1: Presentar funciones de su ocupación laboral.

El aprendizaje de una segunda lengua se facilita cuando se comienza a estudiar desde temas conocidos como son las situaciones de la cotidianidad, abordándolas desde el momento actual. Para comenzar a interactuar tanto de forma oral como escrita acerca de las actividades de la vida diaria, se requiere comprender información personal y familiar haciendo uso de la estructura, el vocabulario y contextos requeridos. En ese proceso se debe evidenciar la habilidad para emplear los conceptos adquiridos y emplearlos adecuadamente, dentro de esta actividad se requiere que se emplee de manera extensiva el vocabulario relativo a las actividades desarrolladas dentro de un ambiente laboral con el uso de opiniones y anécdotas.

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 8 - MCERL B1.2+.

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

- **GA7-240202501-AA1-EV01. Documento escrito declaración personal.**

Las funciones en un ciclo laboral son una lista de acciones realizadas que se ejecutan por un empleado en un puesto determinado y que describen las principales responsabilidades y habilidades de su trabajo. A



menudo aparece una lista de tareas diarias que realiza un empleado y que se caracterizan por las habilidades profesionales, carácter y cualidades personales (professional skills, adjectives related to character and personal qualities).

De acuerdo con lo anterior y acorde a su programa de formación, se debe elaborar un documento escrito en el que se realice una declaración personal (*personal statement*) e incluir una breve descripción de quién es usted, fortalezas y cualquier experiencia laboral y/o educación que tenga. Se debe asegurar la inclusión de las habilidades que se han adquirido a lo largo del programa de formación, como administración del tiempo, trabajo en equipo, habilidades informáticas, etc.

Durante el desarrollo del texto se deben tener en cuenta algunas características generales del documento escrito:

- ✓ Escribir con un estilo conciso y natural.
- ✓ Hay que destacar algunos aspectos positivos y de interés personal.
- ✓ Estructurar la información para que refleje las habilidades y cualidades que más se destacan de acuerdo con su programa de formación.
- ✓ El límite de palabras es entre 500 y 700 palabras. Hacer una construcción de párrafos que permita al lector conocerle de una forma clara.
- ✓ Tener en cuenta que la redacción ortografía, puntuación y gramática sean **correctas**.
- ✓ Es ideal tener cuidado con redacción y las estructuras gramaticales utilizadas deben ser coherentes con las temáticas estudiadas en el material de estudio.
- ✓ Es importante que se respondan algunas de las preguntas orientadoras propuestas:
 - Who am I?
 - What program or position am I applying for?
 - Why am I fit for this program or position?
 - What are my future goals?
- ✓ La **extensión** del documento escrito será de 500 y 700 palabras, con tipo de letra Arial, tamaño 12 e interlineado 1,5.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** un documento escrito en el que realice una declaración personal.
 - **Extensión:** el documento escrito debe tener una extensión de entre 500 y 700 palabras, con tipo de letra Arial, tamaño 12 e interlineado 1,5.
 - **Formato:** documento escrito en Word y se deberá exportar a PDF.
 - Para hacer el envío de la evidencia remitirse al área de la actividad correspondiente y acceder al espacio: **Documento escrito declaración personal. GA7-240202501-AA1-EV01.**
- **GA7-240202501-AA1-EV02. Video presentación de la innovación tecnológica.**

El cambio constante es una realidad, tanto para los organismos como para las empresas y así en su entorno se altera la forma de evolucionar con condiciones cambiantes del mercado que pueden hacer que las ofertas de productos y servicios mejoren. Una de las tecnologías de cambio más rápido es por ejemplo la móvil, que afecta directamente la manera en que las empresas llevan a cabo sus operaciones y los productos y servicios



que ofrecen en el ecosistema empresarial actual. Por lo tanto, es útil que las empresas comprendan las fuerzas generales detrás de este cambio tecnológico.

De acuerdo con lo anterior y el componente formativo se debe realizar una presentación oral en formato vídeo sobre aspectos que desde su actividad laboral o programa de formación pueden evolucionar de acuerdo al uso de la tecnología o aparición de nuevas herramientas innovadoras.

Para la elaboración del vídeo con la cámara web, se debe tener en cuenta el desarrollo de un guion o estructura a través de una herramienta como PowerPoint, Emaze, Prezi en la que se dispongan algunas diapositivas con imágenes para dar cuenta de la presentación de cómo es posible ver la tecnología como un proceso evolutivo en su actividad laboral o programa de formación.

Diapositivas: durante el desarrollo de la presentación oral es ideal que se presenten entre 5 y 9 diapositivas, donde se incluyan los siguientes elementos:

- ✓ Diapositiva de portada (datos básicos del aprendiz, nombre del curso, instructor y nombre de la actividad).
- ✓ Diapositivas en donde se muestren algunos productos evolutivos frente a revolucionarios de acuerdo con su contexto laboral o programa de formación.
- ✓ Diapositivas en donde se muestren algunas variaciones culturales frente a las funciones de su trabajo o de su programa de formación.
- ✓ Diapositiva en la que mencione al menos una conclusión los aspectos que pueden evolucionar de acuerdo con el uso de la tecnología o aparición de nuevas herramientas innovadoras.

Estructura del vídeo con cámara web: cuando se grabe el video, tener en cuenta que las fotos, imágenes y textos que se usen en las diapositivas deben ser un apoyo visual para denotar buena pronunciación y su aprendizaje (future perfect and future perfect progressive).

Para la realización de la emisión del vídeo se deberá encender la cámara web y mostrar la pantalla con las diapositivas creadas. La recomendación es utilizar alguna herramienta digital que permite grabar el vídeo y pantalla como; Screencast-o-Matic, Loom, Camtasia, recordscreen.io, scrnrcrd.com e incluso existen aplicaciones como X Recorder para que poder realizarlo desde el teléfono móvil. Lo importante es mostrar las diapositivas, la cámara web e ir realizando la presentación de forma oral.

Una vez finalizado el vídeo se debe cargar a YouTube o Vimeo, con la cuenta de correo personal o institucional; se debe comprobar que no tenga restricciones de visualización para que se 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 vídeo.
 - **Extensión:** 3 a 7 minutos.
 - Para hacer el envío de la evidencia remitirse al área de la actividad correspondiente y acceder al espacio: **Vídeo presentación de la innovación tecnológica. GA7-240202501-AA1-EV02.**
- **GA7-240202501-AA1-EV03. Foro expresando opiniones sobre libros y películas.**



Para el desarrollo de la evidencia se debe participar en el foro denominado “Expressing opinions” y a partir de los aspectos de un libro o película de forma argumentada y creativa responder las siguientes preguntas:

Think about an experience at work where you were flexible and adapted to a new situation or a change in the process.

Now answer:

- ✓ What sort of movies or books do you like?
- ✓ What's the name of book or movie that you are going to talk?
- ✓ Did you like it?
- ✓ What did you think about the movie or book?
- ✓ What was it about?
- ✓ Why do you recommend it?
- ✓ What else would you recommend?

Realizar el seguimiento al foro y responder algunas de las participaciones de al menos dos de los compañeros con los cuales tenga mejor afinidad.

Es ideal que durante la participación en el foro haga uso de la Netiqueta y sin olvidar que se evaluará a través de la rúbrica TIGRE.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** participar en el foro denominado “Expressing opinions” y realizar una respuesta crítico-reflexiva a una de las participaciones de sus compañeros.
- Para hacer el envío de la evidencia remitirse al área de la actividad correspondiente y acceder al espacio: **Foro expresando opiniones sobre libros y películas. GA7-240202501-AA1-EV03.**

4. Actividades de evaluación

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencia de conocimiento: Webinar sobre una campaña publicitaria. GA7-260101052-AA1-EV01.	Desarrolla estrategia creativa con el eje temático y mensaje general de la campaña de acuerdo con los parámetros del mensaje publicitario.	Lista de chequeo: IE-GA7-260101052-AA1-EV01.
Evidencia de conocimiento: Presentación del medio de comunicación. GA7-260101052-AA1-EV02.	Formula el plan de medios según el perfil del segmento, características de los productos y el alcance de los canales de comunicación.	Lista de chequeo: IE-GA7-260101052-AA1-EV02.
Evidencia de producto: Plan de medios de la campaña publicitaria.	Formula el plan de medios según el perfil del segmento, características de los productos y el alcance de los canales de comunicación.	Lista de chequeo: IE-GA7-260101052-AA1-EV03.



GA7-260101052-AA1-EV03.	Implementa la campaña publicitaria de acuerdo con los objetivos.	
Evidencia de conocimiento: Cuestionario sobre procedimientos aritméticos. GA7-240201528-AA1-EV01.	Aplica procedimientos aritméticos y algebraicos según el problema planteado. Plantea ecuaciones o sistemas de ecuaciones de acuerdo con la relación entre las variables.	Cuestionario: IE-GA7-240201528-AA1-EV01.
Evidencia de desempeño: Informe del planteamiento de ecuación. GA7-240201528-AA2-EV01.	Presenta solución a problemas mediante figuras geométricas.	Lista de chequeo: IE-GA7-240201528-AA2-EV01.
Evidencia de producto: Video presentación del caso. GA7-240201528-AA3-EV01.	Aplica procedimientos aritméticos y algebraicos según el problema planteado.	Lista de chequeo: IE-GA7-240201528-AA3-EV01.
Evidencia de desempeño: Algoritmo para el cálculo de áreas y volúmenes. GA7-240201528-AA4-EV01.	Selecciona las herramientas computacionales para la verificación de los resultados de acuerdo con los requerimientos matemáticos. Elabora una propuesta de solución alternativa a partir de los procedimientos matemáticos inicialmente planteados.	Lista de chequeo: IE-GA7-240201528-AA4-EV01.
Evidencia de conocimiento: Cuestionario sobre opciones de solución a situaciones que se presentan en el contexto ambiental y del SST. GA7-220601501-AA1-EV01.	Relaciona la legislación y normatividad vigente sobre medio ambiente y SST con los impactos ambientales y riesgos que se presentan en su ambiente de trabajo según políticas de la organización y el entorno laboral.	Cuestionario: IE-GA7-220601501-AA1-EV01.
Evidencia de producto: Presentación sobre las estrategias para la prevención y control de los impactos ambientales, accidentes y enfermedades laborales (ATEL). GA7-220601501-AA2-EV01.	Determina acciones para orientar a su equipo de trabajo en los planes y programas ambientales y de SST según políticas de la organización.	Lista de verificación: IE-GA7-220601501-AA2-EV01.
Evidencia de conocimiento: Mapa mental respecto a los planes y acciones establecidos en medio ambiente y SST. GA7-220601501-AA3-EV01.	Determina acciones para orientar a su equipo de trabajo en los planes y programas ambientales y de SST según políticas de la organización. Implementa acciones coordinadas para el monitoreo de los planes y programas	Rúbrica: IE-GA7-220601501-AA3-EV01.



	ambientales y de SST según su área de desempeño.	
Evidencia de producto: Video expositivo sobre oportunidades de mejora en medio ambiente y SST. GA7-220601501-AA4-EV01.	Fomenta la cultura ambiental responsable, el desarrollo sustentable y el autocuidado en su contexto social y productivo de acuerdo con la integración de los diferentes actores relacionados.	Rúbrica: IE-GA7-220601501-AA4-EV01.
Evidencia de conocimiento: Documento escrito declaración personal. GA7-240202501-AA1-EV01.	Participa en juegos de rol guiados o situaciones simuladas sobre situaciones cotidianas y laborales actuales, pasadas y futuras en contextos sociales orales y escritos. Establece acciones de mejora continua para el alcance.	Lista de chequeo: IE-GA7-240202501-AA1-EV01.
Evidencia de desempeño: Video presentación de la innovación tecnológica. GA7-240202501-AA1-EV02.		Lista de chequeo: IE-GA7-240202501-AA1-EV02.
Evidencia de producto: Foro expresando opiniones sobre libros y películas. GA7-240202501-AA1-EV03.		Lista de chequeo: IE-GA7-240202501-AA1-EV03.

5. Glosario de términos

Acción de mejora: actuación de optimización al Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo para lograr mejoras, tanto en el desempeño de la organización sobre aspectos de seguridad y la salud como en el trabajo, de forma coherente con su política.

Algoritmo: un algoritmo es una secuencia lógica y finita de pasos que permite solucionar un problema o cumplir con un objetivo.

Los algoritmos deben ser precisos e indicar el orden lógico de realización de cada uno de los pasos, debe ser definido y esto quiere decir que si se ejecuta un algoritmo varias veces se debe obtener siempre el mismo resultado, también debe ser finito o sea debe iniciar con una acción y terminar con un resultado o solución de un problema.

Alta dirección: persona o grupo de personas que dirigen y controlan una empresa.

Amenaza: peligro latente de que un evento físico de origen natural, o causado, o inducido por la acción humana de manera accidental, se presente con una severidad suficiente para causar pérdida de vidas, lesiones u otros impactos en la salud, así como daños y pérdidas en los bienes, la infraestructura, los medios de sustento, la prestación de servicios y los recursos ambientales.



Aritmética: “la aritmética se encarga de realizar con números y simbología en conjunto con las operaciones antes mencionadas, el desarrollo de propiedades y habilidades las cuales pueden ser usadas en la vida cotidiana y materias de estudio que impliquen a la matemática como base fundamental de aprendizaje” (Adrián, 2020).

Audiencia: se refiere a la cantidad de personas que hacen uso de un medio en particular.

Audiencia objetivo: descripción y perfilamiento que se hace del público objetivo de una campaña o marca.

Biomás: es área biótica o paisaje bioclimático. Se denomina a una región de la superficie de la Tierra que presenta uniformidades en cuanto al clima, la flora y la fauna, constituyendo así una zona identificable a partir del tipo y la variedad de ecosistemas que es posible hallar en ella.

Cobertura: es la cantidad o número de personas que han sido impactadas por un anuncio, al menos una vez durante la campaña.

Costo Por Mil (CPM): es el cálculo que se hace para determinar cuánto cuesta llegar a 1000 personas o impactarlas con un anuncio publicitario. Permite evaluar cada medio en relación con el número de impactos para obtener un mayor alcance al menor precio. Se calcula con la siguiente fórmula: $CPM = \text{costo de pauta} / \text{Audiencia} \times 1.000$.

Diagnóstico de condiciones de salud: resultado del procedimiento sistemático para determinar “el conjunto de variables objetivas de orden fisiológico, psicológico y sociocultural que determina el perfil sociodemográfico y de morbilidad de la población trabajadora” (adaptada de la Decisión 584 de la comunidad Andina de Naciones).

Elemento de protección personal: dispositivo que sirve como barrera entre un peligro y alguna parte del cuerpo.

Emergencia: situación de peligro o su inminencia, que afecta el funcionamiento normal de la empresa. Requiere de una reacción inmediata y coordinada de los trabajadores, brigadas de emergencias y primeros auxilios; en algunos casos, de otros grupos de apoyo dependiendo de su magnitud.

Enfermedad: condición física o mental adversa identificable, que surge, empeora o ambas, a causa de la actividad laboral, una situación relacionada con el trabajo o ambas (NTC3701).

Evaluación higiénica: medición de los peligros ambientales presentes en el lugar de trabajo para determinar la exposición ocupacional y riesgo para la salud, en comparación con los valores fijados por la autoridad competente.

Frecuencia: es un factor que indica cuántas veces es expuesta una persona al anuncio durante el desarrollo de la campaña publicitaria.

Future perfect: es para hablar de una acción que se completará entre ahora y algún momento en el futuro.



Future perfect progressive: también llamado a veces el futuro perfecto progresivo, es un tiempo verbal que describe acciones que continuarán hasta un punto en el futuro.

Impacto: se refiere a la exposición de una persona a un anuncio. El total de impactos se obtiene multiplicando la cobertura por la frecuencia.

Innovación tecnológica: es un producto o proceso nuevo o mejorado cuyas características tecnológicas son significativamente diferentes a las anteriores. Las innovaciones tecnológicas de productos implementadas son productos nuevos (innovaciones de productos) o procesos en aplicación (innovaciones de procesos) que se han introducido en el mercado.

Lugar de trabajo: espacio físico en el que se realizan actividades relacionadas con el trabajo, bajo el control de la organización.

Matriz legal: compilación de requisitos normativos exigibles a la empresa, acorde con las actividades propias e inherentes de su actividad productiva, los cuales dan los lineamientos normativos y técnicos para desarrollar el Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST), el cual deberá actualizarse en la medida que sean emitidas nuevas disposiciones aplicables.

Mejora continua: proceso recurrente de optimización al Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo, para lograr mejoras en el desempeño dentro de este campo, de forma coherente con la política de Seguridad y Salud en el Trabajo (SST) de la organización.

Metacrilato: este termoplástico rígido se caracteriza por su gran transparencia, ligereza y resistencia a la intemperie. Visualmente es parecido al vidrio, aunque es un material mucho más ligero y aguanta unas diez veces más los golpes.

Morbilidad: cantidad de personas que enferman en un lugar y un período de tiempo determinados en relación con el total de la población.

Personal statement: es una declaración personal a través de un documento que a menudo se solicitan en organizaciones o entidades académicas en la que se expresan habilidades y aptitudes que demuestran los diferentes conocimientos y experiencia que ha adquirido a lo largo de la experiencia.

Planner: rol dentro de la agencia de publicidad que tiene como función el diseño y la dirección de la estrategia de marca.

Política de seguridad y salud en el trabajo: compromiso de la alta dirección de una organización con la seguridad y la salud en el trabajo, expresadas formalmente mediante la definición de su alcance y que responsabiliza a toda la organización.

Preguntas directas: preguntas en las cuales se emplea auxiliar.

Preguntas indirectas: preguntas en las cuales no se emplea auxiliar.

Proporción: es la relación de igualdad entre dos razones matemáticas, o la comparación entre dos razones matemáticas.



Question tags: son preguntas cortas empleadas para confirmar o descartar información.

Razón: es una razón binaria entre magnitudes, se expresa como a es a b, o a: b, numéricamente una razón se puede expresar como una fracción o un decimal.

Rúbrica TIGRE: son los criterios que evalúan las contribuciones y participaciones en un foro de debate con el fin de profundizar en el aprendizaje significativo a través de la comunicación.

Share o cuota: es el porcentaje de la audiencia del medio en un periodo determinado.

Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo: consiste en el desarrollo de un proceso lógico y por etapas, basado en la mejora continua; incluye la política, la organización, la planificación, la aplicación, la evaluación, la auditoría y las acciones de mejora, con el objetivo de anticipar, reconocer, evaluar y controlar los riesgos que puedan afectar la seguridad y la salud en el trabajo.

Sistematización: se denomina sistematización al proceso por el cual se pretende ordenar una serie de elementos, pasos, etapas, etc., con el fin de otorgar jerarquías a los diferentes elementos.

Zapping: consiste en el cambio de canales de televisión cuando hay un corte de comerciales.

6. Referentes bibliográficos

123RF. (s.f.). *Casa de chocolate aisladas sobre fondo blanco*. https://es.123rf.com/photo_16161248_casa-de-chocolate-aisladas-sobre-fondo-blanco.html

ABA English. (s.f.). *Cómo se pronuncia th en inglés*. <https://www.abaenglish.com/es/fonetica-inglesa/th/>

Adrián, Y. (2020). *Aritmética*. Concepto de. <https://conceptodefinicion.de/aritmetica/>

Bardeen, M. & Cerpa, N. (2015). *Editorial: Technological Evolution in Society - The Evolution of Mobile Devices*. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*. https://www.researchgate.net/publication/267391509_Editorial_Technological_Evolution_in_Society_-_The_Evolution_of_Mobile_Devices

Colombia Aprende. (s.f.). *Currículos exploratorios en TIC*. http://aprende.colombiaaprende.edu.co/sites/default/files/naspublic/curriculos_ex/n1q10_fproy/nivel1/programacion/unidad1/leccion1.html

Cuadros, I. (2013). *Cálculos estadísticos básicos con Excel* [vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=XDUndiON7fk>

Estanyol, E., García, E. y Lalueza, F. (2016). *¿Cómo elaborar un plan de comunicación corporativa?* Editorial UOC.



Estudio de Funciones: Función. (s.f.). *Estudio de Funciones*.
http://www.dma.fi.upm.es/recursos/aplicaciones/calculo_infinitesimal/web/estudio_funciones/funcion.html

Guijarro, J. M. (2002). *Técnico en publicidad Vol. 1 y 2*. Editorial Cultural S.A.

Iturbe, I. (2020). *Cálculo de Área, Perímetro y Volumen en Excel* [vídeo]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=XJNdP-kxgUE>

Lambin, J. J. (2005). *Marketing Estratégico*. McGraw Hill.

Moure, O. (1999). *El acento en las palabras de dos sílabas*.
<http://www.ompersonal.com.ar/ompronounce/unit11/page1.htm>

Norma Técnica Colombiana NTC 3701 (2015). *Higiene y seguridad. Guía para la clasificación, registro y estadística de accidentes del trabajo y enfermedades profesionales*. ICONTEC. <https://e-collection-icontec-org.bdigital.sena.edu.co/normavw.aspx?ID=2773>

Proporcionalidad. (s.f.). *Proporcionalidad*.
http://recursostic.educacion.es/descartes/web/materiales_didacticos/EDAD_1eso_proporcionalidad/index_1quincena6.htm

Sánchez, C. (2013). *Planificación Estratégica. La Relevancia del Consumidor en Comunicación Comercial Analizada por los Planners*. Editorial Universitas.

Sistema Internacional de Unidades | *Superintendencia de Industria y Comercio*. (s.f.). *Sistema internacional de unidades*. <https://www.sic.gov.co/sistema-internacional-de-unidades>

Sistematización. (s.f.). *Definición MX*. <https://definicion.mx/sistematizacion/>

Systems, V. (2013). *Inglés: grado superior*. McGraw-Hill España.
<https://login.bdigital.sena.edu.co/login?url=https://elibro.net/es/ereader/senavirtual/50221?page=1>

Tecnoe. (2020). *Áreas de figuras geométricas en Excel* [vídeo]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=oKf63nxNJ7E>

UCAS. (2021). *How to write a ucas undergraduate personal statement*.
<https://wwwucas.com/undergraduate/applying-university/how-write-ucas-undergraduate-personal-statement#how-to-write-it>

Velilla, J. (2010). *Branding, Tendencias y Retos en la Comunicación de Marca*. Editorial UOC.



7. Control del documento

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Manuel Augusto Arias López	Instructor – Experto temático	Regional Quindío - Centro de Comercio y Servicios	Septiembre de 2020
	Vilma Perilla Méndez	Evaluadora Instruccional	Regional Distrito Capital - Centro de Gestión Industrial	Septiembre de 2020
	Nathaly Ramírez Ramírez	Instructora	Regional Antioquia - Centro de Diseño, confección y Moda	Octubre de 2020
	Carlos Andrés Rodríguez	Diseñador Instruccional	Regional Distrito Capital - Centro de Diseño y Metrología	Octubre de 2020
	Ligia Marcela Arévalo Guio	Experto disciplinar	Regional Distrito Capital - Centro de Gestión Industrial	Noviembre de 2020
	Nidya Solórzano Ochoa	Experto disciplinar	Regional Distrito Capital - Centro de Gestión Industrial	Noviembre de 2020
	Germán Leonel Sarmiento Cruz	Experto disciplinar	Regional Distrito Capital - Centro de Gestión Industrial	Noviembre de 2020
	Silvia Milena Sequeda Cárdenas	Diseñadora Instruccional	Regional Distrito Capital - Centro de Diseño y Metrología	Noviembre de 2020
	Natalia Andrea Bueno Pizarro	Diseñadora Instruccional	Regional Distrito Capital - Centro para La Industria de la Comunicación Gráfica	Diciembre de 2020
	Alix Cecilia Chinchilla Ruedas	Evaluadora Instruccional	Regional Distrito Capital - Centro de Gestión Industrial	Febrero de 2021
	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
	Jhon Jairo Rodríguez Pérez	Diseñador y evaluador instruccional	Centro para la Industria de la Comunicación Gráfica. Regional Distrito Capital	Junio 2021

8. Control de cambios (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
--------	-------	-------------	-------	------------------



Autor (es)					
------------	--	--	--	--	--

Desarrollo de contenidos

i Introducción

Ver contenido

1 Elementos a tener en cuenta antes de la redacción de textos publicitarios

Ver contenido

2 Encabezados

Ver contenido

3 Tipos de titulares

Ver contenido

4 Subtítulos

Ver contenido

5 Cuerpo de texto

Ver contenido

6 Relación entre texto e imagen

Ver contenido

7 El eslogan

Ver contenido

8 Redacción para medios audiovisuales

Ver contenido

9 Uso de las figuras retóricas en el mensaje publicitario

Ver contenido

Desarrollo de contenidos

1 El arte finalizado

Ver contenido

2 Colores de impresión

Ver contenido

3 Sangrado

Ver contenido

4 Resolución de imágenes

Ver contenido

5 Tipografías empleadas

Ver contenido

6 Troqueles

Ver contenido

7 Formato final

Ver contenido

