



PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** Técnico en Integración de Contenidos Digitales.
- **Código del Programa de Formación:** 524704 V1
- **Nombre del Proyecto Formativo:** Diseño Estratégico de Contenidos Digitales para la Competitividad de las PYMES en Colombia.
- **Fase del Proyecto:** Análisis y Planeación.
- **Actividad de Proyecto Formativo:** Elaborar los elementos gráficos y audiovisuales establecidos para la estrategia digital.
- **Competencia 1:** Integrar los componentes gráficos y audiovisuales establecidos en la estrategia digital. **(COMPETENCIA A INTENSIFICAR)**

Resultados de Aprendizaje:

- RAP 1: Elaborar el storyboard teniendo en cuenta las características del guión de la estrategia digital. **(RESULTADO A INTENSIFICAR)**

Duración de la Guía de Aprendizaje:

- RAP 1: 54 Horas Directas y 10 Horas Indirectas.

- **Competencia 2:** Elaborar las animaciones para la estrategia digital.

Resultados de Aprendizaje:

- RAP 1: Componer el refine de los movimientos de acuerdo con los principios de animación.

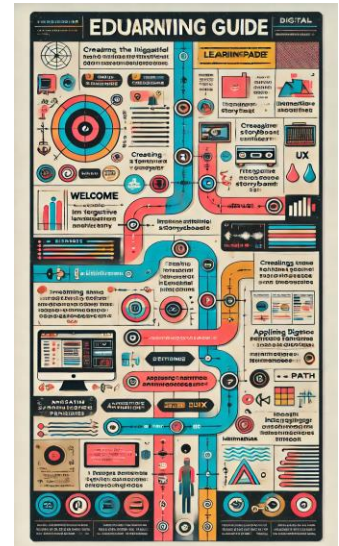
Duración de la Guía de Aprendizaje:

- RAP 1: 20 Horas Directas y 10 Horas Indirectas.



2. PRESENTACIÓN

Bienvenido a la guía de aprendizaje para la fase de planeación del programa Técnico en Integración de Contenidos Digitales, diseñada para transformar tu talento en soluciones digitales innovadoras que impulsen la competitividad de las PYMES en Colombia; en este recorrido aprenderás a desarrollar un storyboard interactivo basado en un guión técnico y literario, a estructurar un mapa de navegación que garantice una experiencia de usuario óptima y a aplicar principios de animación para dar vida a estrategias digitales, integrando conocimientos teóricos y herramientas tecnológicas de vanguardia, y accediendo a recursos complementarios que enriquecerán tu proceso formativo y prepararán el camino para la implementación práctica en entornos digitales corporativos.



¡Hola a todos!

Para complementar su **Proyecto Productivo** y enriquecerlo con información valiosa, les invitamos a explorar el siguiente enlace. [¡Hagan clic aquí!](#) y descubran recursos interesantes que les serán de gran utilidad!

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Competencia 1: *Integrar los componentes gráficos y audiovisuales establecidos en la estrategia digital.*



Resultados de Aprendizaje Rap 1: *Elaborar el storyboard teniendo en cuenta las características del guión de la estrategia digital.*

Actividad de Proyecto Formativo: *Elaborar los elementos gráficos y audiovisuales establecidos para la estrategia digital.*





Nota importante: Aunque esta guía inicia en la fase de Planeación y NO contempla una fase específica de Análisis, es fundamental destinar un espacio previo

3.1.1 Actividades de Reflexión Inicial:

Descripción de la Actividad:

La actividad tiene como objetivo que los Aprendices desarrollen habilidades para **transformar un Guión (técnico y literario) interactivo en elementos gráficos y audiovisuales** aplicados a una **estrategia digital** dentro de un entorno corporativo, específicamente para una PYME. A partir del análisis del guión (*técnico y literario*), los Aprendices diseñarán un **storyboard interactivo** utilizando herramientas profesionales como Adobe XD, Figma o Sketch, para definir y optimizar la experiencia de usuario (**UX**) en plataformas digitales corporativas. En esta fase inicial, los **Aprendices reflexionarán** sobre cómo la estructura narrativa del guión (*técnico y literario*) se traduce en elementos visuales y funcionales, creando recursos como wireframes, mapas de navegación y prototipos interactivos. Este enfoque permitirá comprender cómo **la estructura narrativa, la identidad corporativa** y la interacción del usuario se alinean para construir soluciones digitales efectivas que refuercen los objetivos estratégicos de la PYME. (*En este caso, el **storyboard** y el **mapa de navegación***)



- **Caso práctico:**

Se les proporcionará un guión (*técnico y literario*) interactivo de una campaña digital real que una empresa de e-commerce está desarrollando. Este guión (*técnico y literario*) debe contener diálogos, interacciones, tiempos de navegación y transiciones que los Aprendices deberán desglosar para entender el flujo narrativo y los requerimientos técnicos.

Pasos detallados:

1. **Presentación del Caso Corporativo:** Se introduce un guión (*técnico y literario*) digital de una PYME colombiana que vende café orgánico. El guión (*técnico y literario*) incluye acciones, personajes, interacciones, y transiciones entre pantallas.
2. **Desglose del Guión (técnico y literario):**



- Identificar **personajes, acciones**, y cómo se presentan en el guión (*técnico y literario*).
 - Analizar **interactividad**, como botones y desplazamientos.
 - Definir **transiciones visuales** (*desvanecimientos, movimientos*) y **elementos sonoros** (*efectos, música*).
3. **Traducción Gráfica y Audiovisual:** Los Aprendices crean **prototipos visuales** para tres escenas clave del guión (*técnico y literario*), usando herramientas como Adobe XD o Figma, y diseñan los **fondos, personajes, iconografía y transiciones**.
 4. **Propuesta de Mapa de Navegación:** Usan herramientas como Lucidchart para crear un **mapa de navegación**, que muestre cómo los usuarios interactúan entre pantallas y fluyen a través de la experiencia.
 5. **Presentación y Retroalimentación:** Cada grupo presenta su storyboard interactivo y mapa de navegación. Los compañeros brindan retroalimentación sobre la **usabilidad y coherencia visual**.
 6. **Reflexión Final:** Los Aprendices escriben una reflexión sobre cómo la interpretación del guión (*técnico y literario*) impacta la creación de una experiencia de usuario efectiva en plataformas digitales.

Ambiente requerido:

- Ambiente de aprendizaje equipado con proyectores, computadora con software de edición audiovisual (ej. *Adobe Premiere, Final Cut, etc.*), herramientas de diseño gráfico (*Photoshop, Illustrator*).
- Acceso a herramientas de diseño como Adobe XD, Figma y Lucidchart.
- Conexión a internet para investigar ejemplos de guión (*técnico y literario*) e interactivos.
- Espacios colaborativos para trabajo en equipo, como Miro o Google Drive para el análisis y desarrollo de ideas colectivas.

Estrategias o técnicas didácticas activas:

- **Análisis y debate colaborativo:** Los Aprendices trabajan en equipo para desglosar el guión (*técnico y literario*) y presentar sus propuestas.
- **Prototipado interactivo:** Los Aprendices crean mockups visuales de la experiencia digital usando herramientas de diseño de interfaz.
- **Mapeo de navegación:** Usan aplicaciones de diagramación para crear flujos de usuario que muestren cómo se desplaza el usuario a través de la estrategia digital.



Materiales de formación:

- **Guión (técnico y literario) interactivo digital:** Documento que describe la estructura de la estrategia digital.
- **Herramientas de diseño:** Figma, Adobe XD, Illustrator, Lucidchart.
- **Plantillas de storyboard:** Para estructurar las escenas clave y los elementos gráficos.

Evidencia de la actividad de reflexión inicial:

- Informe escrito con el desglose del guión (*técnico y literario*), los elementos gráficos propuestos, y el análisis de la experiencia del usuario.
- Propuesta de storyboard interactivo de tres escenas clave, con las transiciones y navegación definidas.
- Mapa de navegación detallado que muestre cómo el usuario interactúa con el contenido digital.

Duración de la actividad:

- **Horas directas:** 8 horas (*3 horas para desglose del guión (técnico y literario), 3 horas para prototipos, 2 horas para presentación y reflexión*).
- **Horas indirectas:** 1 hora (*para finalizar la propuesta visual*).

3.1.2 Actividades de Contextualización e Identificación de Conocimientos Necesarios para el Aprendizaje

Análisis y Desglose de un Guión (técnico y literario) Interactivo:

Descripción de la Actividad:

El objetivo de esta actividad es que los Aprendices analicen un guión (*técnico y literario*) interactivo de una PYME para identificar sus elementos clave (*acciones, personajes, interacciones*) y traducirlos en una estructura visual y de navegación coherente, interpretarlos e **integrar la estructura narrativa** en el diseño de los contenidos digitales. A través de este análisis, los Aprendices aprenderán a elaborar un **mapa de navegación** y a estructurar correctamente un **storyboard**, como estrategia digital adaptada a los objetivos comerciales de la empresa.



Este proceso es crucial para diseñar una experiencia de usuario efectiva.



- **Caso**

práctico:

Los Aprendices deben elegir un guión (*técnico y literario*) interactivo de una página web, analizar su flujo y proponer un mapa de navegación (*lineal, jerárquico, libre, híbrido*) con las especificaciones del guión (*técnico y literario*).

Pasos detallados:

1. Análisis del Guión (*técnico y literario*):

- Identificar los **elementos narrativos** (*acciones, personajes, interacciones*).
- Analizar las **transiciones visuales** y efectos sonoros.

Herramientas: Google Docs (*para análisis colaborativo*), Miro o Mural (*para mapear elementos clave*).

2. Estructura del Guión (*técnico y literario*):

- Desglosar la estructura narrativa del guión (*técnico y literario*): **lineal, jerárquica o abierta**.
- Identificar las **interacciones** y cómo afectan la navegación.

Herramientas: Lucidchart (*para diagramar la estructura*), Trello (*para organizar tareas*).

3. Mapa de Navegación:

- Crear un **mapa de navegación** que visualice cómo el usuario se desplaza entre pantallas.
- Identificar **elementos de navegación** como botones, menús y transiciones.

Herramientas: Lucidchart, XMind (*para diagramar la navegación*).

4. Elementos Visuales y Sonoros:

- Traducir los elementos del guión (*técnico y literario*) a **gráficos** (*fondos, personajes, íconos*) y **sonidos** (*efectos, música*).

Herramientas: Canva o Figma (*para diseño gráfico*), Adobe Audition o GarageBand (*para sonidos*).

5. Storyboard Preliminar:

- Crear un **storyboard** que combine los elementos visuales, interactivos y de navegación.

Herramientas: Storyboard That, Google Slides (*para presentación*).

Ambiente requerido:

- Ambiente de aprendizaje con computadoras y acceso a software de diseño (*Figma, Lucidchart*).
- Espacios colaborativos para usar plataformas como Miro y Trello.



- Herramientas de diseño y software de creación de mapas de navegación (ej. Axure, Adobe XD).

Estrategias o técnicas didácticas activas:

- **Estudio de caso:** Se presenta un caso de una PYME en Colombia que necesita crear un guión (*técnico y literario*) interactivo para una estrategia digital. Los Aprendices analizan cómo debe ser la estructura del guión (*técnico y literario*) y qué tipo de navegación utilizar.
- **Trabajo en grupos:** Los Aprendices se dividen en equipos pequeños y cada uno debe realizar un mapa de navegación basado en un guión (*técnico y literario*) específico. Posteriormente, se realiza una discusión grupal sobre los mapas creados.
- Retroalimentación continua entre grupos para mejorar la propuesta.

Materiales de formación:

- Guión (*técnico y literario*) interactivo de la campaña digital de la PYME.
- Herramientas de diseño (*Figma, Canva, Lucidchart*) para la creación de los elementos visuales y de navegación.
- Herramientas de diseño de mapas de navegación: Axure, Adobe XD, o Figma para crear prototipos interactivos.

Evidencia de la actividad:

- Los Aprendices deben entregar un mapa de navegación detallado y un borrador de storyboard en formato digital, donde se explique cómo cada parte del guión (*técnico y literario*) interactivo será representada visualmente y cómo se estructurará la experiencia digital.

Duración de la actividad:

- **Horas directas:** 12 horas (*4 horas para el análisis del guión (técnico y literario), 4 horas para diseño del mapa de navegación, 4 horas para desarrollar el storyboard*).
- **Horas indirectas:** 2 horas (*completar la entrega de los borradores*).



6. Presentación y Retroalimentación:

- Presentar el storyboard y recibir retroalimentación sobre la usabilidad y coherencia del diseño.

Herramientas: Zoom, Trello.

Ambiente requerido:

- Ambiente de aprendizaje equipado con computadoras y software de diseño gráfico y edición (*Figma y Adobe XD*).
- Espacio para trabajo en grupo y presentación de proyectos.

Estrategias o técnicas didácticas activas:

- **Simulación práctica (*Desarrollo del storyboard y prototipo*):** Los Aprendices crean un storyboard de una campaña digital utilizando el guión (*técnico y literario*) como base. Se trabajan con herramientas de diseño gráfico para representar visualmente los elementos narrativos del guión (*técnico y literario*).
- **Revisión entre pares:** Los Aprendices intercambian sus storyboards y brindan retroalimentación constructiva, bajo la supervisión del docente, para mejorar los aspectos técnicos y narrativos de cada propuesta.

Materiales de formación:

- **Software de diseño gráfico:** Para el diseño de las escenas y personajes del storyboard (*Adobe Photoshop, Clip Studio Paint, Storyboard Pro (Toon Boom), Krita, SketchUp, Affinity Designer, utodesk SketchBook*).
- **Plantillas de storyboard:** Para estructurar el proyecto con facilidad.
- **Guión (*técnico y literario*):** interactivo de la campaña.
- **Herramientas de diseño:** (*Figma, Adobe XD, InVision, etc.*).

Material de apoyo:

- <https://view.genially.com/67b019cb8ffe7cad1b7b8325>
Diseño, Edición y Producción de Contenidos Digitales para la Formación: Enlace directo con la estructuración de materiales interactivos, aplicando narrativa visual, objetivos formativos y principios UX.



- <https://view.genially.com/67d484793ce437980f9b58e1>
Diseño, Storyboard y Producción de Contenidos Interactivos para la Formación Digital:
Relación directa con el eje de la actividad: diseño de storyboard, flujos interactivos, secuencias visuales y guiones.
- <https://view.genially.com/67f3d412039796ccd36202a6>
Línea Gráfica: Definición y Aplicación en Estrategias de Comunicación Digital-
Complementa la actividad al aportar coherencia estética y visual entre el storyboard y los objetivos comunicativos de la PYME.

Actividad:

Insumo:

[Guía: Cómo hacer un storyboard paso a paso – Crehana](#)

Actividad práctica:

Los estudiantes trabajarán por parejas. Primero leerán la guía de Crehana para entender los elementos clave de un storyboard interactivo (escenas, transiciones, personajes, interacciones, navegación).

Luego deberán:

1. Seleccionar una **PYME ficticia** (cafetería, tienda de ropa, restaurante, etc.).
2. Crear un **storyboard de 6 escenas** para una estrategia digital de esa PYME (por ejemplo, página de inicio, producto, contacto).
3. Diseñar un **mapa de navegación** en papel o digital que muestre el flujo entre pantallas (lineal, jerárquico, libre).
4. Explicar cómo la narrativa visual del guión técnico/literario se traduce en la navegación propuesta.

Producto esperado:

Storyboard esquemático + mapa de navegación visual con notas de UX.



Evidencias de aprendizaje:

- El storyboard final (*con descripciones e interacciones*) debe ser entregado en formato digital, acompañado de una presentación que explique cada elemento gráfico y cómo se integra con el guión (*técnico y literario*) y el mapa de navegación.

Instrumentos de evaluación:

- Checklist de evaluación de storyboard: Se evaluará la coherencia con el guión (*técnico y literario*), la adecuación de los elementos gráficos, la claridad de la navegación y la calidad técnica del diseño.

Duración de la actividad:

- **Horas directas:** 20 horas horas (*8 horas para elaboración del storyboard, 6 horas para presentación y 6 horas para retroalimentación*).
- **Horas indirectas:** 3 horas (*ajustes finales al prototipo y storyboard*).

3.1.4 Actividades de Transferencia del Conocimiento

Implementación del Storyboard en un Proyecto Real

Descripción de la Actividad:

Los Aprendices llevarán a cabo un ejercicio práctico en el que deberán integrar todos los conocimientos adquiridos para elaborar un storyboard completo y un mapa de navegación funcional para una estrategia digital, con un enfoque en una PYME en Colombia. Además, implementarán el storyboard interactivo en un entorno digital real, aplicando sus habilidades en la creación de interacciones web y contenidos multimedia. La actividad implicará la integración de elementos gráficos, sonoros y narrativos en una plataforma web o aplicación interactiva, simulando un proyecto real para una PYME y evaluando su desempeño en un contexto auténtico y práctico.



- **Ejemplo**

Los Aprendices reciben un guión (*técnico y literario*) de una PYME real y deberán realizar la planificación completa de la estrategia digital, incluyendo la creación del storyboard y mapa de navegación, para presentar su propuesta.

práctico:



Pasos detallados:

1. Transposición del Storyboard a una Plataforma Digital:

- Usar herramientas como WordPress o Webflow para **implementar el storyboard y crear la estructura visual y de navegación.**

Herramientas: WordPress, Webflow.

2. Programación de Interacciones:

- Implementar interacciones y transiciones definidas en el storyboard mediante **HTML/CSS/JavaScript.**

Herramientas: Visual Studio Code.

3. Producción de Elementos Gráficos y Audiovisuales:

- **Crear iconos, botones y elementos audiovisuales** según lo indicado en el storyboard, asegurando coherencia con la identidad de la PYME.

Herramientas: Canva, Figma, Adobe Audition.

4. Pruebas de Usuario:

- Realizar pruebas de usabilidad y ajustar la navegación según el feedback recibido.

Herramientas: Lookback.io, Google Forms.

5. Presentación del Proyecto Final:

- **Presentar el proyecto** a la clase o cliente real, destacando el proceso y resultados obtenidos.

Herramientas: Google Slides, Loom.

Ambiente requerido:

- Ambiente de aprendizaje con computadoras y acceso a internet.
- Herramientas de diseño y desarrollo como WordPress, Figma, y Visual Studio Code.
- Espacios para colaboración grupal.

Estrategias o técnicas didácticas activas:

- **Resolución de problemas:** Los Aprendices trabajan en equipos multidisciplinarios para crear una estrategia digital completa para una PYME utilizando los conocimientos adquiridos.
- **Simulación de presentación a cliente:** Los Aprendices presentan su propuesta de storyboard y mapa de navegación a un panel simulado de "clientes", representado por el docente y otros Aprendices.
- **Ciclo iterativo** de prueba-ajuste basado en feedback.



Materiales de formación:

- **Guión interactivo:** Documento que detalla la estructura, interacciones y narrativa de la estrategia digital.
- **Plantillas de storyboard:** Recursos gráficos predefinidos para organizar de forma visual escenas, transiciones y elementos.
- **Herramientas de diseño y prototipado:** Plataformas colaborativas como Figma, Canva y Adobe XD para la creación de elementos visuales e interactivos.
- **Plataformas de desarrollo web:** Herramientas como WordPress o Webflow para trasladar el storyboard a un entorno digital real.
- **Software de edición y programación:** Entornos (*por ejemplo, Visual Studio Code*) y recursos sobre HTML, CSS y JavaScript para implementar interacciones.
- **Recursos para pruebas de usuario:** Herramientas y guías que facilitan la realización de pruebas de usabilidad y la recolección de feedback.
- **Documentación y ejemplos prácticos:** Manuales, tutoriales y estudios de caso que sirven como referencia para integrar elementos gráficos, sonoros y narrativos.

Material de apoyo:

- <https://view.genially.com/679835c7b5a925bc9a16690c>
De la Idea a la Experiencia: Construcción y Organización de Contenidos Interactivos,
Relación directa con el diseño estructural del storyboard, narrativa digital y planificación de la experiencia del usuario.
- <https://view.genially.com/67b019cb8ffe7cad1b7b8325>
Diseño, Edición y Producción de Contenidos Digitales para la Formación: Abarca la implementación de contenidos gráficos, sonoros, navegación funcional y evaluación del desempeño de la solución digital desarrollada.

Actividad:

Tema: Implementación del storyboard en entorno digital real

Insumo:

[Video: Cómo diseñar una experiencia UX con Figma – Platzi](#)

**Actividad práctica:**

Los estudiantes, individualmente o en equipos, deberán ver el video y luego llevar su storyboard a un entorno digital (Figma).

1. Usar Figma (gratuito) para replicar el storyboard interactivo creado previamente.
2. Agregar interacciones básicas: navegación entre pantallas, botones funcionales y transiciones.
3. Incluir elementos visuales coherentes con la identidad de la PYME: logo, colores, tipografía.
4. Probar el flujo de navegación con un compañero y recoger una retroalimentación simple (qué funciona y qué se puede mejorar).

Producto esperado:

Prototipo interactivo funcional en Figma + 1 retroalimentación escrita del compañero.

Evidencias de aprendizaje:

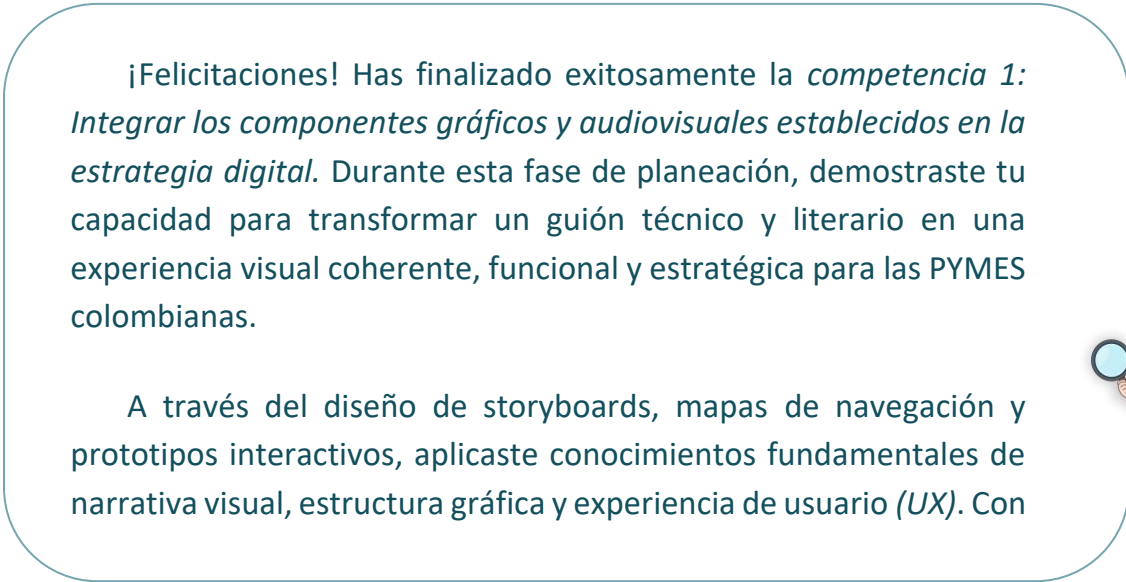
- Proyecto digital final que implementa el storyboard.
- Informe de pruebas de usuario y ajustes realizados.
- Presentación del proyecto final.

Instrumentos de evaluación:

- **Rúbricas de evaluación:** Evaluación detallada de la calidad técnica y creativa del storyboard, la coherencia con el guión (*técnico y literario*) y la funcionalidad del mapa de navegación.

Duración de la actividad:

- **Horas directas:** 14 horas (*4 horas implementación, 5 horas pruebas y 5 horas presentación*).
- **Horas indirectas:** 4 horas (*finalizar el proyecto y preparar la presentación*).



Además, este proceso fomenta la toma de decisiones creativas, el trabajo colaborativo y la aplicación de estándares de diseño centrado en el usuario. La retroalimentación constante y las pruebas de usuario permitirán ajustar y perfeccionar la propuesta, ofreciendo una experiencia real de diseño profesional en entornos digitales corporativos.



A vibrant, colorful digital animation software interface. The interface is filled with various panels and tools. On the left, there's a 'DEFINITION OF ANIMATION' panel with a cartoon character. Below it is an 'ANIMATION' panel with a timeline and a graph. In the center, there's a 'PRINCIPLES OF ANIMATION' panel with a circular diagram. To the right, there's an 'ANIMATION' panel with a list of tools: 'Spring', 'Bounce', 'Easing', 'Squash', 'Stretch', 'Anticipation', and 'Follow-through'. Below this is an 'EASTERN LAYERS' panel with a circular diagram. At the bottom right, there's a 'REFINED ANIMATION FOR A DIGITAL' panel with a circular diagram. The interface is highly detailed with many small icons and text elements, all in a bright, playful color palette.

Actividad de Proyecto Formativo: Elaborar los elementos gráficos y audiovisuales establecidos para la estrategia digital.



3.2.1 Actividades de Reflexión Inicial:

La Magia de la Animación en la Estrategia Digital para PYMES:

Descripción de la Actividad:

En esta fase inicial, se busca sensibilizar a los Aprendices sobre el **poder transformador de la animación** en las estrategias digitales de las PYMES. La actividad se orienta a identificar cómo los **principios de animación** no solo son herramientas creativas, sino recursos estratégicos que potencian la comunicación visual, el branding, la competitividad y la experiencia del usuario. Esta reflexión les permitirá integrar los principios animados dentro de una narrativa comercial efectiva, con el objetivo de mejorar el posicionamiento y la visibilidad de una PYME en el mercado.



Fase 1: Desarrollo Conceptual y Relacional:

1. **Introducción técnica de los 12 principios de animación:** La clase se adentrará en cada principio de forma teórica, pero con una perspectiva pragmática vinculada a las **estrategias digitales para PYMES**.

Ejemplo:

- **Anticipación:** Esencial en teasers o videos promocionales para crear expectativas en el consumidor, como en una animación que muestra el cambio en la imagen de un producto de manera gradual, con un fondo oscuro y una luz tenue para captar la atención.
 - **Estiramiento y encogimiento:** Ejemplo práctico en gif animados de productos mostrando deformaciones suaves que resaltan la calidad de los materiales, como una botella de plástico que se estira y se encoge, demostrando resistencia y flexibilidad.
 - **Actuación y puesta en escena:** Los personajes animados o las mascotas virtuales de marca deben transmitir emociones reales, creando una conexión empática con el público objetivo.
2. **Estudio aplicado:** Análisis de un **video publicitario de una PYME** que utiliza animación, destacando los principios clave en su estructura visual y narrativa. Los Aprendices deberán identificar cómo la animación no solo comunica, sino también emociona y persuade al espectador para generar acción (*compra, contacto, interacción*).



Fase 2: Análisis y Creación de Conceptos:

1. **Exploración del storyboard de una PYME:** Se les presentará un storyboard incompleto de una **campaña digital animada** y deberán aplicar los principios para **darle vida** a los elementos gráficos, mejorando la sincronización de los movimientos con el mensaje.
2. **Técnicas de animación y estilo visual:** Los Aprendices decidirán si la animación será **2D, stop-motion o motion graphics**, eligiendo los recursos que mejor representen la identidad y valores de la marca.

Ambiente requerido:

- Ambiente de diseño multimedia equipada con pantallas interactivas y software de animación (*After Effects, Blender*).
- Espacios de discusión para analizar casos reales y compartir ideas.

Estrategias o técnicas didácticas activas:

- **Aprendizaje basado en casos:** El uso de estudios de caso reales permite que los Aprendices conecten la teoría con la práctica.
- **Brainstorming en equipos:** Los Aprendices podrán compartir ideas y opiniones sobre cómo aplicar los principios de animación a una PYME de su elección.

Materiales de formación:

- Presentaciones visuales interactivas sobre los 12 principios de animación, con ejemplos de empresas que aplican animación de forma efectiva.
- Guías de diseño gráfico digital para PYMES.

Evidencia de la actividad de reflexión inicial:

- **Análisis visual y de contenido:** Los Aprendices deberán entregar un análisis en el que expliquen cómo los principios de animación podrían mejorar una estrategia digital de una PYME, proporcionando ejemplos específicos.

Duración de la actividad:

- **Horas directas:** 3 horas
 - 1 hora (*explicación teórica y estudio de casos*).
 - 2 horas (*trabajo en equipos y análisis de storyboard*).
- **Horas indirectas:** 2 horas (*redacción de un informe de reflexión*).



3.2.2 Actividades de Contextualización e Identificación de Conocimientos Necesarios para el Aprendizaje

Creando el Movimiento Estratégico de una PYME:

Descripción de la Actividad:

Esta actividad se enfoca en el **procesamiento y conceptualización de la animación** dentro de un proyecto empresarial real. Los Aprendices identificarán cómo la animación no solo crea una experiencia visual atractiva, sino cómo integra principios estratégicos para mejorar la competitividad de las PYMES en mercados saturados.



Fase 1: Análisis de un Proyecto Real

1. **Estudio de una campaña animada para una PYME:** El Aprendiz se enfrentará a un **briefing** de una empresa que requiere una campaña publicitaria animada. Deberá analizar la **audiencia objetivo**, la **identidad del branding (marca)**, y los **valores empresariales** para aplicar el **blocking** y el **blocking plus** en la animación.
2. **Selección de técnicas adecuadas:** Los Aprendices decidirán qué técnicas de animación (*como el 2D vectorial, motion graphics o stop motion*) son más apropiadas para la marca en cuestión.

Fase 2: Planificación de la Animación

1. **Desarrollo del storyboard animado:** Los Aprendices desarrollarán un storyboard detallado con todos los **movimientos clave** de la animación, asegurándose de que todos los **principios de animación** sean aplicados adecuadamente.
2. **Refinamiento del timing:** A través de la técnica del **blocking plus**, los Aprendices mejorarán la fluidez de los movimientos y sincronización con el **audio y la voz en off** que acompañará la animación.

Ambiente requerido:

- Ambiente de trabajo con estaciones de computadoras equipadas con software de animación avanzado.
- Espacios colaborativos para la creación de storyboards y discusiones grupales.

Estrategias o técnicas didácticas activas:



- **Análisis técnico:** Los Aprendices deberán desglosar las decisiones animadas de una campaña real de una PYME para entender cómo aplicaron los principios.
- **Técnica del 'reverse engineering':** Los Aprendices analizarán campañas exitosas y descompondrán la animación para comprender cómo se construyeron.

Materiales de formación:

- Estudios de caso de campañas animadas de PYMES.
- Plantillas para storyboard adaptadas a empresas.

Evidencia de la actividad:

- Presentación de un storyboard con justificación sobre la elección de principios y técnicas utilizadas, y cómo contribuirá a mejorar la competitividad de la PYME.

Duración de la actividad:

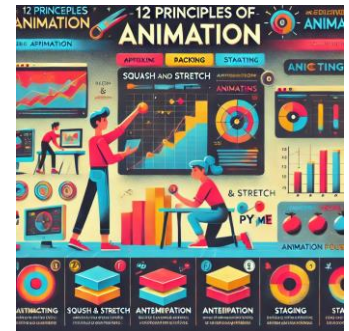
- **Horas directas:** 5 horas
 - 3 horas (*análisis y desarrollo de storyboard*).
 - 2 horas (*retroalimentación y perfeccionamiento de los movimientos*).
- **Horas indirectas:** 2 horas (*completar el storyboard y realizar ajustes adicionales*).

3.2.3 Actividades de Apropiación del Conocimiento

De la Teoría a la Animación de Alto Impacto:

Descripción de la Actividad:

Los Aprendices deberán crear una **animación de alta calidad** (*no olvide su Proyecto proyecto productivo*) para una PYME, implementando tanto los **12 principios de animación** como el **blocking y blocking plus**. Esta actividad permitirá a los Aprendices integrar los conocimientos técnicos adquiridos, mientras desarrollan una pieza animada realista y efectiva, que podría ser utilizada en una campaña empresarial.



Fase 1: Bloqueo y Refinamiento

1. **Creación del bloqueo inicial:** En primer lugar, los Aprendices crearán los **movimientos clave** de su animación, asegurándose de que la **estructura de acción** sea clara y coherente con el concepto de la campaña de la PYME.



2. **Aplicación del blocking plus:** Después de tener los bloques principales, los Aprendices añadirán **detalles refinados** a los movimientos, como las aceleraciones, desaceleraciones, arcos, y otras características de suavizado para asegurar que la animación se vea fluida y profesional.

Fase 2: Refinamiento Final

1. **Integración de audio y sincronización:** Los Aprendices ajustarán su animación para que se sincronice perfectamente con la banda sonora, considerando **aceleraciones y pausas** en los movimientos para acentuar momentos clave del producto.
2. **Revisión de la estrategia de branding:** Asegurar que la animación respete la **identidad visual** de la PYME y sus **valores de marca**, utilizando colores, tipografía y elementos gráficos acordes.

Ambiente requerido:

- Ambiente de aprendizaje con estaciones de trabajo equipadas con software de animación profesional.
- Espacio de revisión y retroalimentación constante con compañeros e instructor.

Estrategias o técnicas didácticas activas:

- **Análisis colaborativo:** Los Aprendices se agruparán para revisar las animaciones y dar retroalimentación constructiva.
- **Aplicación práctica:** Los Aprendices estarán creando animaciones reales basadas en briefings empresariales.

Materiales de formación:

- Manual de técnicas de animación avanzada.
- Plantillas de storyboard y control de calidad de animación.

Material de apoyo:

- <https://view.genially.com/669726ed4c704f5510284237/interactive-content-integracion-de-contenidos-digitales-modulo-2>
Definir el Estilo/Técnica de la Animación – Empleo de Métodos de Planeación – Formatos de Producción: Relación directa con la selección estética, técnica y narrativa de la animación, además de la planificación estructurada.



- <https://view.genially.com/6745338ac01520b5e5625caf>

Principios y Técnicas del Diseño Audiovisual: Cubre el enfoque técnico de los 12 principios de animación y los recursos narrativos aplicados al contenido audiovisual.

Actividad:

Insumo:

[Video: Los 12 principios de la animación](#)

Actividad práctica:

Luego de ver el video, cada estudiante elegirá 3 de los 12 principios de animación y los aplicará en una secuencia simple (por ejemplo, un personaje saltando, un ícono deformándose, una escena que anticipa un mensaje).

Pasos:

1. Crear un mini-storyboard de 3 cuadros aplicando los principios seleccionados.
2. Digitalizar esa secuencia como animación básica (puede ser en Canva, Krita, o cualquier editor sencillo).
3. Compartirla con el grupo y explicar qué principios aplicó y con qué intención narrativa.

Producto esperado:

Mini-animación básica (3-5 segundos) + explicación corta escrita o oral del principio usado.

Evidencias de aprendizaje:

- Animación final acompañada de un informe técnico sobre las decisiones tomadas para la animación, los principios aplicados, y cómo contribuyen a la competitividad empresarial.

Instrumentos de evaluación:

- **Rúbrica de evaluación de animación:** Basada en criterios como fluidez de movimientos, aplicación de principios, y calidad visual y sonora.

Duración de la actividad:

- **Horas directas:** 7 horas

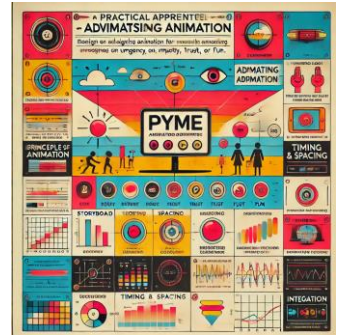


- 4 horas (*desarrollo de animación*).
- 3 horas (*retroalimentación y ajuste final*).
- **Horas indirectas:** 3 horas (*finalizar la animación y redactar el informe*).

3.2.4 Actividades de Transferencia del Conocimiento

Descripción de la Actividad:

La Transferencia del Conocimiento en esta fase final del proyecto busca que los aprendices **apliquen todos los conocimientos y habilidades adquiridas** durante el curso en un **proyecto de animación realista**, orientado a resolver una necesidad comunicacional específica de una **PYME**. Los aprendices deben desarrollar una animación comercial que combine **conceptos de animación avanzada, producción gráfica, storytelling** (*narrativa visual*) y **ajustes de refine** (*ajustes de movimiento*) según los **principios fundamentales de animación** previamente estudiados.



- **Caso práctico:** Los aprendices deben diseñar una **animación publicitaria** para una PYME ficticia que desea promocionar un producto o servicio (*no olvide su Proyecto proyecto productivo*). La animación debe ser capaz de capturar la atención del espectador, transmitir el mensaje de manera clara y eficaz, y generar una respuesta emocional, como un **sentimiento de urgencia, confianza** o **diversión**, dependiendo del tipo de producto o servicio.

Objetivos:

1. **Aplicar los 12 principios de animación** de manera coherente y efectiva.
2. **Desarrollar una animación integrada** que sea visualmente atractiva y adecuada a las necesidades comerciales de una PYME.
3. **Refinar los movimientos** aplicando las técnicas de **timing y espaciado** de forma adecuada para mejorar la fluidez y naturalidad de la animación.
4. **Sincronizar la animación con audio** y otros elementos multimedia, asegurando la integración perfecta con el mensaje visual.

Ambiente requerido:

- **Ambiente de trabajo de animación digital equipada con:**
 - Estaciones de trabajo: Computadoras con software de animación y diseño gráfico profesional como Adobe Animate, Blender, Toon Boom o TVPaint.



- Pantallas de gran tamaño o proyectores para la revisión de los avances y entregas parciales.
- Acceso a recursos gráficos: Bancos de imágenes, audios y efectos visuales que los aprendices puedan usar para enriquecer su animación.
- **Laboratorio de audio:** Equipado con software para sincronización de audio, edición y efectos de sonido (*por ejemplo, Adobe Audition, Audacity o Pro Tools*).
- **Espacio para trabajo colaborativo:** Para fomentar el trabajo en equipo, los aprendices pueden trabajar en grupos, con estaciones de trabajo compartidas y acceso a plataformas colaborativas como Google Drive o Miro para el mapeo visual y la toma de decisiones creativas.

Estrategias o técnicas didácticas activas:

- **Desarrollo del proyecto integrador:** Los aprendices se dividirán en grupos pequeños, donde cada grupo será responsable de diseñar, animar y finalizar una campaña publicitaria para una PYME ficticia. Durante esta fase:
 - **Establecerán el estilo y la técnica de animación** (*2D tradicional, motion graphics, animación basada en vectores, etc.*).
 - Definirán los principios de animación que usarán para expresar el **comportamiento de los personajes o elementos gráficos** de manera convincente, utilizando **principios avanzados como la actuación y puesta en escena**.
 - Elaborarán un **storyboard detallado** que incluya el guion visual y una primera propuesta de las curvas de movimiento.
 - **Desarrollarán los bloques de la animación** y luego se enfocarán en los detalles del **refine** (*ajustes de los movimientos, tiempo y espaciado*).
- **Aplicación de principios avanzados:** Cada estudiante será responsable de aplicar principios avanzados como:
 - **Actuación y puesta en escena:** La animación de los personajes debe expresar emociones o intenciones de forma clara. Utilizarán las **curvas de animación** para representar la tensión emocional (*por ejemplo, un personaje que se siente nervioso o feliz*).
 - **Exageración y anticipación:** La animación no debe ser lineal. Los aprendices experimentarán con **exageración de movimientos** para generar una respuesta emocional más fuerte en el público.



- **Técnica de Refinamiento (*Refine*):** Después de crear los movimientos iniciales, los aprendices deben aplicar el **refine** para perfeccionar los detalles de los movimientos. Esto incluirá:
 - **Curvas Bézier:** Ajustar los **tiempos de interpolación** entre fotogramas clave usando curvas Bézier para hacer que los movimientos sean más suaves y naturales.
 - **Espaciado y sincronización:** Refinar el **espaciado entre fotogramas** para ajustar la velocidad del movimiento, y asegurar que la animación esté bien sincronizada con el audio.
- **Revisión y retroalimentación colaborativa:** Los aprendices deberán presentar avances parciales de sus animaciones para recibir retroalimentación del instructor y de sus compañeros. Esta retroalimentación se basará en los siguientes aspectos:
 - Coherencia de los principios de animación aplicados.
 - Calidad de la sincronización de la animación con el **audio** y los efectos sonoros.
 - Claridad de la narrativa visual (*si el mensaje es fácilmente comprensible*).
 - Calidad técnica en el refinamiento de la animación.
- **Presentación final:** Al finalizar, los aprendices presentarán la animación terminada a la clase. Esto incluirá:
 - La animación comercial completa.
 - Un análisis técnico de los principios de animación aplicados.
 - Un análisis de la sincronización con los efectos de audio.

Materiales de formación:

- **Documentación sobre los 12 principios de animación:** Para servir de guía en la implementación de cada principio, con ejemplos visuales detallados para ilustrar la correcta aplicación en una animación comercial.
- **Plantillas y recursos gráficos:** Imágenes prediseñadas, recursos de tipografía, y elementos de interfaz que los aprendices pueden integrar en su proyecto.
- **Manual sobre refinamiento y curvas de animación:** Documentos detallados que explican cómo ajustar los movimientos utilizando curvas Bézier y cómo gestionar el espaciado y la interpolación para obtener un resultado fluido y natural.

Material de apoyo:

- <https://view.genially.com/66f5b17f16b22f09f470fba6>
Principios Fundamentales de la Animación – Claridad, Ritmo, Narrativa y Tiempo: Cubre la



base teórica y expresiva aplicada a la producción de animación realista.

- <https://view.genially.com/67d484793ce437980f9b58e1>

Diseño, Storyboard y Producción de Contenidos Interactivos para la Formación Digital: Integra la planeación, secuenciación visual y producción final del contenido animado con enfoque funcional y comercial.

Actividad:

Tema: Animación publicitaria aplicada a una estrategia digital para PYME

Insumo:

[Artículo: ¿Cómo hacer una animación publicitaria? – Escuela Da Vinci](#)

Actividad práctica:

Los estudiantes, organizados en grupos de 3, diseñarán una animación publicitaria para una PYME ficticia. Tras leer el artículo, deberán:

1. Elegir un producto o servicio de su PYME.
2. Diseñar un guión visual de 5 a 10 segundos: mensaje principal, estilo visual, storyboard y tono emocional.
3. Crear una animación básica (puede ser motion graphics, stop motion o animación cuadro a cuadro).
4. Asegurarse de que haya un llamado a la acción (ej. “Visítanos”, “Compra ahora”, “Suscríbete”).
5. Agregar música o efectos de sonido libres de derechos.

Producto esperado:

Video corto publicitario animado (formato MP4 o GIF) + presentación oral o escrita explicando estilo, mensaje y principios aplicados.



Evidencias de aprendizaje:

- **Animación completa:** El producto final debe ser una animación completamente funcional que cumpla con los objetivos establecidos para la PYME ficticia, utilizando los principios de animación para lograr un resultado comercial y emocionalmente efectivo.
- **Documentación de proceso:** Los aprendices deben entregar un informe detallado en el que expliquen cómo aplicaron los principios de animación, el estilo y la técnica elegidos, las decisiones creativas tomadas y las justificaciones detrás de cada ajuste realizado en el proceso de refino.

Instrumentos de evaluación:

- **Rúbrica de evaluación técnica:** Para evaluar la calidad de la animación según los siguientes criterios:
 - Aplicación efectiva de los 12 principios de animación.
 - Calidad de los movimientos refinados y su sincronización con el audio.
 - Claridad en la narrativa visual y efectividad en la transmisión del mensaje publicitario.
 - Uso adecuado de los recursos gráficos y sonoros.
- 2. **Evaluación por pares:** Los aprendices deberán hacer una breve evaluación del proyecto de un compañero, proporcionando retroalimentación constructiva sobre los aspectos que podrían mejorarse, basándose en la rúbrica proporcionada.

Duración de la actividad:

- **Horas directas:** 5 horas.
 - 3 horas (*Trabajo en grupo: Desarrollo de la animación, refinamiento y presentación de avances*).
 - 2 horas (*Revisión y retroalimentación: Revisión de las animaciones por parte del instructor y los compañeros*).
- **Horas indirectas:** 3 horas.
 - 1 hora (*Finalización de la animación: Ajustes, sincronización de audio, y entrega final*).
 - 2 horas (*Preparación de la documentación de proceso: Informe detallado sobre el proceso y las decisiones creativas*).



¡Felicitaciones! ¡Has culminado exitosamente la *Competencia 2: Elaborar las animaciones para la estrategia digital!* Durante esta fase de planeación, lograste transformar ideas gráficas en secuencias dinámicas y funcionales, aplicando con criterio profesional los principios fundamentales de animación. Has recorrido un proceso riguroso que te llevó desde la interpretación de guiones hasta el refinamiento técnico de los movimientos, asegurando coherencia narrativa y calidad visual en cada entrega.



Importante: Al cerrar esta fase, has desarrollado habilidades esenciales en la creación de animaciones digitales, integrando principios de animación, técnicas de refine y herramientas de producción que permiten generar piezas visuales dinámicas y funcionales.

Esta experiencia fortalece tu rol en el **Proyecto Productivo**, ya que te capacita para construir soluciones visuales que impacten positivamente en la comunicación digital de las PYMES, mejorando su posicionamiento y competitividad en el mercado colombiano.

¡Sigue avanzando con compromiso y creatividad! Lo alcanzado hasta ahora te posiciona como un profesional capaz de idear, diseñar y producir animaciones que comunican con eficacia y estilo en cualquier entorno profesional.

¡Good Luck!



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

Fase del proyecto formativo	Competencias del proyecto formativo	Actividad del proyecto formativo	Actividad de Aprendizaje	Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Planeación	Integrar los componentes gráficos y audiovisuales	Elaborar los elementos gráficos y audiovisuales	*Elaborar guión literario y técnico según	Evidencia de producto:	*Identifica los elementos del guión	*Conocimiento; -Técnica: Evaluación de conocimiento



	establecidos en la estrategia digital.	establecidos para la estrategia digital.	<p>técnicas de recolección de información y las necesidades de la empresa.</p> <p>*Elaborar el storyboard de acuerdo al guion propuesto.</p>	<p>*Entrega de guión literario.</p> <p>*Entrega guión técnico.</p> <p>*Entrega de storyboard.</p>	<p>para la construcción del storyboard.</p> <p>*Aplica el lenguaje audiovisual al storyboard con base en el guión.</p> <p>*Elabora el storyboard para establecer la estructura técnica y navegación de la estrategia digital.</p> <p>*Estructura el mapa de navegación según las especificaciones del guión.</p>	<p>-Instrumento:</p> <p>*Checklist de evaluación.</p> <p>*Entrevista estructurada.</p> <p>*Desempeño:</p> <p>-Técnica</p> <p>Observación directa:</p> <p><i>Evaluación práctica (Storyboard y prototipo interactivo).</i></p> <p>-Instrumento:</p> <p>Lista de verificación (<i>coherencia, navegación, diseño visual, interactividad</i>).</p> <p>*De producto:</p> <p>-Técnica:</p> <p>1. Proyecto: (<i>Evaluación del proyecto final implementado</i>)</p> <p>2. Solución de problemas: (<i>Evaluación del proyecto final implementado</i>)</p> <p><i>Informe escrito sobre pruebas de usuario.</i></p> <p>-Instrumento:</p> <p>1. Rúbrica de evaluación (<i>coherencia, funcionalidad, calidad técnica, usabilidad</i>).</p>
--	--	--	--	---	--	---



						2.Registro de prácticas: <i>para la evaluación del informe (identificación de problemas, ajustes realizados, documentación).</i>
Planeación	Elaborar las animaciones para la estrategia digital.	Elaborar los elementos gráficos y audiovisuales establecidos para la estrategia digital.	Verificar las curvas de animación según los tiempos de ejecución del movimiento, teniendo en cuenta el audio dispuesto para el producto.	Evidencia por desempeño	<p>*Define el formato y los elementos que conforman la imagen con base en el storyboard.</p> <p>*Determina la línea gráfica de los elementos a animar aplicando estilos y técnicas de animación.</p> <p>*Aplica los principios de animación de acuerdo a las técnicas establecidas.</p>	<p>*Conocimiento;</p> <p>-Técnica: Evaluación teórica de conocimientos (<i>sobre principios de animación aplicados al mundo empresarial</i>)</p> <p>-Instrumento: Rúbrica: Examen interactivo digital (<i>opciones múltiples, verdadero/falso, desarrollo</i>).</p> <p>*Desempeño:</p> <p>-Técnica Registro de evidencias (<i>Simulación práctica de animación aplicada a una estrategia empresarial</i>)</p> <p>-Instrumento: Diario de aprendizajes o Bitácoras (<i>evaluación de animación interactiva</i>)</p>



						<p><i>aplicada a un proyecto).</i></p> <p>*De producto:</p> <p>-Técnica: Proyecto (Desarrollo de una animación digital aplicada a una PYME.)</p> <p>-Instrumento: Lista de verificación (para de evaluación del producto final de la animación y presentación justificativa).</p>
--	--	--	--	--	--	--

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **Guión Técnico:** Documento que detalla de manera estructurada los aspectos operativos de la estrategia digital, incluyendo acciones, interacciones, tiempos de navegación y especificaciones técnicas para la producción gráfica y audiovisual.
- **Guión Literario:** Componente narrativo que describe la secuencia de diálogos, emociones y acciones, aportando la narrativa que guiará el diseño y la comunicación visual de la PYME.
- **Storyboard:** Es la representación visual secuencial del guión (*técnico y literario*), donde se plasman las escenas, transiciones y elementos gráficos, permitiendo planificar la experiencia del usuario y la estructura de la estrategia digital.
- **Mapa de Navegación:** Diagrama que ilustra la estructura de la interacción en la plataforma digital. Define cómo se conectan las diferentes pantallas y se organizan los flujos de información, facilitando la comprensión de la experiencia de usuario (*UX*).
- **Elementos Gráficos y Audiovisuales:** Conjunto de recursos visuales (*imágenes, iconografía, tipografías, colores*) y sonoros (*efectos, música, narración*) que se integran para comunicar la identidad y el mensaje de la estrategia digital.



- **Prototipo Interactivo:** Modelo funcional que simula la experiencia digital final. Permite visualizar y evaluar la usabilidad, el flujo de navegación y la interacción con los elementos gráficos antes de la implementación definitiva.
- **Experiencia de Usuario (UX):** Conjunto de prácticas, procesos y estrategias orientadas a optimizar la interacción y satisfacción del usuario con la plataforma digital, asegurando una navegación intuitiva y atractiva.
- **Animación Digital:** Proceso creativo que consiste en dar movimiento a los elementos gráficos mediante técnicas y herramientas digitales. Su objetivo es mejorar la comunicación visual y potenciar la presencia de la marca en la estrategia digital.
- **Principios de Animación:** Fundamentos (*como anticipación, acción directa, squash and stretch, entre otros*) que se aplican para crear movimientos naturales, atractivos y coherentes, mejorando la calidad visual y la narrativa en una animación.
- **Blocking:** Técnica inicial de animación que se centra en definir los movimientos básicos y la secuencia de acciones de los elementos.
- **Blocking Plus:** Proceso de refinamiento que añade detalles, suaviza transiciones y perfecciona el timing de la animación para lograr una fluidez mayor.
- **Interacción Digital:** Conjunto de comportamientos y respuestas que se producen cuando el usuario interactúa con los elementos de una interfaz digital. Este concepto es clave para el diseño de soluciones que resulten intuitivas y atractivas.
- **Estrategia Digital:** Plan integral que articula los objetivos comerciales de la PYME con el diseño y la implementación de soluciones gráficas y audiovisuales. Su propósito es mejorar la competitividad, optimizar la experiencia de usuario y fortalecer la identidad de la marca en el entorno digital.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

OpenAI. (2025). Imagen generada con inteligencia artificial utilizando DALL-E. Recuperado de

<https://openai.com/dall-e>

iStock. (s.f.). Plantas de buena suerte [Ilustración]. Recuperado de

<https://www.istockphoto.com/es/ilustraciones/plantas-de-buena-suerte>



Google Images. (s.f.). [Imagen]. Recuperado de <https://images.app.goo.gl/zT9EtzcudAVCziX87>

Adobe. (s.f.). Adobe XD. Recuperado de <https://www.adobe.com/products/xd.html>

Adobe. (s.f.). Adobe After Effects. Recuperado de <https://www.adobe.com/products/aftereffects.html>

Figma. (s.f.). Figma: Herramienta de diseño colaborativo. Recuperado de <https://www.figma.com/>

Lucid Software. (s.f.). Lucidchart. Recuperado de <https://www.lucidchart.com/>

Sketch. (s.f.). Sketch: Plataforma de diseño digital. Recuperado de <https://www.sketch.com/>

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Margarita Riascos Quiñones	Instructora	Senatic	8/04/2025
	Hernando Lubo	Instructor	Senatic	
	Natalia Peñuela	Administrativo	Senatic	

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)	Luz Fanny Moreno Franco	Cor. Tecnopedagógica	Senatic	06/04/2025	Materiales e instrumentos

