| PROGRAMA DE FORMACIÓN | Gestión de mercados de productos turísticos |
| --- | --- |

| COMPETENCIA | 260101073 - Estructurar comunidades virtuales de acuerdo con técnicas de marketing digital y tipo de negocio | RESULTADOS DE APRENDIZAJE | 260101073-02 - Configurar el entorno de la plataforma digital de acuerdo con procedimiento técnico y la política organizacional. |
| --- | --- | --- | --- |

| NÚMERO DEL COMPONENTE FORMATIVO | 15 |
| --- | --- |
| NOMBRE DEL COMPONENTE FORMATIVO | Gestión de plataformas digitales |
| BREVE DESCRIPCIÓN | La gestión de una plataforma digital es importante para el futuro de una empresa, porque de ella depende el reconocimiento, el posicionamiento, la creación de valor empresarial, la fidelización de los clientes y la conversión en las ventas. La infraestructura y la comunicación visual son relevantes para que la plataforma digital presente soluciones y experiencias positivas a los clientes. |
| PALABRAS CLAVE | Plataforma digital, infraestructura tecnológica, comunicación visual, semiótica, lenguaje bimedia |

| ÁREA OCUPACIONAL | 6 – VENTAS Y SERVICIOS |
| --- | --- |
| IDIOMA | Español |

**TABLA DE CONTENIDOS**

**Introducción**

**1. Infraestructura tecnológica**

**2. Plataformas digitales**

**3. Comunicación visual para medios digitales**

**INTRODUCCIÓN**

| Cuadro de texto |
| --- |
| Estimado aprendiz, a continuación, conocerá sobre la gestión de plataformas digitales. Al finalizar este recurso se espera que logre configurar el entorno de la plataforma digital de acuerdo con un procedimiento técnico y la política organizacional; así mismo, que a futuro pueda estructurar comunidades virtuales de acuerdo con técnicas de *marketing* digital y tipo de negocio.  Con los recursos que aprenda aquí, podrá aportar a las entidades desde el reconocimiento, el posicionamiento, la creación de valor empresarial, la fidelización de los clientes y la conversión en las ventas. De igual forma, la infraestructura y la comunicación visual serán relevantes para que la plataforma digital presente soluciones y experiencias positivas a los clientes.  En el siguiente video conocerá, de forma general, la temática que estudiará a lo largo del componente formativo.  ¡Muchos éxitos en este proceso de aprendizaje! |

**GUION DE VIDEO INTRODUCTORIO**

| Tipo de recurso | Video spot animado | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| NOTA | La totalidad del texto locutado para el video debe tener mínimo 490 y máximo 510 palabras | | | |
| Título | Gestión de plataformas digitales. | | | |
| Escena | Imagen | Sonido | Narración (voz en off) | Texto |
| 1 | Infraestructura de la tecnología de información    <https://www.freepik.es/foto-gratis/centro-datos-racks-servidores-sala-pasillo-render-3d-datos-digitales-tecnologia-nube_20668653.htm#query=infraestructura&position=0&from_view=search> | Música de fondo | En este componente formativo conocerá sobre infraestructura de la Tecnología de la Información (TI), la gestión de las plataformas digitales y la comunicación visual; temáticas importantes para su desempeño, no solo profesional, sino también personal y ocupacional. En primer lugar, es importante mencionar que la infraestructura de la TI se refiere a la manera en que las empresas gestionan sus ambientes tecnológicos en pro de su futuro y rentabilidad. | Infraestructura de la Tecnología de la Información (TI) |
| 2 | Gestión de las plataformas digitales    <https://www.freepik.es/vector-gratis/servicio-o-plataforma-linea-planificacion-empresarial-establecer-meta-o-objetivo-seguir-cronograma-idea-planificacion-organizacion-gestion-linea-ilustracion-vector-plano_28695133.htm#query=gestion%20de%20plataformas&position=5&from_view=search> | Música de fondo | La gestión de las plataformas digitales tiene que ver con la forma en que las marcas deben administrar los espacios virtuales, de tal manera que puedan entregar valor a sus empresas, fidelizando los clientes y aumentando el porcentaje de conversión en las ventas.  La comunicación visual, por su parte, es especialmente importante, porque de ella dependerá el impacto y captación de los clientes, a través de piezas gráficas atractivas que no solo llamen la atención, sino también, que motiven a los miembros de las plataformas a tener interacción con la marca (*likes*, compartir, conversar o tocar los vínculos de las publicaciones). Lo interesante de esta temática es que, en la actualidad, quien no haga parte de la virtualidad, ni tenga presencia *web*, tiene todo por perder de manera comercial, porque la competencia sí lo hará, y posiblemente ganando puntos en el mercado. | Gestión de las plataformas digitales y comunicación visual |
| 3 | Interiorizar los elementos de la infraestructura tecnológica    <https://www.freepik.es/vector-gratis/ilustracion-concepto-abstracto-conflicto-social-relaciones-sociales-poder-interaccion-conflicto-clases_10782469.htm#query=interiorizar&position=6&from_view=search&track=ais> | Música de fondo | Es por esta razón que, con lo estudiado en este componente formativo, va a comprender conceptos importantes que lo llevarán a interiorizar temas que se relacionan directamente con la infraestructura tecnológica de las empresas, su gestión a través de los elementos y tipos de infraestructuras; también se abordarán aspectos relacionados con la administración de plataformas digitales, comprendiendo sus características, tipos, objetivos, ventajas, y por supuesto, la forma de administrarlas, dependiendo de los objetivos y del contexto empresarial. De igual forma, se verán elementos relacionados con la comunicación visual, que permiten establecer una imagen positiva y atractiva ante los clientes y lograr un posicionamiento en sus mentes. | Interiorizar temas que se relacionan directamente con la infraestructura tecnológica de las empresas |
| 4 | Estrategias de mercado    <https://www.freepik.es/fotos-premium/silueta-hombre-haciendo-gesto-parada-evitar-que-derrumben-fichas-domino-madera_8962076.htm#query=estrategias%20de%20mercado&position=8&from_view=search> | Música de fondo | Todos estos temas son de suma importancia para todos y cada uno de los aprendices porque los ayudarán a proponer estrategias de mercadeo más oportunas, que faciliten el logro de los objetivos pactados a través de una excelente administración de las plataformas digitales, con el fin de fidelizar los clientes, incrementar el porcentaje de conversión y tener rentabilidad. | Estrategias de mercadeo más oportunas |
| 5 | Plataforma digital    <https://www.freepik.es/vector-gratis/ilustracion-concepto-redes-sociales_2806723.htm#query=plataforma%20digital&position=1&from_view=search> | Música de fondo | Finalmente, en este componente formativo se presentará de forma clara y concisa toda la información para que, desde la óptica y el contexto del tecnólogo en mercadeo, pueda comprender la importancia de gestionar la plataforma digital según el contexto empresarial. Es por esta razón que durante su desarrollo, estudio y análisis se compartirán todo tipo de ejemplos para que, desde lo gráfico y lo visual, se pueda exponer el contenido de todos los temas, de una forma multimedial, directa y comprensible para los aprendices.  El éxito de una empresa es la gente que trabaja en ella, por esto, se le invita a que desarrolle este componente formativo y aprenda más sobre la gestión de plataformas digitales. | Comprender la importancia de gestionar la plataforma digital según el contexto empresarial |
| Nombre del archivo | 124103\_v1 | | | |

**DESARROLLO DE CONTENIDO**

| Cuadro de texto |
| --- |
| Para ampliar la información descrita anteriormente, revise las temáticas propuestas a continuación: |

* + 1. **Infraestructura tecnológica**

| Tipo de recurso | Infografía estática |
| --- | --- |
| Texto introductorio | Según Ohia (2019) la infraestructura tecnológica, también llamada infraestructura de la Tecnología de la Información (TI), se refiere a los elementos requeridos para manejar y administrar ambientes tecnológicos en las empresas. Se puede implementar en un sistema de *cloud computing* (servicios en la nube) o en las subestructuras de la compañía. Dentro de los elementos usados para brindar soluciones y servicios en este campo se encuentran almacenamiento de datos, sistema operativo (SO), elementos de red, *software* y *hardware*. Sus productos pueden ser descargados como aplicaciones que luego se pueden ejecutar en los recursos de TI existentes (almacenamiento definido por *software*), o también, como soluciones online ofrecidas por proveedores de servicios (la infraestructura como servicio - IaaS, entre otros). |
| Imagen    <https://www.canva.com/design/DAFNhaa5uqg/ifcV8lVcyMzpzC0nQsO22g/edit?utm_content=DAFNhaa5uqg&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton> | |
| Código de la imagen | 124103\_i1 |

| Cuadro de texto |
| --- |
| ¿Qué características tiene la infraestructura tecnológica? |

**Características de la Infraestructura tecnológica**

| Tipo de recurso | Infografía estática |
| --- | --- |
| Texto introductorio | La tecnología mueve e inspira a las empresas de hoy en muchos aspectos, desde el trabajo individual de un empleado, hasta el que se hace en equipo, en las distintas operaciones o en la fabricación de sus bienes y servicios. Cuando se usa de la manera correcta puede optimizar el mejoramiento en las comunicaciones, e incluso, incrementar su eficiencia y productividad. |
| Imagen    <https://www.canva.com/design/DAFNnk9NSR8/A_NtHPfY0Tlx7zfAmyo-pA/edit?utm_content=DAFNnk9NSR8&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton> | |
| Código de la imagen | 124103\_i2 |

| Cuadro de texto |
| --- |
| ¿Cuáles son sus elementos? |

**Elementos de la Infraestructura Tecnológica**

| Tipo de recurso | Infografía estática |
| --- | --- |
| Texto introductorio | Existen tres elementos básicos de la infraestructura tecnológica que deben, mínimamente, brindar a las empresas una generación de valor que será percibida de forma positiva por los clientes, tanto internos como externos. Por ejemplo, consultorías, capacitaciones a empleados, desarrollo empresarial y posibilidad de tercerización *outsourcing* en TI. A continuación, se recalcan los más usuales en toda infraestructura de TI: |
| Imagen    <https://www.canva.com/design/DAFNoITk14w/ED8AgUBO1lMOMfCMbuRZGA/edit?utm_content=DAFNoITk14w&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton> | |
| Código de la imagen | 124103\_i3 |

| Cuadro de texto |
| --- |
| Sus tipos digitales, ¿cuáles son? |

**Tipos de Infraestructura tecnológica**

| Tipo de recurso | Infografía estática |
| --- | --- |
| Texto introductorio | A continuación, se enuncian los tipos digitales más normales y usados en la infraestructura de TI: |
| Imagen    <https://www.canva.com/design/DAFNqJFbkFU/FGx0d2m7BCQE3pKHS4C-4A/edit?utm_content=DAFNqJFbkFU&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton> | |
| Código de la imagen | 124103\_i4 |

| Cuadro de texto |
| --- |
| ¿Qué es la gestión de la infraestructura digital? |

**Gestión de la Infraestructura tecnológica**

| Tipo de recurso | Slider Hitos/ Línea de tiempo horizontal | |
| --- | --- | --- |
| Introducción | Tiene que ver con la dirección de todos los recursos, plataformas, sistemas, personas y entornos de TI. Los entornos dinámicos y actuales requieren de un enfoque nuevo de administración que mejore la velocidad, expanda y proporcione estabilidad en todos los ambientes de TI de la empresa. Un aspecto vital y estratégico de la renovación y la evolución digital es la automatización, la cual tiene que ver con una gran cantidad de tecnologías que disminuyen la intervención del ser humano en el desarrollo de los procesos.  Los siguientes son los tipos más habituales de gestión de la infraestructura de TI: | |
| Gestión del sistema operativo | Vigila los ambientes que ejecutan el sistema operativo con el fin de proporcionar una administración en las suscripciones, ejecuciones, parches y contenidos. | <https://www.flaticon.es/icono-gratis/observar_7073947?term=vigilar&page=1&position=3&page=1&position=3&related_id=7073947&origin=search>  Código de imagen: 124103\_i5 |
| Gestión de la nube | Otorga a los directores de nubes el control de todo lo realizado en ellas (usuarios, datos, aplicaciones y servicios), administrando la recuperación ante calamidades, al igual que el uso, la integración y la ejecución de recursos. | <https://www.flaticon.es/icono-gratis/computacion-en-la-nube_743885?term=nube&page=1&position=3&page=1&position=3&related_id=743885&origin=search>  Código de imagen: 124103\_i6 |
| Gestión de la virtualización | Interacciona con los ambientes virtuales y el *hardware* físico subyacente para sintetizar la gestión de recursos, la mejoría en el análisis de datos y la optimización de las operaciones. | <https://www.flaticon.es/icono-gratis/tarjeta-madre_2729156?term=hardware&page=1&position=4&page=1&position=4&related_id=2729156&origin=search>  Código de imagen: 124103\_i7 |
| Gestión de las operaciones de TI | También conocida como gestión de procesos empresariales, se refiere a la práctica con la que se forman, examinan y mejoran los procesos de este tipo que son permanentes o previsibles, o incluso, los que se suelen repetir. | <https://www.flaticon.es/icono-gratis/gestion-de-proyectos_1087815?term=gestion&page=1&position=13&page=1&position=13&related_id=1087815&origin=search>  Código de imagen: 124103\_i8 |
| Automatización de la TI | También conocida como automatización de la infraestructura, se refiere a la generación de instrucciones y procesos que se repiten para sustituir o disminuir la interacción humana con los sistemas de TI. | <https://www.flaticon.es/icono-gratis/automatizacion_1610475?term=automatizacion&related_id=1610475>  Código de imagen: 124103\_i9 |
| Organización de contenedores | Automatiza la implementación, escalabilidad, administración y conexión en red de los contenedores. | <https://www.flaticon.es/icono-gratis/plan_7067992?term=implementacion&page=1&position=10&page=1&position=10&related_id=7067992&origin=search>  Código de imagen: 124103\_i10 |
| Gestión de la configuración | Protege los sistemas de información, *software* y servidores en buen estado y de forma uniforme. | <https://www.flaticon.es/icono-gratis/desarrollo-de-software_4739237?term=software&page=1&position=2&page=1&position=2&related_id=4739237&origin=search>  Código de imagen: 124103\_i11 |
| Gestión de las API | Distribuye, vigila y examina las Interfaces de Programación de Aplicaciones (API) que enlazan las aplicaciones, los datos empresariales y las nubes. | <https://www.flaticon.es/icono-gratis/red_6461693?term=distribuye&page=1&position=8&page=1&position=8&related_id=6461693&origin=search>  Código de imagen: 124103\_i12 |
| Gestión de riesgos | Identifica y evalúa los riesgos y crea planes para disminuirlos o controlarlos, así como para reducir sus posibles efectos. (Ohia, 2019, p. 82). | <https://www.flaticon.es/icono-gratis/riesgo_4501263?term=riesgos&page=1&position=1&page=1&position=1&related_id=4501263&origin=search>  Código de imagen: 124103\_i13 |

| Cuadro de texto |
| --- |
| Ya conoce acerca de la infraestructura tecnológica, es hora de acercarse a información sobre las plataformas digitales. |

* + 1. **Plataformas digitales**

| Cuadro de texto |
| --- |
| Jarne Muñoz (2019) afirma que, las plataformas digitales son sitios *web* que acumulan información de una empresa, y por medio de las cuales los clientes (usuarios) pueden ingresar a través de sus cuentas personales para ponerse en contacto con la misma. Estas se ejecutan por *software* o aplicaciones donde el contenido es realizable en sistemas operativos específicos, por ejemplo, aquellos con formatos audiovisuales, texto, imagen, infografía, simulaciones, etc.  Dentro de las mismas, el administrador gestiona y controla el contenido y crea sistemas de bases de datos que brinden al cliente el acceso a la información almacenada en ellas. Un ejemplo de esto son las plataformas digitales bancarias, las cuales permiten a sus usuarios acceder por medio de una contraseña para llevar a cabo acciones que le permitan administrar su dinero (hacer transferencias, pagar, revisar su estado, etc.), por medio de un sistema en el que se encuentra almacenada toda su información y que se encuentra configurado para que solo él tenga acceso a la misma. Es en este sentido que se puede afirmar que las mismas están construidas para brindarle a la gente la oportunidad de realizar muchas acciones que solucionarán sus necesidades. Por tal motivo, se han convertido en un medio de comunicación relevante para las marcas y empresas.  De acuerdo con su tipo, estas se pueden usar de muchas formas: para invertir, estar enterados de noticias, conocer sobre tendencias o tener contacto con las marcas, entre otras. En el sector turístico, las plataformas digitales brindan ingreso global a los clientes y permiten a los proveedores poder optimizar el desarrollo del turismo y sus esquemas de competitividad. Muchas microempresas se han beneficiado con los permanentes cambios digitales, porque a través de estos pueden estar en contacto con sus clientes, hacer promoción de sus bienes y servicios, y posicionarse en el mercado. |

| Cuadro de texto |
| --- |
| De acuerdo a lo anterior, a continuación, se verán las características de las plataformas digitales |

**Características de las plataformas digitales**

| Tipo de recurso | Slider Hitos/ Línea de tiempo horizontal | |
| --- | --- | --- |
| Introducción | Las plataformas digitales tienen un grupo de características que exponen su importancia hoy y a futuro: | |
| El valor | Entre más usuarios se unan a ella, más se incrementará su valor. | <https://www.flaticon.es/icono-gratis/grupo_3855332?term=valor&page=1&position=2&page=1&position=2&related_id=3855332&origin=search>  Código de imagen: 124103\_i14 |
| Crecimiento a bajo costo | Es poca la inversión que se le debe otorgar a la creación y mantenimiento de una plataforma; no obstante, tenerla ayuda a la empresa a crecer y a tener un mejor contacto con los clientes. | <https://www.flaticon.es/icono-gratis/creciente_1141830?term=crecimiento&related_id=1141830>  Código de imagen: 124103\_i15 |
| Alcance global | La demanda puede ser mundial, si así la empresa lo desea; para un negocio que mira a nivel global, esto cambia dramáticamente sus reglas de juego. | <https://www.flaticon.es/icono-gratis/alcance-social_1999360?term=alcance&page=1&position=6&page=1&position=6&related_id=1999360&origin=search>  Código de imagen: 124103\_i16 |
| Innovación disruptiva | Las plataformas pueden traer consigo cambios rotundos en la manera de ofrecer soluciones a los clientes, siempre de la mano de las nuevas tecnologías. | <https://www.flaticon.es/icono-gratis/innovacion_993515?term=innovacion&page=1&position=1&page=1&position=1&related_id=993515&origin=search>  Código de imagen: 124103\_i17 |
| Economías de alcance | Optimización en la prestación de los servicios cuando se ofrece más de uno, porque los costos de producción conjunta de estos son inferiores a los que implican por separado. | <https://www.flaticon.es/icono-gratis/pib_3310633?term=economia&page=1&position=4&page=1&position=4&related_id=3310633&origin=search>  Código de imagen: 124103\_i18 |
| Riqueza de datos | Se almacena información relevante, fundamentalmente para los clientes, lo que presume un gran activo porque son aptos para crear una mayor actividad económica. | <https://www.flaticon.es/icono-gratis/base-de-datos_3295411?term=datos&page=1&position=45&page=1&position=45&related_id=3295411&origin=search>  Código de imagen: 124103\_i19 |
| Son generadoras de contenidos y servicios | Congregan en distintos proveedores, servicios, aplicaciones, desarrolladores y contenidos. El valor puede crecer (en cantidad y en calidad) a medida que incrementa la oferta. | <https://www.flaticon.es/icono-gratis/contenido_2503644?term=contenido&page=1&position=4&page=1&position=4&related_id=2503644&origin=search>  Código de imagen: 124103\_i20 |
| Puede ser de pago | Se puede cobrar por el ingreso al tener en mano los contenidos compartidos (suscripción a los periódicos, por ejemplo). Existen varios modelos con pago por contenidos, suscripciones, licencias, micropagos por contenidos asociados a equipos y apoyos, etc. | <https://www.flaticon.es/icono-gratis/pago-en-efectivo_2331941?term=pago&page=1&position=7&page=1&position=7&related_id=2331941&origin=search>  Código de imagen: 124103\_i21 |

| Cuadro de texto |
| --- |
| Estas características deben entregar a los clientes beneficios, de tal forma que se logre una amplificación y retroalimentación de la plataforma por su relevancia y utilidad (Jarne Muñoz, 2019, p. 34). |

| Cuadro de texto |
| --- |
| Ya se vieron las características, es hora de acercarse a los tipos de las plataformas digitales. |

**Tipos de plataformas digitales**

| Tipo de recurso | Acordeón tipo 1 |
| --- | --- |
| Introducción | Álvarez Sotomayor (2020) afirma que hay una gran cantidad de tipos de plataformas digitales y que con cada dificultad se puede crear un tipo distinto (s.p.). Las plataformas digitales admiten la creación de complicadas estrategias con un equipo de trabajo pequeño, además, también facilitan enfocarse en la estrategia y no en la operatividad. Algunas son: |
| Nota: Al tocar en cada tipo de plataforma debe aparecer su información. <https://www.canva.com/design/DAFOAZFf-dY/ScYy_WlPBuCa-w7K8OiQqw/edit?utm_content=DAFOAZFf-dY&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton>  Código de imagen: 124103\_i22 | |
| Plataformas educativas  Se centran en la educación virtual y pretenden simular las experiencias de aprendizaje presenciales. Un LMS, *Learning Management System,* es un sistema de gestión del aprendizaje en el que una plataforma es usada por un centro educativo para la gestión de todas las actividades relacionadas. Su objetivo más importante es brindar información útil y herramientas para el aprendizaje y el análisis. | |
| Plataformas de comercio electrónico  Se centran en la compra y venta de bienes y servicios sin salir del hogar o los límites geográficos. Su creación demanda mucho trabajo. Se deben procesar las compras, interactuar con el público objetivo y gestionar el inventario. El paso inicial es la elección de la plataforma digital de venta que se adapte mejor a la empresa, esto ayuda a la construcción de una estrategia de *marketing* consistente, la realización de un atractivo diseño *web*, la mejora en la experiencia de compra del público objetivo y la gestión de los procesos en las compras y el inventario. | |
| Plataformas sociales  Se enfocan en la publicación de contenidos y dependen de los intereses de cada plataforma para lograr las interacciones sociales. Gracias a ellas los miembros tienen conexión para mantener relaciones en internet con empresas, familiares, amigos o conocidos. | |
| Plataformas audiovisuales  Se dedican a publicar contenidos con formatos de video y audio. | |
| Plataformas de imágenes  Se centra en compartir colecciones de imágenes, que pueden ser gratuitas o pagadas. En el caso de los bancos de imágenes gratuitos, dan la opción a los clientes de hacer un pago por su uso. | |
| Plataformas bancarias  Se especializan en compartir información de los bancos, sus bienes y servicios, medios de atención y acceso a las cuentas individuales de cada cliente. | |
| Plataformas especializadas  Se enfocan en la satisfacción de necesidades de un grupo de individuos. Pueden ser creadas para la ayuda colaborativa de todo tipo de tareas (matemáticas, idiomas, *marketing* digital, gramática, etc.). En esta área son bastante usuales las plataformas de automatización de estrategias para mercadeo. | |
| Plataformas de pago  Su objetivo es trabajar como administradores económicos, por medio de los cuales se pueda pagar o recibir un pago. | |
| Plataformas de noticias  Se centran en compartir noticias de actualidad especializadas, como es el caso de los periódicos. | |
| Plataformas de juegos  Se especializan en jugadores digitales que tienen la posibilidad de hacerlo de manera individual o con otros (multiplataforma). | |
| Plataformas de localización  Se centran en prestar una ayuda para encontrar direcciones en cualquier lugar del mundo. | |

| Cuadro de texto |
| --- |
| En cuanto al objetivo de las plataformas digitales, observe la siguiente infografía. |

**Objetivos de las plataformas digitales**

| Tipo de recurso | Infografía estática |
| --- | --- |
| Texto introductorio | De Castro Torrecilla (2020) afirma que la creación de una estrategia de mercadeo digital involucra un conjunto de detalles que deben ser realizados y acompañados de forma constante, con el fin de incrementar la presencia online de la marca (p. 32). Con el uso de las plataformas digitales, este proceso es más fácil y económico de realizar, porque estas permiten el desarrollo de estrategias creativas con un equipo de trabajo pequeño. Por otro lado, posibilitan la concentración en la estrategia y no en las tareas operativas. |
| <https://www.canva.com/design/DAFQPnZ4iRI/lHYmRncac9cneUCIrZrUuQ/edit?utm_content=DAFQPnZ4iRI&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton> | |
| Código de la imagen | 124103\_i23 |

| Cuadro de texto |
| --- |
| Encontrará a continuación las ventajas de las plataformas digitales. |

**Ventajas**

| Tipo de recurso | Slider Imagen | |
| --- | --- | --- |
| Introducción | Desarrollar una estrategia de mercadeo digital con la presencia de una plataforma virtual es una tarea que se hace cada vez más fácil. El uso de plataformas digitales genera menos gastos y mejores resultados, es más ágil e interactivo, por lo que a su vez aumenta la retroalimentación. Además de esto, las plataformas digitales traen consigo una buena cantidad de ventajas para cualquier estrategia de mercadeo. A continuación, se detallan algunas de ellas: | |
| Ahorran tiempo.  La automatización disminuye el trabajo y el tiempo. | | <https://www.freepik.es/vector-gratis/fondo-tiempo-es-dinero_983606.htm#query=ahorrar%20tiempo&position=1&from_view=search&track=sph>  Imagen: 124103\_i24 |
| Permiten trabajar con un equipo pequeño.  No se necesita tener muchas personas porque las plataformas y la automatización pueden ejecutar muchas labores simultáneamente. | | <https://www.freepik.es/foto-gratis/grupo-personas-trabajando-plan-negocios-oficina_5495105.htm#query=trabajar%20en%20equipo&from_query=trabajr%20en%20equipo&position=0&from_view=search&track=sph>  Imagen: 124103\_i25 |
| Fácil medición del desempeño.  Hoy en día se muestran los resultados al instante. Por lo que es importante hacer el análisis oportuno con frecuencia para poder direccionar las próximas fases de la estrategia. | | <https://www.freepik.es/foto-gratis/empresarios-que-trabajan-finanzas-contabilidad-analizan-financi_16068554.htm#query=medici%C3%B3n&position=0&from_view=search&track=sph>  Imagen: 124103\_i26 |
| Variedad.  Hay diversidad de plataformas que pueden ser seleccionadas según el contexto y las necesidades de la empresa. | | <https://www.freepik.es/foto-gratis/diversas-manos-tocando-papel-blanco_13463057.htm#query=variedad&position=10&from_view=search&track=sph>  Imagen: 124103\_i27 |
| Disminución del margen de error.  Con el uso de plataformas digitales y la automatización se puede reducir el margen de error, siempre y cuando su administración sea la adecuada. | | <https://www.freepik.es/vector-gratis/descenso-mercado-valores-caida-flecha-roja-que-cae_24243587.htm#query=disminucion&position=14&from_view=search&track=sph>  Imagen: 124103\_i28 |
| No se necesita ser experto en informática.  En la actualidad, las plataformas digitales son muy intuitivas, por lo tanto no se requiere saber mucho para comenzar a usarlas, más que una simple introducción inicial. | | <https://www.freepik.es/foto-gratis/feliz-mujer-profesional-gafas-traje-sosteniendo-tableta-haciendo-gesto-ganador-mientras-dos-hombres-negocios-trabajan-detras-pared-vidrio-copie-espacio-concepto-comunicacion_12615896.htm#query=experto&position=0&from_view=search&track=sph>  Imagen: 124103\_i29 |
| Económicas.  Hay plataformas de pago y también gratis. En la mayoría de los casos, sus beneficios superan de gran manera los costos de adquisición. (Castro Torrecilla, p. 29). | | <https://www.freepik.es/fotos-premium/joven-mujer-hispana-bonita-alcancia_5779291.htm#query=barato&position=8&from_view=search&track=sph>  Imagen: 124103\_i30 |

**Gestión de plataformas digitales**

| Cuadro de texto |
| --- |
| En cuanto a la gestión de plataformas digitales, antes de crear una plataforma digital se necesita reflexionar sobre lo relacionado al modelo de negocio y la idoneidad empresarial para lograrlo. Es preciso tener en cuenta las claves para crear una plataforma digital que sea coherente con el contexto empresarial.  Gestión de plataformas digitales.  Para ampliar la información sobre la gestión de las plataformas digitales, por favor revise el contenido dispuesto en el Anexo 1 . Gestión de plataformas digitales. |

| Cuadro de texto |
| --- |
| De acuerdo a lo anterior, es hora de hablar de la comunicación visual. |

**3. Comunicación visual para medios digitales**

| Tipo de recurso | Slider Imagen | |
| --- | --- | --- |
| Introducción | Según París (2019), la comunicación visual puede servir para hipnotizar, atraer y convencer a un cliente. Y para lograrlo, se vale de imágenes, colores, fotos, gráficos y todo tipo de elementos visuales. Sin estos elementos, la publicidad, el diseño y el *marketing* pierden todo su potencial (p. 12). La comunicación visual ayuda a fortalecer la forma en que la marca se comunica con los clientes. | |
| La transmisión de un mensaje es una tarea propia de varias áreas que tienen que ver con la comunicación, entre ellas el diseño gráfico y la publicidad. Si bien estas profesiones se encargan de transferir los mensajes únicamente visuales, no significa que también sean los emisores originales del mensaje; ambos, como creativos, son conductores para que este cumpla con sus objetivos. El creativo, entonces, es un intérprete que los conforma a partir de una marca para que lleguen a un público objetivo. | | <https://www.freepik.es/fotos-premium/equipo-disenadores-graficos-que-trabajan-computadora-officeideas-creative-occupation-design-studio-lugar-trabajo-artista-vista-superior_3965821.htm#query=dise%C3%B1o%20grafico&position=14&from_view=search>  Código de imagen: 124103\_i31 |
| Las entidades de comunicación visual, como, por ejemplo, las agencias publicitarias o los talleres de diseño gráfico, nacen con el fin de suplir la necesidad de transferir un mensaje determinado y no ambiguo para un público explícito. El texto es de vital importancia, por lo que, si se le presta mucha atención solo al diseño, no logrará cumplir con su principal función como entidad de comunicación visual y hará que el mensaje no sea el protagonista, pasando a un segundo plano. Incluso se puede llegar a tener tanta originalidad en el concepto, que puede ser nocivo para la marca, porque se le puede poner demasiada atención a su creación, dejando de lado la información que se quiere dejar al cliente objetivo. | | <https://www.freepik.es/foto-gratis/programadoras-web-estilo-hablando-sobre-trabajo-mientras-pasan-tiempo-oficina-retrato-interior-mujer-africana-auriculares-trabajador-asiatico-usando-computadoras_10483901.htm#query=agencias%20publicitarias&position=19&from_view=search>  Código de imagen: 124103\_i32 |
| Es por esto que, desde la teoría, los conceptos deben ser claros, simples y fáciles de comprender. Para concebir al diseño de la comunicación visual, se debe pensar más en la función de las acciones que va a provocar el discurso con el cual el público objetivo va a interactuar, convenciéndolos para que realicen alguna acción de compra o que cambien alguna percepción o forma de pensar con respecto a la marca. Las siguientes figuras son ejemplos de anuncios con conceptos claros, y a la vez, impactantes: | | <https://www.freepik.es/foto-gratis/cerebro-escribe-tiza-blanca-mano-dibuja-concepto_6170400.htm#query=conceptos%20claros&position=0&from_view=search>  Código de imagen: 124103\_i33 |
| Anuncio publicitario McDonald's - Large Coffe (Café largo).  Presenta la información de una manera clara y concisa, por medio de un juego visual. | | <https://www.sabatebarcelona.com/blog/anuncios-impresos-publicidad-carteles-vallas-publicitarias-branding/>  Código de imagen: 124103\_i34 |
| Anuncio publicitario Faber-Castell ‘colores verdaderos’.  Muestra el poder de sus colores haciendo un ensamble entre el producto y la ilustración de forma creativa y simple. | | <https://www.sabatebarcelona.com/blog/anuncios-impresos-publicidad-carteles-vallas-publicitarias-branding/>  Código de imagen: 124103\_i35 |
| Anuncio publicitario Toyota “FJ Cruiser 4×4”.  Muestra la potencia de la camioneta de manera exagerada, pero, a la vez, clara y sin necesidad de adornos o demasiados textos. | | <https://www.sabatebarcelona.com/blog/anuncios-impresos-publicidad-carteles-vallas-publicitarias-branding/>  Código de imagen: 124103\_i36 |

| Cuadro de texto |
| --- |
| Para ampliar la información descrita anteriormente, es hora de ver los elementos de la comunicación visual. |

**Elementos de la comunicación visual**

| Tipo de recurso | Acordeón tipo 1 |
| --- | --- |
| Introducción | Desde el concepto de la comunicación visual se incluyen diferentes componentes básicos para lograr conformar un mensaje de una manera oportuna y eficiente. Algunos de ellos son: |
| <https://www.canva.com/design/DAFOFWWdTno/XY0i0wjS_eebwN5gExJRIw/edit?utm_content=DAFOFWWdTno&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton>  Código de imagen: 124103\_i37 | |
| El punto  Es la unidad básica, la más simple dentro del concepto de la comunicación visual. | |
| La línea    También conocida como ‘punto en movimiento’. | |
| La dimensión  Simboliza el volumen de los elementos. | |
| El contorno  Tiene que ver con el grosor de la línea. | |
| La textura  Simboliza lo táctil. Normalmente, sirve de fondo en las diferentes piezas gráficas. | |
| Las figuras  Se refiere a las formas geométricas, como el cuadrado, círculo, triángulo, polígono, rectángulo, etc. | |
| El trazo  Tiene que ver con el aspecto caligráfico y los efectos que se le pueden dar a las líneas y su contorno. | |
| Los colores  Signos monocromáticos. Sirven para connotar sensaciones. | |

| Cuadro de texto |
| --- |
| Cuando se piensa en comunicación visual, se puede creer que se trata de un diseño con gráficos para volantes, anuncios, afiches e incluso, para redes sociales. Sin embargo, la comunicación visual tiene muchos tipos de contenidos en los que juega un rol muy importante. El siguiente video mostrará los tipos de comunicación visual que suelen usarse al interior de las empresas. |

**Tipos de contenidos**

| Tipo de recurso | Video spot animado | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| NOTA | La totalidad del texto locutado para el video debe tener mínimo 490 y máximo 510 palabras | | | |
| Título | Tipos de comunicación visual usadas al interior de las empresas | | | |
| Escena | Imagen | Sonido | Narración (voz en off) | Texto |
| 1 | Infografías    <https://www.canva.com/design/DAFOGEM1dKM/dHUuE-Row-RcnsE4x-N7sQ/edit?utm_content=DAFOGEM1dKM&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton> | Música de fondo | Los siguientes son algunos ejemplos de tipos de comunicación visual en las empresas:  Infografías. Es una colección de imágenes, datos, líneas de tiempo, gráficos (barra, columnas, línea, circulares, etc.) y texto simple (minimalista) que sintetiza un tema, de tal forma que pueda ser comprendido claramente. Representan una herramienta de mucho valor porque brindan la información con muy poco texto y con un gran impacto visual. | Infografías |
| 2 | Diagramas de proceso    <https://venngage-wordpress-es.s3.amazonaws.com/uploads/2020/11/Co%CC%81mo-Elaborar-un-Diagrama-de-Procesos-Plantillas-para-Diagrama-de-Procesos.png> | Música de fondo | Diagramas de proceso. Sirven para representar gráficamente los más importantes procesos que se llevan a cabo en una compañía o en un proyecto, mostrando un orden con sus respectivas interrelaciones. Expone la secuencia e interacción de las actividades de los procesos a través de formas gráficas, con el fin de ayudar a su comprensión de una forma más visual e intuitiva. | Diagramas de proceso |
| 3 | Diagramas de flujo    <https://como-funciona.co/wp-content/uploads/2022/07/Como-funciona-un-diagrama-de-flujo.webp> | Música de fondo | Diagramas de flujo. Representa de manera gráfica un algoritmo o un proceso, a través de una serie de etapas organizadas y emparentadas que admiten su estudio como un todo. Utiliza una serie específica de figuras geométricas que conforman cada fase puntual del proceso que se está estudiando. Tienen como objetivo mostrar la dirección del flujo, estableciendo el recorrido del proceso. | Diagramas de flujo |
| 4 | Hojas de ruta    <https://www.questionpro.com/blog/wp-content/uploads/2021/08/Portada-hoja-de-ruta.jpg> | Música de fondo | Hojas de ruta. Es un documento en el que se detallan las operaciones y etapas que se necesitan para lograr los objetivos marcados por una empresa. Detalla los contenidos de una forma rápida, gráfica y esquemática, detallando los plazos y los recursos que se necesitan para una mejor operatividad. Se recomienda que sea lo primero que se debe crear cuando se comienza un proyecto. Con una hoja de ruta como punto de partida, se pueden organizar otros documentos que ayuden en la planificación del proyecto, como, por ejemplo, un diagrama de proceso o el mismo cronograma. | Hojas de ruta |
| 5 | Tablas y gráficas    <https://i.ytimg.com/vi/3M6qBgnH1pc/hqdefault.jpg> | Música de fondo | Tablas y gráficas. Simbolizan y demuestran información originaria de distintas fuentes, de manera clara, precisa y ordenada. Casi todos los tipos de información pueden ser organizados en una tabla de datos, usando cualquier tipo de gráficos como, por ejemplo, barra, línea, torta o por sectores. El uso de estos gráficos depende del contexto de la información. | Tablas y gráficas |
| 6 | Informes visuales    <https://visme.co/blog/wp-content/uploads/2019/12/header-1200-9.jpg> | Música de fondo | Informes visuales. Permiten exponer datos de un proyecto a manera de tabla dinámica. Hay herramientas que brindan la posibilidad de poderlos diseñar, desde programas especializados, como Coreldraw, Illustrator, Word o Excel, hasta plantillas digitales en la web que ya poseen un diseño y que, además, se pueden personalizar. | Informes visuales |
| 7 | Presentaciones    <https://weeblebooks.com/wp-content/uploads/2020/04/presentaciones.jpg> | Música de fondo | Presentaciones. Es un documento que exhibe datos de una forma atractiva e impactante. El diseño de una buena presentación es vital porque puede usar los 5 sentidos que posee el ser humano, haciendo más interesante la presentación. Se dice que el hombre recuerda el 80 % de lo que ve, el 20 % de lo que lee y el 10 % de lo que oye. | Presentaciones |
| 8 | Mapas mentales.    <https://static-cse.canva.com/blob/197409/Mapa-Mental-paso-2.jpg> | Música de fondo | Mapas mentales. Diagrama que materializa conceptos que se relacionan entre sí, porque empiezan con un tema principal o una palabra clave. El tema principal debe estar ubicado en el centro, y de él se propagan a su alrededor los conceptos relacionados. Los mapas mentales son muy útiles para lluvias de ideas y para organizar información de manera espontánea. | Mapas mentales. |
| Nombre del archivo | | 124103\_v2 | | |
|  | |  | | |

| Cuadro de texto |
| --- |
| Ahora bien, también existen tipos de comunicación visual que las empresas pueden emplear para llevar información al cliente potencial. A continuación, algunos ejemplos: |

| Tipo de recurso | Slider Hitos/ Línea de tiempo horizontal | |
| --- | --- | --- |
| Volantes comerciales y revistas. | Los *flyers*, las revistas y los folletos comerciales también están llenos de imágenes que motivan al cliente a una acción de compra, bien sea de un producto o servicio. | <https://tarjetasdepresentacionbogota.co/wp-content/uploads/2020/02/flyer_CONJUNTO2.jpg>  Código de imagen: 124103\_i38 |
| Fotografías | Sirven para mostrar escenarios, rostros, bienes, servicios, comidas y paisajes, entre muchas cosas más, de una manera llamativa e impactante. | <https://plustatic.com/6745/conversions/tipos-fotografias-default.jpg>  Código de imagen: 124103\_i39 |
| Vallas publicitarias. | Sirven de apoyo a una campaña publicitaria, porque su objetivo es recordar una marca o sus productos y/o servicios. Se sugiere que tenga poco texto y una gran imagen que impacte al espectador. Su ubicación, por lo general, se da en vías públicas donde hay tránsito vehicular. | <https://www.barranquilla.gov.co/wp-content/uploads/2021/01/valla-publicidad.jpeg>  Código de imagen: 124103\_i40 |
| Películas, documentales y comerciales | Entra en juego el séptimo arte y todas sus manifestaciones, como documentales, cortometrajes y comerciales de televisión. El uso de los audiovisuales impacta mucho porque integra imágenes en movimiento con audio, a través de una narrativa, posibilitando la transmisión de un mensaje de forma seductora y llamativa. En la actualidad se pueden editar este tipo de videos para ser compartidos en redes sociales, de manera que su contenido sea viralizado por los mismos clientes. (París, 2019, p. 253). | <https://images.squarespace-cdn.com/content/v1/5de6b88b8ec727201d648eaa/1584187813706-MFE899VDZD8ZKUK0ZZZ9/image-asset.jpeg>  Código de imagen: 124103\_i41 |

**3.3 El mensaje comunicacional**

| Cuadro de texto |
| --- |
| En cuanto al mensaje comunicacional, este es el proceso de la comunicación en el cual se realiza un intercambio de ideas y contenidos, que comienza desde un emisor hasta un receptor, y que luego se convierte, como mínimo, en una comunicación bidireccional.  Mensaje comunicacional  Para ampliar información, revise el contenido dispuesto en el Anexo 2, en el cual se detallan los principales elementos que intervienen en el proceso comunicacional. |

**Semiótica**

| Cuadro de texto |
| --- |
| Por último, frente a la semiótica, Yalán Dongo (2019) expresa que la disciplina de la semiótica, que también se puede conocer como semiología o teoría de los signos, es el estudio de cómo se usan los signos para la creación y transmisión de sentidos y significados cuando existe una comunicación (p. 2). Se trata de una teoría que ha tenido consecuencias importantes en áreas como las ciencias humanas y sociales, porque ayuda a entender de manera profunda las interacciones que se establecen, así como también algunos elementos de los contextos donde se desarrolla la sociedad.  Semiótica  Para ampliar información, revise el contenido dispuesto en el Anexo 3, donde se muestra el concepto de la semiótica de imagen con ejemplos. |

| Cuadro de texto |
| --- |
| Para un estudio completo de este y los demás temas abordados en este componente formativo, recuerde explorar todos los recursos disponibles en el menú principal, tales como material complementario, actividad didáctica y glosario, entre otros. |

**SÍNTESIS**

| Tipo de recurso | Síntesis |
| --- | --- |
| Nombre del programa de formación: Gestión de mercados de productos turísticos.  Síntesis: Gestión de plataformas digitales | |
| Introducción | Estimado aprendiz, se le invita a ver el mapa conceptual donde encontrará una síntesis de todos los elementos desarrollados en este componente formativo. |
| Nota: Fuente. Elaboración propia del experto.  Código de imagen: 124103\_i42 | |

| ~~Cuadro de texto~~ |
| --- |
| ~~No olvide desarrollar la actividad interactiva que le permitirá conocer lo aprendido durante el desarrollo de este componente formativo.~~ |

**ACTIVIDAD DIDÁCTICA**

| Tipo de recurso | Actividad didáctica. Verdadero y falso | |
| --- | --- | --- |
| El objetivo de esta actividad es evaluar el nivel de interiorización de los temas por parte de los aprendices. Seleccione, según su parecer, si los enunciados a continuación son verdaderos o falsos. | | <https://www.freepik.es/vector-gratis/manos-sosteniendo-carteles-cruz-marca-verificacion-incorrecto-correcto-cancelar-o-aprobar-voto-ilustracion-vectorial-plana-persona-examen-encuesta-concepto-respuesta-banner-diseno-sitio-web-o-pagina-web-inicio_27572576.htm#query=verdadero%20o%20falso&position=4&from_view=search&track=sph>  Código de imagen: 124103\_i43 |
| El *hardware* tiene que ver con servidores, computadores, centros de datos, conmutadores, enrutadores y demás equipos. También con las instalaciones que albergan y enfrían los centros de datos o las que se encargan de proporcionar energía.  Retroalimentación:  Correcto: Excelente, felicitaciones.  Incorrecto: ¡Ups! Inténtelo nuevamente. | | <https://www.freepik.es/vector-gratis/concepto-isometrico-placa-circuito_4027496.htm#query=hardware&position=0&from_view=search&track=sph>  Código de imagen: 124103\_i44 |
| Verdadero | | Falso |
| El *software* tiene que ver con las aplicaciones que usa el negocio, como, por ejemplo, sistemas de gestión de contenido, los servidores web y el sistema operativo.  Retroalimentación:  Correcto: Excelente, felicitaciones.  Incorrecto: ¡Ups! Inténtelo nuevamente. | | <https://www.freepik.es/foto-gratis/coding-man_5633683.htm#query=software&position=0&from_view=search&track=sph>  Código de imagen: 124103\_i45 |
| Verdadero | | Falso |
| La infraestructura tradicional suele considerarse costosa y requiere de una gran cantidad de sistemas de *hardware* (conmutadores, enrutadores, servidores), además de energía eléctrica y espacio físico.  Retroalimentación:  Correcto: Excelente, felicitaciones.  Incorrecto: ¡Ups! Inténtelo nuevamente. | | <https://www.freepik.es/vector-gratis/composicion-isometrica-servicios-nube-grandes-elementos-infraestructura-computacion-nube-conectados-lineas-discontinuas-ilustracion-vectorial_7199787.htm#query=infraestructura&position=4&from_view=search&track=sph>  Código de imagen: 124103\_i46 |
| Verdadero | | Falso |
| En la gestión de la infraestructura tecnológica, un elemento vital y estratégico de la renovación y la evolución digital es la automatización.  Retroalimentación:  Correcto: Excelente, felicitaciones.  Incorrecto: ¡Ups! Inténtelo nuevamente. | | <https://www.freepik.es/fotos-premium/tecnologia-informatica-nube-almacenamiento-datos-linea-concepto-red-empresarial_8877815.htm#query=infraestructura%20tecnologica&position=1&from_view=search&track=sph>  Código de imagen: 124103\_i47 |
| Verdadero | | Falso |
| Mientras más usuarios posea una plataforma digital, más alto será su valor.  Retroalimentación:  Correcto: Excelente, felicitaciones.  Incorrecto: ¡Ups! Inténtelo nuevamente. | | <https://www.freepik.es/vector-gratis/sigueme-diseno-tematica-social-empresarial_4965791.htm#query=usuarios&position=0&from_view=search&track=sph>  Código de imagen: 124103\_i48 |
| Verdadero | | Falso |
| Gracias a las plataformas de comercio electrónico, los miembros tienen conexión para mantener relaciones en internet con empresas, familiares, amigos o conocidos.  Retroalimentación:  Correcto: Excelente, felicitaciones.  Incorrecto: ¡Ups! Inténtelo nuevamente. | | <https://www.freepik.es/foto-gratis/persona-agregando-ropa-al-carro-cerca-campana-compras-linea_13463454.htm#query=e%20commerce&position=7&from_view=search&track=sph>  Código de imagen: 124103\_i49 |
| Verdadero | | Falso |
| Las plataformas sociales son las que se centran en la compra y venta de bienes y servicios, sin salir del hogar o límites geográficos.  Retroalimentación:  Correcto: Excelente, felicitaciones.  Incorrecto: ¡Ups! Inténtelo nuevamente. | | <https://www.freepik.es/vector-gratis/ilustracion-concepto-foto-perfil_6170381.htm#query=plataformas%20sociale&position=3&from_view=search&track=sph>  Código de imagen: 124103\_i50 |
| Verdadero | | Falso |
| El *deep learning* es una tecnología del aprendizaje automático muy importante en la actualidad, que tiene que ver con el uso de algoritmos que pueden remedar las operaciones del cerebro del ser humano a través de redes neuronales artificiales.  Retroalimentación:  Correcto: Excelente, felicitaciones.  Incorrecto: ¡Ups! Inténtelo nuevamente. | | <https://www.freepik.es/fotos-premium/retrato-3d-hombre-efecto-falla-estilo-cyberpunk-imagen-conceptual-inteligencia-artificial-realidad-virtual-sistemas-aprendizaje-profundo-reconocimiento-facial_31873406.htm#query=deep%20learning&position=7&from_view=search&track=sph>  Código de imagen: 124103\_i51 |
| Verdadero | | Falso |
| El *cross selling* o ‘venta cruzada’ es una táctica del mercadeo a través de la cual una marca incentiva la venta de productos (bienes o servicios) que tienen las mismas características y satisfacen las mismas necesidades, con el objetivo de tener mayor rentabilidad.  Retroalimentación:  Correcto: Excelente, felicitaciones.  Incorrecto: ¡Ups! Inténtelo nuevamente. | | <https://stock.adobe.com/co/images/id/289737409?as_audience=idp&as_campaign=Freepik&get_facets=1&order=relevance&safe_search=1&as_content=api&k=cross%20selling&filterscontent_typezip_vector=1&filterscontent_typephoto=1&as_camptype=test-density-b&tduid=7fdf06a2e78eaa814a0d2ce07b4ae4c7&as_channel=affiliate&as_campclass=redirect&as_source=arvato>  Código de imagen: 124103\_i52 |
| Verdadero | | Falso |
| La semiótica es el estudio de cómo se usan los signos para la creación y transmisión de sentidos y significados, cuando existe una comunicación.  Retroalimentación:  Correcto: Excelente, felicitaciones.  Incorrecto: ¡Ups! Fallaste. Inténtalo nuevamente. | | <https://www.freepik.es/vector-gratis/conjunto-iconos-dibujados-mano_979925.htm#query=simbolos&from_query=semiotica&position=14&from_view=search&track=sph>  Código de imagen: 124103\_i53 |
| Verdadero | | Falso |

| Cuadro de texto |
| --- |
| Realimentación general positiva  Muy bien, demostró conocimientos sobre el tema de este componente formativo. Siga así, al finalizar el programa podrá alcanzar todas las competencias que lo acreditan como Técnico en Gestión de Mercados de Productos Turísticos.  Realimentación general negativa  Aún no ha logrado superar esta evaluación, lo invitamos a hacer una revisión del material de estudio con mayor profundidad. |

| ~~Cuadro de texto~~ |
| --- |
| ~~Se sugiere el siguiente material complementario para profundizar en algunos temas que serán importantes a lo largo de este programa de formación~~ |

**MATERIAL COMPLEMENTARIO**

| Tipo de recurso | Material complementario | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Tema | Referencia APA del material | tipo | Enlace |
| Infraestructura tecnológica | Acosta, R., Miquilena, E. y Riveros, V. (2014). *La infraestructura de las tecnologías de la información y comunicación como mediadoras y el aprendizaje de la biología.* Telos*.* 16(1) p. 11-30 <https://www.redalyc.org/pdf/993/99330402008.pdf> | Artículo | <https://www.redalyc.org/pdf/993/99330402008.pdf> |
| Plataformas digitales | Negocios en tu mundo (2022) *¿Cuál es la importancia de las plataformas digitales para el turismo?* [video] <https://www.youtube.com/watch?v=qrrkfeRyt84> | Video | <https://www.youtube.com/watch?v=qrrkfeRyt84> |
| Comunicación visual | Montes Vozmediano, M. & Vizcaíno-Laorga, R. (2015). 3. Componentes básicos de la comunicación visual. En *Diseño gráfico publicitario. Principios fundamentales para el análisis y elaboración de mensajes visuales.*  (p. 42- 59) Publisher: OMM Press | Capítulo de libro | <https://www.researchgate.net/publication/335960976_Componentes_basicos_de_la_comunicacion_visual> |
| Semiótica | Negocios en tu mundo (2020) *¿Qué es la Semiótica de la Imagen?* [video]  <https://www.youtube.com/watch?v=qrrkfeRyt84> | Video | <https://www.youtube.com/watch?v=qrrkfeRyt84> |

| ~~Cuadro de texto~~ |
| --- |

GLOSARIO

| Tipo de recurso | Glosario |
| --- | --- |
| *Cross selling* | la ‘venta cruzada’ (término en español) es una táctica del mercadeo a través de la cual una marca incentiva la venta de productos (bienes o servicios) complementarios a los que busca el cliente habitual, con el fin de incrementar los ingresos de la empresa. |
| *Deep learning* | es una tecnología del aprendizaje automático muy importante en la actualidad, que tiene que ver con el uso de algoritmos que pueden remedar las operaciones del cerebro del ser humano a través de redes neuronales artificiales. |
| *Hardware* | es el soporte físico o equipamiento informático que tiene que ver con los elementos físicos y tangibles de un sistema informático, como, por ejemplo, los componentes electrónicos, eléctricos, mecánicos y electromecánicos. |
| Infraestructura tecnológica | se encarga de agrupar y organizar el grupo de aparatos tecnológicos que conforman cualquier proyecto, aguantan las operaciones empresariales o las respaldan. |
| Lenguaje bimedia | lenguaje que hace parte de la comunicación visual y que tiene importancia gráfica sobre las imágenes y el texto, presentando una gran cantidad de alternativas y composiciones. |
| Plataforma digital | es un lugar en la *web*, portal o ciberespacio, que se usa para el almacenamiento de distintos tipos de información a nivel empresarial o personal. |
| *Retargeting* | es una técnica del mercadeo digital que tiene como finalidad el impacto a los clientes que han tenido una interacción con la marca de manera previa, para luego poderles recordar que está a su alcance a través de una promoción interesante que los puede inducir a una acción de compra. |
| Semiótica | es el estudio de los signos o símbolos y la manera en que el ser humano los puede crear. Se entiende como ‘signo’ cualquier elemento que pueda comunicar un mensaje que sea interpretado por el receptor. |
| *Software* | grupo de programas instalados en un computador que permiten la realización de tareas específicas. |
| Tecnología de la información | es la aplicación de computadores y dispositivos de telecomunicaciones que sirven para el almacenamiento, recuperación, transmisión y manipulación de datos de manera permanente, usado en el contexto empresarial. |

| ~~Cuadro de texto~~ |
| --- |
| ~~No olvide revisar los referentes bibliográficos.~~ |

**REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS**

| Tipo de recurso | Bibliografía |
| --- | --- |
| Libro | Álvarez de Sotomayor, S. F. (2020). *Plataformas digitales en los alquileres vacacionales*. Madrid: Reus Editorial. |
| Libro | De Castro Torrecilla, J. (2020). *Plataformas digitales en el turismo y su implicación en la transformación del marketing del sector. Segovia: Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación*. Universidad de Valladolid. |
| Libro | Jarne Muñoz, P. (2019). *Economía colaborativa y plataformas digitales.* Madrid: Editorial Reus. |
| Libro | Ohia, N. (2019). *Auditando Tus Sistemas de Información E Infraestructura de Ti.* Amazon Digital Services. |
| Libro | París, J. A. (2019). Comunicación esencial. *El paradigma del marketing esencial aplicado al diseño y comunicación visual.* Bogotá: Editorial Nobuko. |
| Libro | Yalán Dongo, E. (2019). *Semiótica Del Consumo: Una Aproximación a La Publicidad Desde Sus Signos.* Bogotá: Ediciones De La U |