



PLAN FORMATIVO	ADMINISTRACIÓN DE REDES SOCIALES
CÓDIGO PLAN FORMATIVO	PF0549
SECTOR	INFORMACIÓN Y COMUNICACIONES
SUB SECTOR	TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN
AREA	Computación e informática
SUB AREA	Software
ESPECIALIDAD	Manejo de redes sociales
PERFILES ASOCIADOS	SIN PERFIL DE CHILEVALORA ASOCIADO
NIVEL CUALIFICACION	Nivel 4
MODALIDAD PRESENCIAL / NO PRESENCIAL (ONLINE)	E-LEARNING, TODOS LOS MÓDULOS SON ADAPTABLES A MODALIDAD ONLINE.
DESCRIPCIÓN DE LA OCUPACIÓN Y CAMPO LABORAL ASOCIADO	El Community Manager es el encargado de mantener la imagen del cliente en los canales virtuales definidos para comunicarse con los clientes, adicionalmente podrá generar contenidos para los medios digitales. El Community Manager podrá desempeñarse en cualquier tipo de empresa pública o privada que esté presente en internet y deba gestionar su marca.
VERSIÓN N°	6
N° RESOLUCIÓN	2294
FECHA DE RESOLUCIÓN	21-04-2021

REQUISITOS OTEC	Sin requisitos especiales.
INSTRUMENTO HABILITANTE PARTICIPANTE	Sin Instrumento habilitante.

REQUISITOS DE INGRESO AL PLAN FORMATIVO	Educación Media Completa.
COMPETENCIA DEL PLAN FORMATIVO	Administrar y generar contenidos para una comunidad virtual, proponiendo una estrategia de publicación de contenidos atractivos visual y comercialmente utilizando conceptos de marketing digital, de acuerdo a los requerimientos definidos por el cliente.

EL CONTENIDO DE ESTE DOCUMENTO NO PUEDE SER MODIFICADO SIN LA AUTORIZACIÓN DE SENCE



NÚMERO DE MÓDULOS	NOMBRE DEL MÓDULO	HORAS DE DURACIÓN
Módulo N°1	PUBLICACIÓN DEL CONTENIDO DE LA INFORMACIÓN	40,00
Módulo N°2	DISEÑO DE UNA PROPUESTA GRÁFICA DE PUBLICACIÓN	30,00
Módulo N°3	ADMINISTRACIÓN DE MARKETING DIGITAL	40,00
Módulo N°4	GESTIÓN DE REDES SOCIALES	64,00
Módulo N°5	REDACCIÓN DE ARTÍCULOS PARA MEDIOS SOCIALES DIGITALES	40,00
TOTAL DE HORAS		214,00

EL CONTENIDO DE ESTE DOCUMENTO NO PUEDE SER MODIFICADO SIN LA AUTORIZACIÓN DE SENCE



MÓDULO FORMATIVO N° 1

Nombre	PUBLICACIÓN DEL CONTENIDO DE LA INFORMACIÓN	
N° de horas asociadas al módulo	40,00	
Código Módulo	MA01168	
Perfil ChileValora asociado al módulo	SIN PERFIL CHILEVALORA ASOCIADO.	
UCL(s) ChileValora relacionada(s)	SIN UCL ASOCIADA.	
Requisitos de ingreso	Educación media completa.	
Competencia del módulo	Desarrollar una estrategia de publicación de contenidos para redes sociales, de acuerdo al segmento objetivo definido por el cliente.	
Adaptabilidad a modalidad no presencial	ESTE MÓDULO PUEDE SER ADAPTADO POR EL EJECUTOR PARA DESARROLLO ONLINE.	
APRENDIZAJES ESPERADOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
1. Identificar formatos de contenidos a publicar en redes sociales, acorde al público objetivo.	1.1 Describe un plan de contenido para medios sociales, de acuerdo al tipo de audiencia. 1.2 Define un plan de contenido, acorde a la estrategia de difusión. 1.3 Reconoce estrategias de diseño de difusión de contenidos, de acuerdo a la audiencia.	1. Formatos de contenido: Políticas de Contenido y Publicidad. Desarrollo de plan de contenido. Construcción del medio. Generación del contenido. Diseño de una estrategia de difusión del contenido. Medición y ajuste de la estrategia. Pasos para crear una estrategia de contenido. Definición de la audiencia. Claves de difusión para audiencias. Definición de las categorías del contenido.
2. Reconocer las estrategias de manejo y publicación de contenidos en redes sociales, de acuerdo al requerimiento del cliente	2.1 Reconoce las estrategias para publicar un contenido, de acuerdo al tipo de cliente. 2.2 Distingue el posicionamiento en los buscadores, de acuerdo a la red social definida. 2.3 Interpreta los resultados, de acuerdo al posicionamiento.	2. Estrategias de manejo y publicación de contenidos en redes sociales: Estrategia de contenidos: selección de contenidos; estrategia de contenidos; desarrollo la estrategia del contenido. Posicionamiento en buscadores. SEO: posicionamiento orgánico; Seo en redes sociales; Seo en Wordpress; Keywords, tags, metatags y conceptos de posicionamiento. Medición de Resultados SEM: google adwords; medición de resultados.
3. Realizar la publicación de contenidos web en redes sociales, de acuerdo al tipo de publicación .	3.1 Reconoce los medios para publicar contenidos, de acuerdo a la gama disponible de redes sociales. 3.2 Crea distintos canales de comunicación para publicar el contenido, de acuerdo al público objetivo. 3.3 Utiliza distintas técnicas de publicación de contenidos para las diferentes redes sociales, de acuerdo a requerimientos de publicación.	3. Creación y publicación de contenidos en redes sociales: Publicación de un blog; páginas de Facebook y otras redes sociales. Publicación de fotografías e imágenes: técnicas de publicación. Publicación de presentaciones y otros textos. Publicación de video y audio: creación de canales de Youtube. Nuevos formatos: Mashups,

EL CONTENIDO DE ESTE DOCUMENTO NO PUEDE SER MODIFICADO SIN LA AUTORIZACIÓN DE SENCE



		infografías, gráficos, etc.
PERFIL DEL FACILITADOR		
Opción 1	Opción 2	Opción 3
<ul style="list-style-type: none"> * Formación académica como profesional del área de informática, con título. * Experiencia laboral en el área de tecnologías de la información, de mínimo tres años, demostrable. * Experiencia como facilitador/a de capacitación para personas adultas, de mínimo 250 horas cronológicas, demostrable. 	<ul style="list-style-type: none"> * Formación académica como Técnico de nivel superior, del área de informática, con título. * Experiencia laboral en el área de tecnologías de la información, de mínimo tres años, demostrable. * Experiencia como facilitador/a de capacitación para personas adultas, de mínimo 250 horas cronológicas, demostrable. 	<ul style="list-style-type: none"> * Experiencia laboral en el área de tecnologías de la información, de mínimo seis años, demostrable. * Experiencia como facilitador/a de capacitación para personas adultas, de mínimo 250 horas cronológicas, demostrable.
RECURSOS MATERIALES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MÓDULO FORMATIVO		
Infraestructura	Equipos y herramientas	Materiales e insumos
<ul style="list-style-type: none"> * Sala de clases que cuente al menos con 1,5 m² por participante, implementada con: Puestos de trabajo individuales que considere mesa y silla o silla universitaria. Escritorio y silla para el facilitador. Conexiones para utilizar medios didácticos tales como data y salida a internet. Sistema de ventilación adecuada. * Servicios higiénicos separados para hombres y mujeres con capacidad suficiente para el volumen que se atiende en forma simultánea. * Espacio físico adecuado para realizar actividades y ejercicios de desplazamiento. * Laboratorio de computación acondicionado para el trabajo individual de participante. 	<ul style="list-style-type: none"> * Proyector multimedia. * Notebook o PC para el facilitador. * Telón. * Pizarrón. * Filmadora y/o cámara fotográfica para registrar actividades realizadas por los participantes. * Disponer de 1 computador por cada participante. 	<ul style="list-style-type: none"> * Set de artículos de escritorio por participante (lápiz pasta, lápiz grafito, goma de borrar, regla, cuaderno o croquera, archivador o carpeta). * Pautas de evaluación. * Libro de clases. * Manual del participante para cada uno.

EL CONTENIDO DE ESTE DOCUMENTO NO PUEDE SER MODIFICADO SIN LA AUTORIZACIÓN DE SENCE

MÓDULO FORMATIVO N° 2		
Nombre	DISEÑO DE UNA PROPUESTA GRÁFICA DE PUBLICACIÓN	
N° de horas asociadas al módulo	30,00	
Código Módulo	MA01169	
Perfil ChileValora asociado al módulo	SIN PERFIL CHILEVALORA ASOCIADO.	
UCL(s) ChileValora relacionada(s)	DISEÑAR UNA PROPUESTA GRÁFICA DE PUBLICACIÓN DE ACUERDO A INDICACIONES DEL CLIENTE / U-7020-2431-002-V01.	
Requisitos de ingreso	Educación media completa.	
Competencia del módulo	Diseñar una propuesta de publicación para redes sociales basada en la experiencia del usuario, de acuerdo a conceptos de identidad digital.	
Adaptabilidad a modalidad no presencial	ESTE MÓDULO PUEDE SER ADAPTADO POR EL EJECUTOR PARA DESARROLLO ONLINE.	
APRENDIZAJES ESPERADOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
1. Distingue el modelo de diseño de la experiencia del usuario, conforme a técnicas de presentación de artículos.	1.1 Identifica la metodología de diseño centrada en el usuario, de acuerdo a la experiencia del usuario. 1.2 Utiliza técnicas para presentar un artículo, de acuerdo al tipo de usuario. 1.3 Presenta un título conforme a atraer la atención del público objetivo.	1. Diseño de la experiencia de usuario El ciclo de la experiencia: Metodología del diseño centrado en el usuario. El modelo de análisis y síntesis, modelo del proceso de diseño. Métodos de experiencia de usuario en un proceso de diseño. Metodología UX. Técnicas para presentar un artículo. Buscando la atracción del lector. Definiendo el título del artículo. La importancia del primer párrafo. El cuerpo del artículo. El cierre del artículo. Otros elementos importantes.
2. Explica los conceptos de identidad digital de acuerdo al diseño de la propuesta gráfica.	2.1 Identifica la importancia de la identidad digital, de acuerdo al impacto del medio digital. 2.2 Explica el proceso de medición y control de la identidad digital, de acuerdo al posicionamiento de la marca. 2.3 Identifica el proceso de creación de identidad digital, de acuerdo a técnicas definidas.	2. Identificación de la marca: Dimensiones de la marca. Identidad digital. Reputación online. La identidad digital: Cómo se mide ; Cómo se llevan a cabo; Cómo se controlan. Creación de identidad de marca digital; objetivo; técnicas; impacto; enfoque; presencia online efectiva; continuada. Análisis del caso woki-toki (Comenzar desde 0) Análisis del caso wom/Virgin. Creando mi propia marca digital.
3. Publicar contenido en las redes sociales acorde a la propuesta gráfica trazada definida para el cliente.	3.1 Distingue la importancia de mantener un modelo gráfico de publicaciones, de acuerdo a la línea de publicación. 3.2 Reconoce la identidad de marca conforme a la utilización de elementos propios.	3. Publicando en redes sociales: Línea de publicación. Constancia del modelo gráfico. Consistencia en las publicaciones. Utilización de elementos gráficos propios. Qué y cuándo publicar. Objetivos de las Redes Sociales. Manejo de las Redes Sociales. Políticas de Contenido y

EL CONTENIDO DE ESTE DOCUMENTO NO PUEDE SER MODIFICADO SIN LA AUTORIZACIÓN DE SENCE

	3.3 Ordena todos los elementos para generar una propuesta grafica en la publicación, de acuerdo a indicaciones del cliente.	Publicidad. Tonos de la comunicación y Armado de Contenidos en las Redes Sociales.
PERFIL DEL FACILITADOR		
Opción 1	Opción 2	Opción 3
<ul style="list-style-type: none"> * Formación académica como profesional del área de informática, con título. * Experiencia laboral en el área de tecnologías de la información, de mínimo tres años, demostrable. * Experiencia como facilitador/a de capacitación para personas adultas, de mínimo 250 horas cronológicas, demostrable. 	<ul style="list-style-type: none"> * Formación académica como Técnico de nivel superior, del área de informática, con título. * Experiencia laboral en el área de tecnologías de la información, de mínimo tres años, demostrable. * Experiencia como facilitador/a de capacitación para personas adultas, de mínimo 250 horas cronológicas, demostrable. 	<ul style="list-style-type: none"> * Experiencia laboral en el área de tecnologías de la información, de mínimo seis años, demostrable. * Experiencia como facilitador/a de capacitación para personas adultas, de mínimo 250 horas cronológicas, demostrable.
RECURSOS MATERIALES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MÓDULO FORMATIVO		
Infraestructura	Equipos y herramientas	Materiales e insumos
<ul style="list-style-type: none"> * Sala de clases que cuente al menos con 1,5 m² por participante, implementada con: Puestos de trabajo individuales que considere mesa y silla o silla universitaria. Escritorio y silla para el facilitador. Conexiones para utilizar medios didácticos tales como data y salida a internet. Sistema de ventilación adecuada. * Servicios higiénicos separados para hombres y mujeres con capacidad suficiente para el volumen que se atiende en forma simultánea. * Espacio físico adecuado para realizar actividades y ejercicios de desplazamiento. * Laboratorio de computación acondicionado para el trabajo individual de participante. 	<ul style="list-style-type: none"> * Proyector multimedia. * Notebook o PC para facilitador. * Telón. * Pizarrón. * Filmadora y/o cámara fotográfica para registrar actividades realizadas por los participantes. * Disponer de 1 computador por cada participante. 	<ul style="list-style-type: none"> * Set de artículos de escritorio por participante (lápiz pasta, lápiz grafito, goma de borrar, regla, cuaderno o croquera, archivador o carpeta). * Pautas de evaluación. * Libro de clases. * Manual del participante para cada uno.

EL CONTENIDO DE ESTE DOCUMENTO NO PUEDE SER MODIFICADO SIN LA AUTORIZACIÓN DE SENCE

MÓDULO FORMATIVO N° 3		
Nombre	ADMINISTRACIÓN DE MARKETING DIGITAL	
N° de horas asociadas al módulo	40,00	
Código Módulo	MA01170	
Perfil ChileValora asociado al módulo	SIN PERFIL CHILEVALORA ASOCIADO.	
UCL(s) ChileValora relacionada(s)	SIN UCL ASOCIADA.	
Requisitos de ingreso	Educación media completa.	
Competencia del módulo	Aplicar los conceptos de Marketing digital de redes sociales para planificar una base sólida en el desarrollo comercial de un producto o servicio, de acuerdo al público objetivo definido.	
Adaptabilidad a modalidad no presencial	ESTE MÓDULO PUEDE SER ADAPTADO POR EL EJECUTOR PARA DESARROLLO ONLINE.	
APRENDIZAJES ESPERADOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
1. Reconocer el concepto de marketing digital, de acuerdo a estrategias para redes sociales.	1.1 Identifica el concepto de marketing digital, conforme a su aplicación en redes sociales. 1.2 Reconoce las diferencias entre marketing tradicional y el nuevo e-marketing conforme a su aplicación en redes sociales. 1.3 Describe una estrategia de marketing para redes sociales, de acuerdo al segmento objetivo.	1. Introducción al Marketing OnLine o Digital: Marketing de contenidos Publicidad en la Redes Sociales Claves del nuevo marketing: Ampliando el marketing tradicional; Objetivos y valores de e-marketing; medios clásicos vs. medios digitales. personal branding. Generalidades de la estrategia de marketing en redes sociales: generalidades de estrategia; estructura de las estrategias de la organización; Diferencias entre estrategia y táctica de marketing en redes sociales Modelo para el plan estratégico de marketing en redes sociales.
2. Aplicar estrategias de marketing digital para las redes sociales, de acuerdo al público objetivo definido por el cliente	2.1 Identifica una estrategia de marketing, de acuerdo a técnicas de utilización 2.2 Reconoce el público objetivo de acuerdo a la estrategia de marketing utilizada 2.3 Realiza concursos virales, de acuerdo a la selección de la estrategia.	2. Evaluación de situación de marketing en redes sociales. Identificación de la estrategia de corporativa y de marketing. Diagnóstico de redes sociales. Definición del público objetivo del marketing en redes sociales. Definición de objetivos y metas del marketing en redes sociales. Planificación del trabajo en la empresa actual Optimización de las campañas, orientándolas a resultados Preparación y ejecución de concursos virales:

EL CONTENIDO DE ESTE DOCUMENTO NO PUEDE SER MODIFICADO SIN LA AUTORIZACIÓN DE SENCE

		herramientas de gestión de concursos Metodología de seguimiento de la blogosfera Gestión de la Reputación Online.
3. Generar una planificación de publicaciones seleccionando el canal, de acuerdo al público objetivo de la red social.	3.1 Determina las redes sociales objetivo de acuerdo al cliente. 3.2 Desarrolla un plan conversacional, de acuerdo a la red social objetivo. 3.3 Reconoce las métricas de marketing para redes sociales, de acuerdo a la red seleccionada.	3. Planificación de canales y contenido Determinación de canales de redes sociales por objetivo. Creación de lineamientos para escribir el contenido en las redes sociales. Creación del plan conversacional Generalidades del plan conversacional Definir la periodicidad de las publicaciones Definición del contenido a publicar Diseño de las métricas de marketing en redes sociales; Métricas en Facebook; Métricas en Twitter; Métricas en otras redes sociales.
PERFIL DEL FACILITADOR		
Opción 1	Opción 2	Opción 3
* Formación académica como profesional del área de informática, con título. * Experiencia laboral en el área de tecnologías de la información, de mínimo tres años, demostrable. * Experiencia como facilitador/a de capacitación para personas adultas, de mínimo 250 horas cronológicas, demostrable.	* Formación académica como Técnico de nivel superior, del área de informática, con título. * Experiencia laboral en el área de tecnologías de la información, de mínimo tres años, demostrable. * Experiencia como facilitador/a de capacitación para personas adultas, de mínimo 250 horas cronológicas, demostrable.	* Experiencia laboral en el área de tecnologías de la información, de mínimo seis años, demostrable. * Experiencia como facilitador/a de capacitación para personas adultas, de mínimo 250 horas cronológicas, demostrable.
RECURSOS MATERIALES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MÓDULO FORMATIVO		
Infraestructura	Equipos y herramientas	Materiales e insumos
* Sala de clases que cuente al menos con 1,5 m ² por participante, implementada con: Puestos de trabajo individuales que considere mesa y silla o silla universitaria. Escritorio y silla para el facilitador. Conexiones para utilizar medios didácticos tales como data y salida a internet. Sistema de ventilación adecuada. * Servicios higiénicos separados para hombres y mujeres con capacidad suficiente para el volumen que se atiende en forma simultánea. * Espacio físico adecuado para realizar actividades y ejercicios de desplazamiento. * Laboratorio de computación acondicionado para el trabajo individual de participante.	* Proyector multimedia. * Notebook o PC. * Telón. * Pizarrón. * Filmadora y/o cámara fotográfica para registrar actividades realizadas por los participantes. * Disponer de 1 computador por cada participante.	* Set de artículos de escritorio por participante (lápiz pasta, lápiz grafito, goma de borrar, regla, cuaderno o croquera, archivador o carpeta). * Pautas de evaluación. * Libro de clases. * Manual del participante para cada uno.

EL CONTENIDO DE ESTE DOCUMENTO NO PUEDE SER MODIFICADO SIN LA AUTORIZACIÓN DE SENCE

EL CONTENIDO DE ESTE DOCUMENTO NO PUEDE SER MODIFICADO SIN LA AUTORIZACIÓN DE SENCE



MÓDULO FORMATIVO N° 4

Nombre	GESTIÓN DE REDES SOCIALES	
N° de horas asociadas al módulo	64,00	
Código Módulo	MA01171	
Perfil ChileValora asociado al módulo	SIN PERFIL CHILEVALORA ASOCIADO.	
UCL(s) ChileValora relacionada(s)	SIN UCL ASOCIADA.	
Requisitos de ingreso	Educación media completa.	
Competencia del módulo	Administrar una comunidad virtual utilizando las herramientas disponibles de gestión, de acuerdo a técnicas de comportamiento y respuesta ante determinados eventos.	
Adaptabilidad a modalidad no presencial	ESTE MÓDULO PUEDE SER ADAPTADO POR EL EJECUTOR PARA DESARROLLO ONLINE.	
APRENDIZAJES ESPERADOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
1.Explicar la función y comportamiento del Community Manager acorde a las redes sociales	1.1 Identifica el fenómeno de las redes sociales y su rol dentro de ellas, acorde a la función que debe cumplir 1.2 Comprende la normativa de comportamiento de un Community Manager, de acuerdo al perfil y la red social respectiva 1.3 Distinguir las funciones que debe cumplir en su labor, de acuerdo a la red social.	1. El fenómeno de las redes Sociales y la web social Revolución tecnológica y del conocimiento. Cultura 2.0; web 2.0; organización 2.0; Red Social; Comunidades. Los Social Media y el Community Manager. El Community Manager de hoy: Estratégico y táctico Qué es un Community Manager Especializaciones del Community Manager Qué no es un Community Manager Perfil del Community Manager Habilidades sociales Habilidades administrativas Habilidades técnicas. Funciones de un Community Manager Funciones estratégicas. Funciones tácticas. Descripción de una jornada de un Community Manager. Priorización de actividades de un Community Manager. Normas de comportamiento del Community Manager en las redes sociales.
2. Aplicar las técnicas de respuesta ante crisis digitales, conforme a la red social gestionada	2.1. Identifica cuando se desencadena una crisis digital, conforme a la gestión de la red social 2.2. Describe los pasos para responder a una crisis digital, conforme a la gestión de la red social 2.3. Distinguir las técnicas para controlar una crisis digital, conforme a la gestión de la red social.	2. Manual de Crisis: La crisis digital. Casos de Crisis Digitales. Pasos para responder en una crisis de reputación online. Preparándose para la crisis.Investigación el problema. Diagnóstico y calificación del ataque a la reputación. Diseñando la respuesta al ataque. Manejando usuarios hostiles. Manejo de los trolls.

EL CONTENIDO DE ESTE DOCUMENTO NO PUEDE SER MODIFICADO SIN LA AUTORIZACIÓN DE SENCE



		Seguimiento después de la crisis.
3.Gestionar una comunidad virtual social, de acuerdo a las herramientas tecnológicas disponibles	<p>3.1. Describe las redes sociales del tipo Facebook y Twitter, acorde a la gestión de las comunidades virtuales.</p> <p>3.2. Identifica las distintas redes sociales existentes, de acuerdo a su categorización</p> <p>3.3. Reconoce las herramientas disponibles para gestionar las redes sociales, de acuerdo al tipo de red social.</p>	<p>3.Gestión de comunidades virtuales Facebook y las redes sociales de amistad Twitter y las redes sociales de Microblogging</p> <p>Otras redes sociales</p> <p>Herramientas de trabajo:Hootsuite, Google (Drive, Calendar, Alert, etc.), Facebook insight, Facebook Ads, Social Bro (herramienta para Twitter), Twitter Audit, Analytics Twitter, Iconosquare, Socialmention, Topsy, Twitter Search, Klout + Kred, Tagboard, Cool-Tabs (Page Performance), Boardreader, Fanganger.</p>
PERFIL DEL FACILITADOR		
Opción 1	Opción 2	Opción 3
<ul style="list-style-type: none"> * Formación académica como profesional del área de informática, con título. * Experiencia laboral en el área de tecnologías de la información, de mínimo tres años, demostrable. * Experiencia como facilitador/a de capacitación para personas adultas, de mínimo 250 horas cronológicas, demostrable. 	<ul style="list-style-type: none"> * Formación académica como Técnico de nivel superior, del área de informática, con título. * Experiencia laboral en el área de tecnologías de la información, de mínimo tres años, demostrable. * Experiencia como facilitador/a de capacitación para personas adultas, de mínimo 250 horas cronológicas, demostrable. 	<ul style="list-style-type: none"> * Experiencia laboral en el área de tecnologías de la información, de mínimo seis años, demostrable. * Experiencia como facilitador/a de capacitación para personas adultas, de mínimo 250 horas cronológicas, demostrable.
RECURSOS MATERIALES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MÓDULO FORMATIVO		
Infraestructura	Equipos y herramientas	Materiales e insumos
<ul style="list-style-type: none"> * Sala de clases que cuente al menos con 1,5 m² por participante, implementada con: Puestos de trabajo individuales que considere mesa y silla o silla universitaria. Escritorio y silla para el facilitador. Conexiones para utilizar medios didácticos tales como data y salida a internet. Sistema de ventilación adecuada. * Servicios higiénicos separados para hombres y mujeres con capacidad suficiente para el volumen que se atiende en forma simultánea. * Espacio físico adecuado para realizar actividades y ejercicios de desplazamiento. * Laboratorio de computación acondicionado para el trabajo individual de participante. 	<ul style="list-style-type: none"> * Proyector multimedia. * Notebook o PC para facilitador. * Telón. * Pizarrón. * Filmadora y/o cámara fotográfica para registrar actividades realizadas por los participantes. * Disponer de 1 computador por cada participante. 	<ul style="list-style-type: none"> * Set de artículos de escritorio por participante (lápiz pasta, lápiz grafito, goma de borrar, regla, cuaderno o croquera, archivador o carpeta). * Pautas de evaluación. * Libro de clases. * Manual del participante para cada uno.

EL CONTENIDO DE ESTE DOCUMENTO NO PUEDE SER MODIFICADO SIN LA AUTORIZACIÓN DE SENCE

MÓDULO FORMATIVO N° 5

Nombre	REDACCIÓN DE ARTÍCULOS PARA MEDIOS SOCIALES DIGITALES	
N° de horas asociadas al módulo	40,00	
Código Módulo	MA01172	
Perfil ChileValora asociado al módulo	SIN PERFIL CHILEVALORA ASOCIADO.	
UCL(s) ChileValora relacionada(s)	SIN UCL ASOCIADA.	
Requisitos de ingreso	Educación media completa.	
Competencia del módulo	Producir contenidos digitales específicos para una audiencia determinada incorporando elementos multimedia y técnicas de viralización de contenidos de acuerdo a de acuerdo a técnicas de producción de contenidos digitales.	
Adaptabilidad a modalidad no presencial	ESTE MÓDULO PUEDE SER ADAPTADO POR EL EJECUTOR PARA DESARROLLO ONLINE.	
APRENDIZAJES ESPERADOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
1.Reconocer tipos de redacción de artículos para la publicación, de acuerdo a técnicas de producción de contenidos	1.1 Utiliza las técnicas de redacción de artículos, conforme a su publicación en medios sociales 1.2 Describe los componentes de un artículo, conforme a su presentación en las redes sociales. 1.3 Reconoce las acciones que ocasionan la infracción de propiedad intelectual, conforme a su publicación en medios sociales.	1. Redacción de artículos Selección y objetivo del tema Identificación y análisis de la audiencia Desarrollo de la idea central Selección del medio y contexto de la publicación Selección de fuentes de información Inclusión fuentes citadas. Estructura del contenido. Material secundario. Calidad y claridad de los contenidos. Selección de lenguaje a utilizar. Infracciones a la ley de propiedad intelectual. Textos citados. Utilización de imágenes.
2.Aplica estrategias de publicidad en audiencia, de acuerdo al tipo de red social	2.1 Identifica la forma de hacer difusión de eventos, de acuerdo a técnicas de atención 2.2 Reconoce los beneficios de viralizar un contenido en las redes sociales, de acuerdo a la identificación de imagen digital 2.3 Describe las técnicas de viralización de contenidos en las redes sociales, de acuerdo a la estrategia seleccionada.	2. Llamadas a la acción Actividades para hacer difusión de eventos Técnicas de viralización de contenidos Características de la viralización de contenidos Beneficios de la viralización de contenidos Pasos para diseñar una estrategia de viralización de contenidos Técnicas para la viralización de contenidos.
3.Desarrollar contenidos multimedia,acorde a la estrategia de publicación del artículo del medio social	3.1 Identifica las técnicas para generar infografías atractivas de acuerdo al público objetivo 3.2 Reconoce las técnicas para generar videos precisos conforme al medio digital donde se desea publicar	3.Guía para la creación de infografías Generalidades de las infografías Pasos para crear una infografía Creación de infografías con PowerPoint.

EL CONTENIDO DE ESTE DOCUMENTO NO PUEDE SER MODIFICADO SIN LA AUTORIZACIÓN DE SENCE

	3.3 Desarrolla material multimedia para insertar en un artículo de acuerdo al medio digital donde se desea publicar	Pasos para la creación de vídeos y otras piezas multimedia. Generalidades de los vídeos y otras piezas multimedia. Los primeros 15 segundos de una pieza multimedia.
PERFIL DEL FACILITADOR		
Opción 1	Opción 2	Opción 3
<ul style="list-style-type: none"> * Formación académica como profesional del área de informática, con título. * Experiencia laboral en el área de tecnologías de la información, de mínimo tres años, demostrable. * Experiencia como facilitador/a de capacitación para personas adultas, de mínimo 250 horas cronológicas, demostrable. 	<ul style="list-style-type: none"> * Formación académica como Técnico de nivel superior, del área de informática, con título. * Experiencia laboral en el área de tecnologías de la información, de mínimo tres años, demostrable. * Experiencia como facilitador/a de capacitación para personas adultas, de mínimo 250 horas cronológicas, demostrable. 	<ul style="list-style-type: none"> * Experiencia laboral en el área de tecnologías de la información, de mínimo seis años, demostrable. * Experiencia como facilitador/a de capacitación para personas adultas, de mínimo 250 horas cronológicas, demostrable.
RECURSOS MATERIALES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MÓDULO FORMATIVO		
Infraestructura	Equipos y herramientas	Materiales e insumos
<ul style="list-style-type: none"> * Sala de clases que cuente al menos con 1,5 m² por participante, implementada con: Puestos de trabajo individuales que considere mesa y silla o silla universitaria. Escritorio y silla para el facilitador. Conexiones para utilizar medios didácticos tales como data y salida a internet. Sistema de ventilación adecuada. * Servicios higiénicos separados para hombres y mujeres con capacidad suficiente para el volumen que se atiende en forma simultánea. * Espacio físico adecuado para realizar actividades y ejercicios de desplazamiento. * Laboratorio de computación acondicionado para el trabajo individual de participante. 	<ul style="list-style-type: none"> * Proyector multimedia. * Notebook o PC. * Telón. * Pizarrón. * Filmadora y/o cámara fotográfica para registrar actividades realizadas por los participantes. * Disponer de 1 computador por cada participante. 	<ul style="list-style-type: none"> * Set de artículos de escritorio por participante (lápiz pasta, lápiz grafito, goma de borrar, regla, cuaderno o croquera, archivador o carpeta). * Pautas de evaluación. * Libro de clases. * Manual del participante para cada uno.

EL CONTENIDO DE ESTE DOCUMENTO NO PUEDE SER MODIFICADO SIN LA AUTORIZACIÓN DE SENCE