

PORTADA



PRESENTACION

El documento que se presenta a continuación es uno de los productos que contempla el desarrollo de traducciones formativas modulares en el marco del proyecto “Levantamiento de Perfiles Ocupacionales Críticos y Desarrollo de Material Formativo para el Clúster de Turismo de Intereses Especiales”.

Este documento incluye:

- Perfil de Comunicador Especializado en Turismo, el cual define el área ocupacional, unidades de competencias y contexto de competencia.
- Módulos formativos, el cual contempla orientaciones para el instructor y/o tutor, desarrollo y definición del perfil, objetivo y desarrollo de los contenidos los cuales integran aprendizajes esperados, actividades. Ejemplo, evaluación, indicaciones para el instructor y/o tutor y duración.

La estructura modular se establece de acuerdo a las competencias del perfil, estableciendo un orden secuencial de complejidad en la aplicación de la competencia. Cabe señalar que los módulos al integrarse pueden corresponder a distintos niveles de avance en el contexto de una carrera.

En definitiva, este material servirá de apoyo para las personas y empresas que en un futuro deseen capacitarse y certificarse en base a competencias laborales y también para los tutores que participen en este proceso de formación.



MÓDULOS DE FORMACIÓN POR COMPETENCIA

COMUNICADOR ESPECIALIZADO EN TURISMO

ESQUEMA GENERAL DE FORMACION

COMUNICADOR ESPECIALIZADO EN TURISMO

MÓDULO I	MÓDULO II	MÓDULO III
Levantar información del ámbito de acción que se desenvuelve la organización	Desarrollar plan o estrategia comunicacional y de medios de la organización.	Implementar plan o estrategia comunicacional.

UNIDADES DE FORMACION

Identificar actores involucrados en el ámbito de acción.	Preparar estrategia comunicacional	Desarrollar la estrategia comunicacional y de medios
Contactar y sistematizar información del ámbito de acción	Validar estrategia comunicacional	Generar informes de avance de la estrategia comunicacional



ÍNDICE

	Pág.
INTRODUCCIÓN A LAS COMPETENCIAS LABORALES	6
ORIENTACIÓN PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR	7
DEFINICIÓN DE PERFILES	8
Perfil del participante	8
Perfil Ocupacional	8
Perfil del Instructor y/o tutor	8
DESARROLLO DEL PERFIL	9
Requisitos de entrada	9
Aprendizaje esperado de los módulos	9
Materiales a disposición del participante	9
Estrategia formativa	9
Criterios de evaluación	9
Requisitos de egreso	9
MÓDULO 1: LEVANTAR INFORMACIÓN DEL ÁMBITO DE ACCIÓN EN QUE SE DESENVUELVE LA ORGANIZACIÓN	10
CUADRO SINÓPTICO Y OBJETIVO PRINCIPAL DEL MÓDULO	10
UNIDAD 1.1 Identificar y registrar actores involucrados en el ámbito de acción.	11
UNIDAD 1.2 Contactar y sistematizar información del ámbito de acción.	12
MÓDULO 2: DESARROLLAR PLAN O ESTRATEGIA COMUNICACIONAL Y DE MEDIOS DE LA ORGANIZACIÓN.	13
CUADRO SINÓPTICO Y OBJETIVO PRINCIPAL DEL MÓDULO	13
UNIDAD 2.1 Preparar estrategia comunicacional	14
UNIDAD 2.2 Validar Estrategia comunicacional	16
MÓDULO 3: IMPLEMENTAR PLAN O ESTRATEGIA COMUNICACIONAL.	17
CUADRO SINÓPTICO Y OBJETIVO PRINCIPAL DEL MÓDULO	17
UNIDAD 3.1 Desarrollar la estrategia comunicacional y de medios.	18
UNIDAD 3.2 Generar informes de avance de la estrategia comunicacional.	20

INTRODUCCIÓN A LAS COMPETENCIAS LABORALES

Las competencias laborales pueden ser definidas como un conjunto identificable y evaluable de capacidades que permiten un desempeño satisfactorio en situaciones reales de trabajo, de acuerdo a los estándares levantados y validados por una organización. De esta manera, en el concepto de competencia se integra el conocimiento y la acción.

Las organizaciones exitosas hoy en día reconocen que invertir en el desarrollo de las personas resulta clave para el logro de sus objetivos estratégicos. Al identificar las competencias técnicas y conductuales de diferentes cargos, se asegura información suficiente y objetiva acerca de los saberes vinculados con el desempeño que deben desarrollar los/as colaboradores/as, siendo factible por ende incrementar la productividad y competitividad general. Por su parte, para los/as trabajadores/as este sistema supone un medio validado que les permite asumir una responsabilidad personal para aprender ante situaciones no previstas y desarrollar actitudes que complementan su desempeño técnico, demostrando los conocimientos y experiencias adquiridos a lo largo de su trayectoria laboral, lo que incrementa su empleabilidad y movilidad laboral. En este contexto, la **formación modular basada en competencias** o **formación por competencias** es una metodología flexible que responde al escenario actual, en el que los/as trabajadores/as deben tener la capacidad de prever o resolver los problemas que se les presentan, proponer mejoras para resolverlos y prevenir situaciones análogas, tomar decisiones y estar involucrados/as en mayor o menor grado en la planificación, control y auto-evaluación de sus actividades laborales.

Dentro de los modelos pedagógicos más recientes, se plantea que, para mejorar la pertinencia y relevancia de la capacitación por competencias es necesario enfatizar el aprendizaje y no el puesto y orientarse hacia la búsqueda de aprendizajes más significativos, es decir, del aprender haciendo. En definitiva, se pretende reconocer la práctica como recurso para consolidar lo que sabe, poner en acción lo que sabe y desarrollar capacidades para aprender más.

ORIENTACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR

Un módulo, a diferencia de una forma de organización curricular tradicional, propone un recorrido, un guión, un argumento a desarrollar configurado por las problemáticas del campo profesional que se van trabajando y en torno a las cuales se articulan los contenidos.

Cada unidad de competencia expresa funciones que tiene a su cargo el/la trabajador/a, o la función en la cual participa con un protagonismo significativo. La unidad de competencia representa el conjunto de los desempeños que involucran a un/a trabajador/a para alcanzar determinados resultados productivos. A fin de concretar este conjunto de desempeños y de resolver los problemas productivos que se le presentan, el/la trabajador/a moviliza e integra saberes, técnicas, conocimientos, esquemas de acción y valores para dar respuesta exitosa a la demanda. En el momento de diseñar la estructura de un currículum, el módulo como unidad de enseñanza tendrá en cuenta la formación de una, o de varias capacidades que den soporte al desarrollo de las competencias que se requieren para desempeñar la función productiva que se expresa en la unidad de competencia. Por esta razón, la estructura curricular no establece una correspondencia unívoca entre los módulos formativos y las unidades de competencia. Para formar a un/a trabajador/a en las competencias que requiere una unidad de competencia, la propuesta pedagógica ofrece más de un módulos formativos.

Las organizaciones están adoptando la formación modular como una estrategia de desarrollo de las personas, donde la inversión en capacitación apunta preferencialmente a cerrar brechas de competencia y no a la ejecución de acciones aisladas de capacitación. En síntesis el diseño curricular basado en competencias tiene las siguientes características:

1. Las capacidades que constituyen los objetivos generales del diseño curricular, son inferidas a partir de los elementos de competencia.
2. Adopta una estructura modular.
3. Desarrolla un enfoque integrador respecto de todas sus dimensiones.
4. Tiende a la integración de capacidades, de contenidos, de teoría y de práctica, de actividades y de evaluación.
5. Los criterios para la aprobación de los distintos módulos se basan en los criterios de evaluación establecidos en el estándar de competencia.
6. Adopta para su desarrollo un enfoque de enseñanza-aprendizaje significativo.

DEFINICIÓN DE PERFILES

PERFIL DEL PARTICIPANTE

El participante, deberá tener principalmente habilidades, conocimientos y manejo de diseño de plan comunicacional y de medios, técnicas de comunicación oral y escrito apropiadas para buscar, generar y sistematizar información de manera ágil y asertiva de las actividades turísticas desarrolladas en torno al ámbito que se desempeña. Además, debe tener habilidades tales como proactividad y alta capacidad de negociación para gestionar con medios de comunicación escrita, online, radial y televisiva.

PERFIL OCUPACIONAL

Persona que se desempeña en organizaciones públicas y/o privadas, cuyas funciones están orientadas a informar la actividad turística desarrollada en torno al ámbito en que se desenvuelve, y comunicarla a los distintos medios de comunicación nacionales y/o internacionales para su difusión al público.

PERFIL DEL INSTRUCTOR Y/O TUTOR

El instructor y/o tutor que imparta los módulos asociados al perfil, deberá manejar técnicas de búsqueda y sistematización de información, además de conocimientos en comunicación oral y escrita. A su vez, debe tener experiencia de 2 años como mínimo en el área ocupacional para instruir y evaluar a los participantes desde la experiencia y manejar a los menos un segundo idioma (se recomienda inglés). Otro conocimiento importante que debe tener el instructor y/o tutor son los asociados al turismo e instruir a los participantes en la importancia de estar constantemente informándose de la contingencia país y por supuesto del área que se desenvuelve.



DESARROLLO DEL PERFIL

REQUISITOS DE ENTRADA	El participante de los módulos debe ser ágil y proactivo y manejar conocimientos de desarrollo de estrategia comunicacional y de medios, además, deberá tener conocimientos básicos de turismo, dominio de programas computacionales y habilidades de comunicación oral y escrito. Además, deberá manejar inglés básico (oral y escrito) y saber utilizar herramientas audiovisuales.
APRENDIZAJE ESPERADO DE LOS MÓDULOS	Se espera que el participante desarrolle en su totalidad los módulos que constituyen el perfil de Comunicador especializado en turismo logrando los siguientes aspectos: 1. Adquiera los conocimientos especificados en cada una de las unidades de los módulos en base de las horas teóricas. 2. Ponga en práctica los conocimientos ya adquiridos, en base a las horas prácticas de los módulos. Esto se traduce en destrezas, pericias, talento, aptitudes, maestría, etc. 3. Logre comunicar las actividades turísticas desarrolladas en torno al ámbito que se desempeña, en base a las horas teóricas y prácticas ya realizadas.
MATERIALES A DISPOSICIÓN DEL PARTICIPANTE	Se deberá disponer para el participante, salas en donde se desarrollen los talleres presenciales. A su vez, se trabajará las horas prácticas en terreno.
ESTRATEGIA FORMATIVA	Los Módulos formativos asociados al perfil se llevarán a cabo por medio de talleres presenciales, los cuales incluirán horas teóricas y prácticas que se especifican en el desarrollo de cada módulo, conjunto con las actividades asociadas.
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Se basarán en la adquisición de evidencias físicas y observables que el participante generara una vez desarrollado cada una de las unidades de los módulos, en su modalidad de talleres prácticos, involucrados en el perfil.
REQUISITOS DE EGRESO	Aprobación de cada uno de los contenidos por unidad de los módulos, basándose en los criterios de evaluación establecidos para el desarrollo de los módulos y las metodologías de cada una de las actividades desarrolladas

MÓDULO I: LEVANTAR INFORMACIÓN DEL ÁMBITO DE ACCIÓN QUE SE DESENVUELVE LA ORGANIZACIÓN

OBJETIVO PRINCIPAL DEL MÓDULO

Proporcionar la información y técnicas para que el participante del módulo adquiera las bases para planificar, organizar y dirigir la administración de un

CUADRO SINÓPTICO UNIDADES DEL MÓDULO I: LEVANTAR INFORMACIÓN DEL ÁMBITO DE ACCIÓN QUE SE DESENVUELVE LA ORGANIZACIÓN

I.1 Identificar y registrar actores involucrados en el ámbito de acción.	Aprendizaje esperado de la unidad	I.2 Contactar y sistematizar información del ámbito de acción	Aprendizaje esperado de la unidad
<p>A. Identificar y registrar actores asociados a organizaciones claves para adquirir información del ámbito de acción según la definición de la organización en el cual se desenvuelve.</p> <p>B. Identificar y registrar medios de comunicación asociados a la organización en la cual se desenvuelve.</p>	<p>Se espera que el participante una vez concluida ésta unidad maneje las técnicas de identificación y criterios de selección de actores asociados a organizaciones, medios pertinentes para generar una red de contactos asociados a la actividad del presente perfil.</p>	<p>A. Coordinar y reunirse con medios de comunicación y actores de organizaciones claves involucrados en el ámbito de acción que se desenvuelve la organización.</p> <p>B. Vivenciar la actividad de la cual se adquirirá información de actores u organizaciones asociadas.</p> <p>C. Sistematizar información de los actores y organizaciones entrevistadas para informarse in situ del funcionamiento del ámbito que se desenvuelve la organización.</p>	<p>Se espera que el participante una vez concluida la unidad domine técnicas de recopilación y sistematización de información primaria y secundaria del ámbito de acción que se desenvuelve.</p>
DURACION TOTAL: 17 horas pedagógicas			
HORAS TEÓRICAS	3	HORAS TEÓRICAS	4
HORAS PRÁCTICAS	4	HORAS PRÁCTICAS	6

MÓDULO I: LEVANTAR INFORMACIÓN DEL ÁMBITO DE ACCIÓN QUE SE DESENVUELVE LA ORGANIZACIÓN

UNIDAD I.1 IDENTIFICAR Y REGISTRAR ACTORES INVOLUCRADOS EN EL ÁMBITO DE ACCIÓN.

DURACIÓN:
7 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACION ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
A. IDENTIFICAR Y REGISTRAR ACTORES ASOCIADOS A ORGANIZACIONES CLAVES PARA ADQUIRIR INFORMACIÓN DEL ÁMBITO DE ACCIÓN SEGÚN LA DEFINICIÓN DE LA ORGANIZACIÓN EN EL CUAL SE DESENVUELVE.	Una vez desarrollado el contenido, el participante manejará técnicas de identificación y criterios de selección de actores y organizaciones claves para adquirir información del ámbito de acción el cual se desenvuelve.	I. A Identificar actores y organizaciones claves para adquirir información del ámbito de acción que se desenvuelve.	<i>Identificar organizaciones asociadas a la promoción y difusión de un territorio específico, para utilizarlo como canal de promoción de éste evento en particular.</i>	Se evaluará mediante la evidencia física, de la entrega de un documento donde se integre una base de datos en formato excel de organizaciones asociadas al ámbito de acción.	El instructor y/o tutor del módulo, deberá instruir al participante en la aplicación de técnicas de identificación de actores y organizaciones y aplicación de criterios de selección para posteriormente enseñar aplicación de herramientas computacionales.
B. IDENTIFICAR Y REGISTRAR MEDIOS DE COMUNICACIÓN ASOCIADOS A LA ORGANIZACIÓN EN LA CUAL SE DESENVUELVE.	Una vez desarrollado el contenido, el participante deberá manejar técnicas de identificación y criterios de selección de medios de comunicación claves para informar la actividad turística a la comunidad donde se desenvuelve.	I. B Identificar medios de comunicación asociados a las actividades que realiza la organización en la cual se desenvuelve.	<i>Identificar medios de comunicación asociados a las actividades que realiza la organización, para esto, se desarrollará una base de datos que contenga por lo menos: nombre de contacto, teléfono, mail, página web y precios.</i>	Se evaluará mediante la evidencia física y corroboración de los la base de datos entregada por el participante.	El instructor y/o tutor del módulo, deberá instruir al participante en la aplicación de técnicas de identificación y criterios de selección de medios comunicacionales apropiados. Además deberá instruir al participante en la aplicación de herramientas computacionales.

>> COMUNICADOR ESPECIALIZADO EN TURISMO/ Módulos de Formación

MÓDULO 1: LEVANTAR INFORMACIÓN DEL ÁMBITO DE ACCIÓN QUE SE DESENVUELVE LA ORGANIZACIÓN

UNIDAD 1.2
CONTACTAR Y SISTEMATIZAR INFORMACIÓN DEL ÁMBITO DE ACCIÓN.

DURACIÓN:
10 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACIÓN ACTIVIDAD	INDICACIONE PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
A. COORDINAR Y REUNIRSE CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y ACTORES DE ORGANIZACIONES CLAVES INVOLUCRADOS EN EL ÁMBITO DE ACCIÓN QUE SE DESENVUELVE LA ORGANIZACIÓN.	Una vez desarrollado el contenido, el participante deberá dominar técnicas de coordinación y gestión con medios de comunicación y actores de organizaciones involucradas en el ámbito de acción.	I. A Coordinar y reunirse con actores de organizaciones y medios de comunicación involucrados en el ámbito de acción.	<i>Coordinar y reunirse con empresario asociado a la gastronomía molecular para sacar una nota de prensa de su innovación y de su impacto en el desarrollo del turismo en una región en particular.</i>	Se evaluará mediante la evidencia física del comunicado de prensa, evidencia auditiva donde respalde la entrevista y publicación de esta en un medio de prensa escrito.	El instructor y/o tutor del módulo, deberá instruir al participante en técnicas de coordinación y reunión con actores asociados a una organización y medios de comunicación. Para esto el instructor deberá enseñar técnicas de entrevista, comunicación oral y escrita para realizar con éxito la publicación en el medio de comunicación determinado. Además deberá enseñar técnicas de negociación con medios de comunicación.
B. VIVENCIAR LA ACTIVIDAD DE LA CUAL SE ADQUIRIRÁ INFORMACIÓN DE ACTORES U ORGANIZACIONES ASOCIADAS.	Una vez desarrollado el contenido, el participante deberá dominar técnicas de levantamiento de información in situ, aplicando los conocimientos de uso de herramientas audiovisuales.	I.B Realizar trabajo en terreno para vivenciar las actividades que el participante deberá cubrir en terreno.	<i>Vivenciar en terreno el evento FIT 2009 para cubrir todas las acciones desarrolladas en la misma.</i>	Se evaluará mediante la evidencia audio visual realizada en la actividad específica FIT 2009.	El instructor y/o tutor del módulo, deberá instruir al participante en técnicas de comunicación oral y escrita, además deberá instruir en el uso de herramientas audiovisuales y en la gestión de publicación en medios ya sea escrito, radial, televisivo, online, entre otros.
C. SISTEMATIZAR INFORMACIÓN DE LOS ACTORES Y ORGANIZACIONES ENTREVISTADAS PARA INFORMARSE IN SITU DEL FUNCIONAMIENTO DEL ÁMBITO QUE SE DESENVUELVE LA ORGANIZACIÓN.	Una vez desarrollado el contenido, el participante deberá dominar técnicas de sistematización de información integrando evidencias audiovisuales rescatadas de la actividad específica que cubrirá.	I.C Realizar la sistematización de la información apoyándose de las entrevistas y fotografías recopiladas en terreno o en una actividad específica.	<i>Realizar una publicación en una revista especializada de Turismo donde señale el éxito de la FIT 2009 integrando por supuesto fotografías adecuadas que respalden la publicación.</i>	Se evaluará mediante la evidencia física de la publicación desarrollada por el participante a partir de FIT 2009 y respaldado por las evidencias audiovisuales. Además se considerará las publicaciones en los medios de comunicación.	El instructor y/o tutor del módulo, deberá instruir al participante en técnicas de comunicación oral y escrita, además deberá instruir en el uso de herramientas audiovisuales y en la gestión de publicación en medios ya sea escrito, radial, televisivo, online, entre otros.

MODULO II: DESARROLLAR ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA LA ORGANIZACIÓN

OBJETIVO PRINCIPAL

Proporcionar las herramientas y técnicas para desarrollar estrategia comunicacional para la organización que se desempeña, y diseñar herramientas e indicadores de control y supervisión para implementar con éxito la estrategia.

CUADRO SINOPTICO UNIDADES DEL MODULO 2: DESARROLLAR ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA LA ORGANIZACIÓN

2.1 Preparar Estrategia comunicacional	Aprendizaje esperado de la unidad	2.2 Validar Estrategia Comunicacional	Aprendizaje esperado de la unidad
<p>A. Diseñar Estrategia comunicacional de acuerdo al plan estratégico de la organización que se desempeña incluyendo planes de acción y procesos de evaluación con sus respectivos indicadores claves de desempeño.</p> <p>B. Diseñar plan de medios de acuerdo al plan de acción de la estrategia comunicacional con sus respectivas herramientas de evaluación e indicadores de desempeño. Se debe incluir presupuesto y formas de pago de los medios seleccionados.</p> <p>C. Generar un documento y presentación de la estrategia comunicacional o plan de medios con sus alternativas de implementación técnica y económica a los representantes de la organización en la cual se desempeña</p>	<p>Se espera que el participante una vez concluida la unidad domine las técnicas necesarias para diseñar estrategia comunicacional y de medios con su respectivo presupuesto de ejecución. Además estará capacitado para diseñar herramientas de seguimiento y control e indicadores para evaluar la ejecución del plan.</p>	<p>A. Presentar Estrategia comunicacional y plan de medios a las personas que dirigen la organización en la cual se desenvuelve para validar la estrategia y plan de medios.</p> <p>B. Desarrollar un documento informativo y actividad de difusión para comunicar la estrategia de comunicación en medios ad hoc.</p>	<p>Se espera que el participante una vez concluida la unidad domine las técnicas necesarias para presentar las estrategias a las personas pertinentes para validar y retroalimentar la misma y además, coordinar actividad de difusión para comunicar la estrategia que la organización decidió realizar.</p>
DURACION TOTAL: 30 horas pedagógicas			
HORAS TEÓRICAS	10	HORAS TEÓRICAS	3
HORAS PRÁCTICAS	12	HORAS PRÁCTICAS	5

MODULO II: DESARROLLAR ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA LA ORGANIZACIÓN

UNIDAD 2.1 PREPARAR ESTRATEGIA COMUNICACIONAL

DURACIÓN:
22 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACION ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
A. DISEÑAR ESTRATEGIA COMUNICACIONAL DE ACUERDO AL PLAN ESTRATÉGICO DE LA ORGANIZACIÓN QUE SE DESEMPEÑA INCLUYENDO PLANES DE ACCIÓN Y PROCESOS DE EVALUACIÓN CON SUS RESPECTIVOS INDICADORES CLAVES DE DESEMPEÑO.	Una vez desarrollado el contenido, el participante dominará las herramientas necesarias para diseñar estrategia comunicacional incluyendo además los conocimientos de desarrollo de herramientas de evaluación y seguimiento con sus respectivos indicadores de desempeño y generación de presupuesto.	I. A Realizar estrategia comunicacional con sus respectivos planes y programas de acción, herramientas de evaluación y seguimiento y sus respectivos indicadores de desempeño.	<i>Diseñar Estrategia Comunicacional para el territorio Natales Emprende el cual deberá contener como mínimo: identificación del mercado objetivo del destino, caracterización de la demanda, determinación de los productos y servicios a promover, actividades de difusión nacional e internacional del destino Natales, generación de productos gráficos y de publicaciones entre otros.</i>	Se evaluará mediante la obtención de evidencias físicas generadas a partir del desarrollo del ejemplo descrito en la presente actividad.	El instructor y/o tutor del módulo deberá ser capaz de enseñar técnicas de diseño de estrategia comunicacional y herramientas tanto de seguimiento, control con sus respectivos indicadores de desempeño. Esto además incluye que el participante sea capaz de generar presupuesto de ejecución de la estrategia comunicacional.
B. DISEÑAR PLAN DE MEDIOS DE ACUERDO AL PLAN DE ACCIÓN DE LA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL CON SUS RESPECTIVAS HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN E INDICADORES DE DESEMPEÑO. SE DEBE INCLUIR PRESUPUESTO Y FORMAS DE PAGO DE LOS MEDIOS SELECCIONADOS.	Una vez desarrollado el contenido, el participante dominará las herramientas necesarias para diseñar plan de medios incluyendo además los conocimientos de desarrollo de herramientas de evaluación y seguimiento con sus respectivos indicadores de desempeño y generación de presupuesto.	I. B Realizar estrategia comunicacional con sus respectivos planes y programas de acción, herramientas de evaluación y seguimiento y sus respectivos indicadores de desempeño.	<i>Diseñar plan de medios para el territorio Natales Emprende el cual deberá contener a lo menos: identificación de medios comunicacionales y precios.</i>	Se evaluará mediante la obtención de evidencias físicas, o sea un documento del plan de medios, generadas a partir del desarrollo del ejemplo descrito en la presente actividad.	El instructor y/o tutor del módulo deberá ser capaz de enseñar técnicas de diseño de plan de medios y herramientas tanto de seguimiento, control con sus respectivos indicadores de desempeño. Esto además incluye que el participante sea capaz de generar presupuesto de ejecución del plan.

MODULO II: DESARROLLAR ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA LA ORGANIZACIÓN

UNIDAD 2.1 PREPARAR ESTRATEGIA COMUNICACIONAL

DURACIÓN:
22 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACION ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
C. GENERAR UN DOCUMENTO Y PRESENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL O PLAN DE MEDIOS CON SUS ALTERNATIVAS DE IMPLEMENTACIÓN TÉCNICA Y ECONÓMICA A LOS REPRESENTANTES DE LA ORGANIZACIÓN EN LA CUAL SE DESEMPEÑA	Una vez desarrollado el contenido, el participante deberá ser capaz de aplicar técnicas de presentación o comunicación oral y escrita para presentar planes a los representantes de la organización en la cual se desempeña.	I. C Realizar un documento y presentación de las estrategias de comunicación y medios aplicando técnicas de comunicación oral y escrita.	<i>Realizar un power point con su respectivo resumen ejecutivo de la estrategia comunicacional y plan de medios de Natales Emprende a las autoridades pertinentes.</i>	Se evaluará mediante la observación directa de la acción definida en la presente actividad.	El instructor y/o tutor del módulo deberá entregar al participante las herramientas necesarias para realizar la sistematización de la información y desarrollo de power point. Para lo anterior el instructor deberá enseñar técnicas de comunicación oral y escrita.

MODULO II: DESARROLLAR ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA LA ORGANIZACIÓN

UNIDAD 2.2 VALIDAR ESTRATEGIA COMUNICACIONAL

DURACIÓN:
8 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACION ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
A. PRESENTAR ESTRATEGIA COMUNICACIONAL Y PLAN DE MEDIOS A LAS PERSONAS QUE DIRIGEN LA ORGANIZACIÓN EN LA CUAL SE DESENVUELVE PARA VALIDAR LA ESTRATEGIA Y PLAN DE MEDIOS.	Una vez desarrollado el contenido, el participante deberá ser capaz de aplicar técnicas de presentación o comunicación oral y escrita para presentar planes a los representantes de la organización en la cual se desempeña para validar y realizar correcciones de acuerdo a las observaciones entregadas por los superiores pertinentes.	I. A. Realizar presentación de la estrategia de comunicación y plan de medios aplicando técnicas de comunicación oral y escrita y	<i>Realizar una presentación al Consejo Público Privado del territorio Natales Emprende para recibir las observaciones y validar la estrategia comunicacional y plan de medio.</i>	Se evaluará mediante la observación directa de la acción definida en la presente actividad.	El instructor y/o tutor del módulo deberá entregar al participante las herramientas necesarias para comunicar de manera efectiva la estrategia comunicacional y plan de medios enseñándole técnicas de levantamiento de observaciones, manejo de grupo, liderazgo y mediación de la acción.
B. DESARROLLAR UN DOCUMENTO INFORMATIVO Y ACTIVIDAD DE DIFUSIÓN PARA COMUNICAR LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EN MEDIOS AD HOC.	Una vez desarrollado el contenido, el participante deberá ser capaz de aplicar técnicas de coordinación de actividad de difusión para informar a la comunidad o grupo objetivo la estrategia comunicacional a desarrollar por la organización que se desenvuelve.	I. B. Desarrollar actividad de difusión de la Estrategia comunicacional.	<i>Realizar un Desayuno con medios pertinentes para informar la estrategia comunicacional que ejecutará por ejemplo Natales Emprende para posicionar la marca o destino Turístico Natales Emprende.</i>	Se evaluará mediante la evidencia escrita de las publicaciones en medios de comunicación determinados por el ejemplo de la presente actividad.	El instructor y/o tutor del módulo deberá entregar al participante las herramientas necesarias para redactar comunicado de prensa, difundir en medio comunicacionales y técnicas de convocatoria para realizar con éxito la difusión de la estrategia comunicacional de la organización en la cual se desenvuelve.

MODULO III: IMPLEMENTAR ESTRATEGIA COMUNICACIONAL

OBJETIVO PRINCIPAL

Proporcionar las herramientas y técnicas necesarias para implementar estrategia comunicacional y ser capaz de difundir de manera eficaz las actividades ya sea planificada por la organización o alguna asociada al ámbito de acción de la organización en la cual se desenvuelve.

CUADRO SINÓPTICO UNIDADES DEL MÓDULO 3: IMPLEMENTAR ESTRATEGIA COMUNICACIONAL

3.1 Desarrollar la estrategia comunicacional y de medios	Aprendizaje esperado de la unidad	3.2 Generar informes de avance de la estrategia comunicacional	Aprendizaje esperado de la unidad
<p>A. Generar comunicados de prensa de las acciones a desarrollar en la organización según estrategia de marketing.</p> <p>B. Cubrir la actividad organizada previamente por la organización o alguna asociada al rubro que se desempeña.</p> <p>C. Redactar comunicado y enviar la actividad complementada por evidencias fotográficas u otra a medios de prensa.</p> <p>D. Realizar seguimiento de las acciones determinadas por la estrategia comunicacional</p>	<p>Se espera que el participante una vez concluida la unidad maneje las técnicas necesarias para desarrollar estrategia comunicacional y de medios. Además será capaz de redactar comunicados, cubrir actividades y realizar seguimiento de las publicaciones en medios de comunicación.</p>	<p>A. Desarrollar y presentar informes de avance del plan comunicacional según procedimientos establecidos por la organización.</p> <p>B. Integrar correcciones u observaciones en el plan de acción del plan comunicacional para así lograr una efectiva difusión de lo que la organización quiere comunicar.</p>	<p>Se espera que el participante una vez concluida la unidad sea capaz de desarrollar e informar estados de avance de la ejecución del plan integrando observaciones entregadas por sus superiores.</p>
DURACION TOTAL: 32 horas pedagógicas			
HORAS TEÓRICAS	10	HORAS TEÓRICAS	4
HORAS PRÁCTICAS	12	HORAS PRÁCTICAS	6

MODULO III: IMPLEMENTAR ESTRATEGIA COMUNICACIONAL

UNIDAD 3.1 DESARROLLAR LA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL Y DE MEDIOS

DURACIÓN:
22 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACION ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
A. GENERAR COMUNICADOS DE PRENSA DE LAS ACCIONES A DESARROLLAR EN LA ORGANIZACIÓN SEGÚN ESTRATEGIA DE MARKETING.	Una vez desarrollado el contenido, el participante será capaz de desarrollar comunicados de prensa	I. A Desarrollar comunicados de prensa	<i>Desarrollar comunicado de prensa de lanzamiento de un fondo concursable a realizarse en la Región de Valparaíso para fortalecer la infraestructura turística.</i>	Se evaluará el contenido con la obtención de evidencia física del comunicado de prensa desarrollado por el participante.	El instructor y/o tutor del módulo deberá enseñar al participante sobre técnicas de diseño de comunicados de prensa.
B. CUBRIR LA ACTIVIDAD ORGANIZADA PREVIAMENTE POR LA ORGANIZACIÓN O ALGUNA ASOCIADA AL RUBRO QUE SE DESEMPEÑA.	Una vez desarrollado el contenido, el participante será capaz de cubrir las actividades en terreno y utilizar herramientas de apoyo audiovisuales	I.B Cubrir in situ las actividades organizadas previamente por la organización o en alguna asociada al ámbito de acción.	<i>Cubrir Expo Mundo rural para levantar entrevistas y rescatar fotografías en terreno.</i>	Se evaluará el contenido con la obtención del comunicado de prensa el cual contiene todas las evidencias levantadas en terreno o en la actividad descrita en la presente actividad.	El instructor y/o tutor del módulo deberá enseñar al participante a levantar información en terreno y a utilizar herramientas audiovisuales para respaldar las entrevistas y actividades que cubra el presente participante.
C. REDACTAR COMUNICADO Y ENVIAR LA ACTIVIDAD A MEDIOS DE PRENSA.	Una vez desarrollado el contenido, el participante dominará las técnicas de redacción de comunicados y envío de éstas	I. C Redactar comunicado y enviarlo a los medios de comunicación apropiados.	Redactar comunicado de prensa del cierre del proyecto "Levantamiento de Perfiles Ocupacionales Críticos y Desarrollo de Material formativo para el Clúster de Turismo de Intereses Especiales" y enviar a los medios comunicacionales.	Se evaluará mediante la observación directa del ejemplo descrito en la presente actividad y de la evidencia física del comunicado de prensa desarrollado por el participante.	El instructor y/o tutor del módulo deberá, entregar las herramientas y técnicas necesarias para que el participante tenga la capacidad de redactar y enviar comunicados de prensa o documentos de difusión a medios de comunicación.

MODULO III: IMPLEMENTAR ESTRATEGIA COMUNICACIONAL

UNIDAD 3.1 DESARROLLAR LA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL Y DE MEDIOS

DURACIÓN:
22 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACION ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
D. REALIZAR SEGUIMIENTO DE LAS ACCIONES DETERMINADAS POR LA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL VERIFICAR PUBLICACIÓN O DIFUSIÓN DE LA ACTIVIDAD DESARROLLADA POR LA ORGANIZACIÓN.	Una vez desarrollado el contenido, el participante dominará las técnicas de seguimiento de los comunicados y acciones de difusión de las actividades determinadas por la estrategia.	I.D. Realizar seguimiento de las actividades determinadas por la estrategia.	Realizar seguimiento de la publicación de Expo Rural en el Mercurio, éste seguimiento debe consistir por lo menos en la revisión previa publicación.	Se evaluará mediante la revisión de la publicación previa publicación	El instructor y/o tutor del módulo deberá enseñar técnicas de seguimiento de comunicados y acciones de difusión de las actividades determinadas por la estrategia.

MODULO III: IMPLEMENTAR ESTRATEGIA COMUNICACIONAL

UNIDAD 3.2 GENERAR INFORMES DE AVANCE DE LA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL

DURACIÓN:
10 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACION ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
A. DESARROLLAR Y PRESENTAR INFORMES DE AVANCE DEL PLAN COMUNICACIONAL SEGÚN PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN.	Una vez desarrollado el contenido, el participante dominará técnicas de desarrollo de informes de avance de la ejecución del plan.	I. A Desarrollar informes de avance del plan comunicacional.	<i>Desarrollar el primer informe de avance correspondiente al primer semestre de ejecución del plan comunicacional de Natales Empeñe.</i>	Se evaluará mediante la evidencia escrita del documento denominado informe de avance desarrollado por el participante.	El instructor y/o tutor del módulo deberá, otorgar a los participantes las técnicas necesarias para desarrollar informes de avance.
B. INTEGRAR CORRECCIONES U OBSERVACIONES EN EL PLAN DE ACCIÓN DEL PLAN COMUNICACIONAL PARA ASÍ LOGRAR UNA EFECTIVA DIFUSIÓN DE LO QUE LA ORGANIZACIÓN QUIERE COMUNICAR.	Una vez desarrollado el contenido, el participante dominará técnicas de integración de correcciones u observaciones en el plan comunicacional.	I. B Integrar correcciones u observaciones en el plan de acción del plan comunicacional.	<i>Desarrollar una reunión con el Consejo Público Privado de Natales Empeñe para presentar plan de acción del plan comunicacional y tomar las observaciones y correcciones e integrar en el plan.</i>	Se evaluará comparando el plan comunicacional inicial con el final donde se verificarán los cambios, además se evaluará con evidencias audiovisuales que respalden el desarrollo de la reunión.	El instructor y/o tutor del módulo deberá, otorgar a los participantes técnicas necesarias para levantar las observaciones y modificaciones e integrar en el plan comunicacional.