

Creación de Contenido, la Nueva Forma de Vender en la Empresa (90 horas)

Unidad 1: Introducción al marketing de contenidos (10 horas)

1. Qué es el marketing de contenidos y por qué es clave en las ventas.
2. Tipos de contenido y su propósito en el embudo de ventas.
3. Identificación del público objetivo.
4. Introducción al storytelling aplicado al contenido.

Unidad 2: Estrategias de contenido para empresas (20 horas)

1. Cómo diseñar una estrategia de contenido:
 - Objetivos SMART (específicos, medibles, alcanzables, relevantes y temporales).
 - Identificación de formatos clave.
2. Creación de un calendario editorial.
3. Estrategias de contenido para fidelización de clientes:
 - Email marketing.
 - Contenido exclusivo.
4. Optimización para SEO:
 - Uso de palabras clave.
 - Metaetiquetas y descripciones optimizadas.

Unidad 3: Creación de contenido visual (20 horas)

1. Fotografía y diseño para redes sociales:
 - Uso de herramientas como Canva o Adobe Express.
2. Creación de videos promocionales:
 - Introducción a herramientas como CapCut e InShot.
 - Técnicas de edición básica y storytelling en video.
3. Producción de gráficos interactivos:

- Uso de infografías y elementos visuales dinámicos.

Unidad 4: Gestión y publicación de contenido (20 horas)

1. Principales plataformas para la publicación:

- Redes sociales (Instagram, Facebook, LinkedIn, TikTok).
- Blogs corporativos y páginas web.

2. Herramientas de programación y análisis:

- Uso de Hootsuite o Buffer.
- Análisis de métricas para medir el impacto del contenido.

3. Cómo adaptar contenido a diferentes audiencias y plataformas.

Unidad 5: Evaluación del rendimiento del contenido (20 horas)

1. Introducción a las métricas clave:

- Alcance, interacciones, tiempo de visualización, CTR (Click Through Rate).

2. Análisis del impacto de las estrategias de contenido:

- Cómo interpretar los datos y ajustar las campañas.

3. Uso de herramientas como Google Analytics y Meta Business Suite.

4. Mejora continua en la estrategia de contenidos:

- Identificación de puntos de mejora y tendencias emergente