

TOULOUSE
LAUTREC

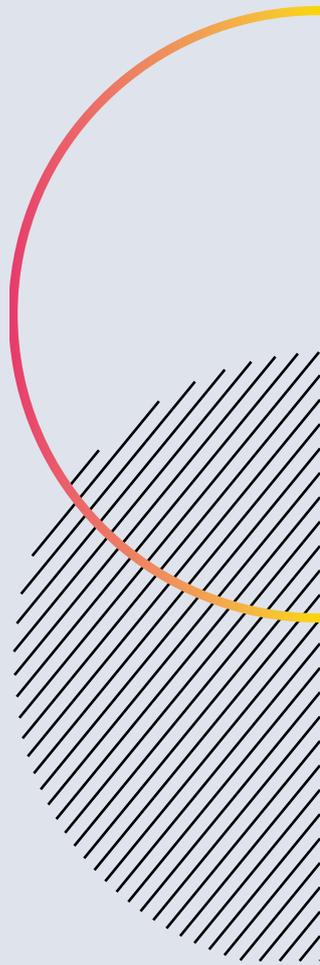
Creatividad Digital y
marketing
de contenidos



Contenido

Presentación **3**

-  Competencia **3**
-  Capacidades **3**
-  Tiempo de dedicación a tu curso **3**
-  ¿Cuáles son nuestros insumos? **3**
-  Organización de los contenidos **4**



Competencia

Desarrolla una estrategia de Marketing de Contenidos, enfocada en los objetivos de la marca y las necesidades del target, a través de metodologías de trabajo que promuevan acciones controladas y medibles.

Capacidades

Módulo 1	Módulo 2	Módulo 3
Propone un Concepto Central Creativo que responda a los valores y objetivos de una marca.	Elabora el plan estratégico general de Marketing de Contenidos para una marca considerando la propuesta del Concepto Central Creativo.	Elabora el plan táctico general de Marketing de Contenidos para una marca que incluye el calendario editorial, así como la medición y las métricas.

Tiempo de dedicación a tu curso

El curso es 100% online, está distribuido en 3 módulos. La duración del curso es de 5 horas, las cuales deberás distribuir para revisar los recursos y resolver las actividades.

¿Cuáles son nuestros insumos?



Guía de estudio

Todos los contenidos y actividades descritos, para guiarte en el desarrollo del curso.



Pildoras de conocimiento

Audiovisuales con tu docente para explicar de manera amigable los contenidos de cada módulo.



Presentaciones interactivas

Contenido explicativo interactivo sobre los temas de cada módulo.



Actividades

Autoevaluaciones y foro para fortalecer y compartir tus aprendizajes.



Resultados de aprendizaje

Organización de los contenidos y actividades

Módulo	Contenidos	Actividades asíncronas
1	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Presentación del curso. ▪ Etapas del proceso creativo. ▪ El entorno digital: hipertextualidad, interactividad e hiperconectividad. ▪ Pensamiento lateral y planteamiento del Concepto. ▪ Central Creativo (CCC) Del storytelling al storydoing. 	<p>Revisa los videos y la presentación interactiva</p> <p>Resuelve la autoevaluación</p>
2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Contexto e introducción: ¿es el marketing de contenidos útil para mi marca? ▪ Estrategia de contenidos. ▪ Producción de contenidos en base al customer journey de tu negocio. ▪ De la generación de interés a la conversión mediante contenido auténtico. ▪ ¿Cómo conseguir que Google encuentre mi contenido? 	<p>Revisa los videos y la presentación interactiva</p> <p>Resuelve la autoevaluación</p>
3	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Redes sociales y distribución de contenidos: estrategia y calendarios. ▪ Gestión diaria de los canales sociales: Community Management. ▪ Herramientas de gestión y medición del social media. ▪ Influencers: amplificar tu distribución a través de prescriptores online. ▪ Identificar, interactuar y medir tus campañas con influencers. 	<p>Revisa los videos y la presentación interactiva.</p> <p>Resuelve la autoevaluación.</p> <p>Participa del Foro de cierre del curso.</p>