

Nombre de la acción formativa	<i>¿Cómo crear contenido de Valor para Redes Sociales?</i>
Descripción de la actividad:	<p>La comunicación de una marca debe ser tratada desde una perspectiva integradora, que permita proyectar mensajes afines a la marca con una coherencia y cohesión palpables, sin perder de vista los objetivos del negocio.</p> <p>El Inbound Marketing es la disciplina que pretende conseguir la adhesión de clientes potenciales a la marca, en las Redes Sociales; se le conoce también como "marketing de atracción". En este tipo de estrategias, la elaboración de los mensajes es clave para impactar en los usuarios desde un punto de vista empático.</p> <p>Se dice que "publicar por publicar" no tiene sentido. Es necesario que las acciones sean orientadas para que los mensajes conecten con el público de una marca para reforzarla. Ahí radica la importancia de crear contenido de calidad (Content Marketing), ya que, de lo contrario, los seguidores tendrán muy poca interacción con la marca en una red social y el alcance de esta se verá reducido, sobre todo de manera orgánica.</p>
Objetivo general:	Desarrollar habilidades prácticas para crear contenido en redes sociales basado en las necesidades de una marca y adecuado a su público en el contexto digital.
Objetivos específicos:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conocer aspectos clave del Content marketing, que permitan entender las bases teóricas para elaborar una estrategia de creación de contenido de valor y su correcta aplicación. 2. Identificar los tipos de contenido y formatos que se requieren según cada red social para la creación de contenido de valor. 3. Entender las técnicas que deben utilizarse para el diseño de las publicaciones y los temas en tendencia para la creación de contenido. 4. Identificar las herramientas gratuitas que pueden ser utilizadas para la creación de contenido, así como la elaboración de un calendario mensual y recomendaciones sobre la gestión de crisis en la comunicación.
Dirigido a:	Profesionales autónomos, pequeños y medianos empresarios, así como a emprendedores que deseen adquirir conocimientos para la creación y publicación de contenido en Redes Sociales. Lo idea es que tengan conocimiento básico sobre el uso de redes sociales.
Metodología de capacitación:	Curso
Tipo de actividad de capacitación:	Virtual
Modalidad:	aprovechamiento
Duración en horas	40 horas
Recursos y materiales	Acceso a internet Computadora de escritorio, portátil o tableta o celular

Diseño curricular de la acción formativa:

Objetivos específicos	Contenido temático	Actividades a realizar	Tiempo	Recursos y materiales
Conocer aspectos clave del Content marketing, que le permita entender las bases teóricas para elaborar una estrategia de creación de contenido de valor y su correcta aplicación.	I. Content Marketing <ol style="list-style-type: none"> ¿Qué es el Content Marketing? Elementos clave en un Plan de Contenido <ul style="list-style-type: none"> Público Objetivo Personalidad de marca Identidad Corporativa Objetivos Mk Digital 	<ul style="list-style-type: none"> Identificar la personalidad de marca y público objetivo de una marca. Identificar el tipo de logotipo 	10 horas de estudio	<ul style="list-style-type: none"> Infografía No.1: Etapas de la Metodología del Inbound Marketing. Lectura No.1: ¿Por dónde empiezo si quiero emprender? Lectura No. 2: ¿Qué debo saber para diseñar un logo? Video: ¿Qué es branding o identidad de marca? Video: ¿Cómo crear La Personalidad de Marca? Video: Caso Apple, logo, identidad y gestión de marca.
Identificar los tipos de contenido y formatos que se requieren según cada red social para la creación de contenido de valor.	II. Comunicación en Redes Sociales <ol style="list-style-type: none"> Tono de la comunicación en RS. <ul style="list-style-type: none"> Propósito del tono de la comunicación Tono según propósito Carácter de la comunicación. Tipos de Contenido (Formatos). Tamaños para publicaciones. Horarios para publicar 	<ul style="list-style-type: none"> Análisis Plan de contenido 	10 horas de estudio	<ul style="list-style-type: none"> Video: ¿Qué es el Marketing de Contenidos? Video: Tono de comunicación en entornos digitales Infografía No.1 y 2: Tonos de la comunicación según cada Red Social. Video: ¿Cuál es el MEJOR horario para publicar en facebook? Video: Cómo Crear tu Plan de Contenidos
Entender las técnicas que deben utilizarse para el diseño de las publicaciones y las temas en tendencia para la creación de contenido.	III. Técnicas para el Diseño de Contenido <ol style="list-style-type: none"> Modelo AIDA Copywirting <ul style="list-style-type: none"> Relevancia y Engagement Brevidad y Claridad Títulos Atractivos Usar un Estilo Cercano Respuesta a Preguntas Uso Emojis/ Emoticones Uso de Hastag Tips y Recomendaciones 	<ul style="list-style-type: none"> Análisis Copy Creación de Título llamativo para Publicación en Redes Sociales 	10 horas de estudio	<ul style="list-style-type: none"> Video: Copy Conversacional, ¿Qué es y 10 trucos para escribir textos que conviertan? Lectura: ¿Cómo escribir títulos Creativos? Técnicas para encantar a tus... PPT Ejemplo Análisis de Copy - Método de Preguntas Video: ¿Qué es el Storytelling?

Objetivos específicos	Contenido temático	Actividades a realizar	Tiempo	Recursos y materiales
Identificar las herramientas gratuitas que pueden ser utilizadas para la creación de contenido, así como la elaboración de un calendario mensual y recomendaciones sobre la gestión de crisis en la comunicación.	IV. Herramientas para la creación de contenido <ol style="list-style-type: none"> 1. Herramientas gratuitas para la creación de contenido. 2. Calendario Editorial 3. Plan de Crisis <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tips y recomendaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de Publicación • Creación de Calendario editorial para una marca y/o empresa (1 Semana) 	10 horas de estudio	<ul style="list-style-type: none"> - Lectura: Los 52 mejores programas de Marketing de Contenido Gratis! - Video: Crea un Calendario de Contenidos para tus Redes Sociales. - Video: Cómo responder a comentarios negativos en Redes Sociales. - Ejemplo de un Calendario Editorial - Plantilla para crear un Calendario Editorial

Competencias por desarrollar en el curso

<i>Competencias conceptuales</i>	El participante comprenderá aspectos clave del Content Marketing que deben ser tomados en cuenta a la hora de crear contenido de valor para una red. Social.
<i>Competencias procedimentales</i>	El participante aprenderá sobre el procedimiento que debe llevar a cabo según el tipo, formato, tamaño y ejes de contenido para la creación de las publicaciones y la elaboración del calendario editorial.
<i>Competencias actitudinales</i>	El participante comprenderá la importancia del alcance e impacto que tiene crear contenido de valor para promocionar un producto y/o servicio en las redes sociales.
<i>Competencias digitales</i>	El participante conocerá las diferentes herramientas que pueden ser utilizadas para crear contenido de manera gratuita en redes sociales.

***MODALIDAD DE APROVECHAMIENTO:** Los cursos virtuales cuya modalidad sea de aprovechamiento, podrán optar por el certificado cumpliendo con un requisito un mínimo de participación del 90% del tiempo efectivo y presentar la evaluación al finalizar la capacitación, cuya nota mínima de aprobación de la prueba será de 80 puntos.

****ACTIVIDADES A REALIZAR:** Aquí se detallan los diversos medios didácticos a utilizar, por ejemplo, videos introductorios, descripción, matriz de contenidos, esquemas conceptuales, foros, wikis, lecturas, imágenes, teleclases, autoevaluaciones, pruebas, entre otros.