

CURSO:

CONTENT MARKETING ESTRATÉGICO: CREÁ CONTENIDO QUE CONECTE Y CONVIERTA



GESTIÓN EMPRESARIAL

OBJETIVO

Objetivo general

Que el participante comprenda el content marketing como disciplina estratégica, desarrolle criterio para crear contenido relevante y efectivo, y construya una estrategia de contenido completa y aplicable a su marca, negocio o proyecto.

Objetivos específicos

- Comprender los fundamentos del marketing y su relación directa con el content marketing.
- Identificar audiencias, sus necesidades y como el contenido responde a ellas.
- Definir la identidad de marca: arquetipo, personalidad, tono, voz y mensajes clave.
- Dominar los principios del storytelling y el copywriting orientados a resultados.
- Conocer los formatos actuales y las buenas prácticas por plataforma.
- Construir una estrategia de contenido marketing completa, coherente y accionable.

PÚBLICO OBJETIVO

Emprendedores, dueños de negocio, profesionales de marketing y comunicación, community managers y cualquier persona que quiera usar el contenido como herramienta estratégica para hacer crecer su marca. No se requiere experiencia técnica previa.

CARGA HORARIA

9 horas reloj.

METODOLOGÍA

Taller teórico-practico con enfoque participativo. Cada sesión combina conceptos clave, casos reales de marcas, ejercicios aplicados y análisis entre participantes. El hilo conductor del curso es la construcción progresiva de una estrategia de contenido real, que cada participante desarrolla para su propia marca o proyecto a lo largo de las tres sesiones.

CURSO:

CONTENT MARKETING ESTRATÉGICO: CREÁ CONTENIDO QUE CONECTE Y CONVIERTA



GESTIÓN EMPRESARIAL

Medios utilizados

Presentación en PowerPoint. Actividades guiadas y dinámicas grupales. Casos reales de content marketing local e internacional. Plantillas descargables: buyer persona, mapa de mensajes, calendario editorial, estrategia. Análisis de piezas y campañas de contenido exitosas. Ejercicios de ideación y construcción de estrategia en tiempo real.

CERTIFICACIÓN

En respuesta a la era de la Transformación Digital, integramos las credenciales digitales con tecnología Blockchain en el reconocimiento de logros adquiridos por los participantes de nuestras capacitaciones de Educación Continua, destacándonos como pioneros en Bolivia.

Este curso ofrece un certificado digital de asistencia con tecnología Blockchain, que reconoce las habilidades y conocimientos adquiridos; para obtenerlo, es necesario completar el curso cumpliendo con el requisito de una asistencia mínima del 80%.

Además, los participantes que elijan la modalidad online (si el curso aplica), deben tomar en cuenta solo se considerará asistencia si se encuentran en la clase con la cámara prendida.

Este tiene las siguientes características:

- **Metadatos Integrados:** Cada credencial digital contiene datos que describen la información clave de la certificación, incluidos los criterios de otorgamiento.
- **Tecnología Blockchain:** Esta tecnología proporciona un registro inmutable y seguro de cada credencial emitida, lo que impide su falsificación o alteración.
- **Verificación en tiempo real:** Puede ser verificada en tiempo real a través de un enlace web o un código QR.
- **Socialización:** El titular puede compartir sus credenciales directamente en plataformas profesionales como LinkedIn, en redes sociales o incluirlas en sus firmas de correo electrónico.

CURSO:

CONTENT MARKETING ESTRATÉGICO: CREÁ CONTENIDO QUE CONECTE Y CONVIERTA



GESTIÓN EMPRESARIAL

CONTENIDO

Bloque 1 - Fundamentos y Diagnostico Estratégico

Que es el marketing y por qué importa

- El marketing como disciplina estratégica: crear, comunicar y entregar valor
- Marketing vs. Branding: diferencias y complementariedad
- El consumidor y su proceso de decisión
- Del marketing tradicional al marketing de contenidos

Introducción al Content Marketing

- Que es el content marketing y en qué se diferencia de la publicidad
- El contenido como activo estratégico de largo plazo
- Como el contenido genera confianza, autoridad y conversión
- El content funnel: contenido para cada etapa del viaje del consumidor
- Casos reales de content marketing bien ejecutado

Bases para construir la estrategia

- Definición de objetivos de contenido (SMART)
- Análisis FODA aplicado al contenido de marca
- Buyer persona: como construirlo con datos reales
- El Golden Circle (Simon Sinek): porque, como y que
- Propuesta de valor y promesa de marca
- Descubriendo el valor diferencial: que tenemos para decir

Ejercicio práctico

Inicio de la estrategia de contenido: cada participante define sus objetivos, realiza el FODA de su marca, construye su buyer persona y trabaja su Golden Circle y promesa de marca.

CURSO:

CONTENT MARKETING ESTRATÉGICO: CREÁ CONTENIDO QUE CONECTE Y CONVIERTA



GESTIÓN EMPRESARIAL

Bloque 2 - Identidad de Marca y Creación de Contenido

Identidad y voz de marca

- Arquetipos de marca: los 12 arquetipos y como identificar el tuyo
- Personalidad de marca: atributos, carácter y coherencia
- Tono y voz: como se define y como se mantiene en cada canal
- Mensajes clave y mensajes secundarios
- Ejes de comunicación: los pilares temáticos que ordenan el discurso

Creación de contenido que conecta

- Los tres motores del buen contenido: Educación, Entretenimiento e Inspiración
- Storytelling aplicado al contenido de marca: estructura y emoción
- Copywriting para redes sociales, email y web
- Formatos actuales: video corto, carruseles, newsletters, blogs, podcasts, UGC
- Buenas prácticas por plataforma: Instagram, LinkedIn, TikTok, YouTube, email
- Contenido orgánico vs. contenido con pauta: cuando y como combinarlos
- Producción de contenido de calidad con recursos limitados

Ejercicio práctico

Construcción de la identidad de contenido: cada participante define el arquetipo y personalidad de su marca, establece su tono y voz, redacta sus mensajes clave y ejes de comunicación, y desarrolla una pieza de contenido real aplicando storytelling y copywriting.

Bloque 3 - Estrategia, Amplificación y Entregable Final

Arquitectura de la estrategia de contenido

- Pilares de contenido: definición, equilibrio y aplicación practica
- Selección de canales y formatos prioritarios según audiencia y objetivo
- Calendario editorial: estructura, frecuencia y gestión operativa

CURSO:

**CONTENT
MARKETING
ESTRATÉGICO:
CREÁ CONTENIDO QUE
CONECTE Y CONVIERTA**



GESTIÓN EMPRESARIAL

- Herramientas de planificación y gestión de contenido
- Métricas clave: alcance, engagement, conversión y retención
- Iteración y optimización basada en datos

Amplificación: del contenido orgánico a la conversión

- Por qué el contenido orgánico necesita pauta para escalar
- Introducción al Business Manager de Meta
- Tipos de campañas y objetivos publicitarios
- Como convertir una pieza de contenido orgánico en un anuncio efectivo
- Segmentación de audiencias en Meta Ads
- Presupuesto, duración y lectura de resultados básicos

Ejercicio práctico

Entregable final: cada participante presenta su estrategia de content marketing completa: diagnostico (FODA), buyer persona, Golden Circle, promesa de marca, arquetipo, tono y voz, mensajes clave, ejes de comunicación, pilares de contenido, calendario editorial y KPIs.

FACILITADOR

Edmundo Rodríguez

Estratega senior de marketing con más de 15 años de experiencia en campañas digitales, creatividad y desarrollo de contenido en América Latina y Estados Unidos.

Es socio y director de SWIITCH, agencia especializada en estrategia, branding y marketing digital. A lo largo de su trayectoria ha asesorado a marcas multinacionales, medios de comunicación, emprendimientos y proyectos educativos, desarrollando estrategias orientadas a resultados, creatividad e innovación.

Asimismo, ha impartido talleres y programas de capacitación para universidades, cámaras de comercio y empresas líderes de diversos sectores, consolidando una destacada experiencia en formación y consultoría en marketing estratégico y transformación digital.