




# Marketing de Contenidos



## Presentación del Curso



**ESCUELA POLITÉCNICA NACIONAL  
CENTRO DE EDUCACIÓN CONTINUA - UNIDAD DE EDUCACIÓN VIRTUAL**

**Coordinación de contenidos:**

Lic. Gabriela Martínez, Mgs.

**Elaboración de la presentación:**

Lic. Jessica Tipantuña, Mgs.

**Diseño Gráfico:**

Ing. Carla Gómez

**Primera Edición:** Junio, 2016.

**Quito- Ecuador**

## Contenido

|                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| Presentación del Curso: .....     | 4 |
| Prerrequisitos: .....             | 4 |
| Objetivo General del Curso: ..... | 5 |
| Objetivos Específicos: .....      | 5 |
| Contenidos: .....                 | 5 |
| Metodología y Evaluación: .....   | 5 |
| Cronograma de Actividades: .....  | 7 |
| Duración: .....                   | 8 |
| Bibliografía: .....               | 8 |

# PRESENTACIÓN DEL CURSO

---

## Presentación del Curso:



Este curso está dirigido a personas interesadas en desarrollar estrategias efectivas de marketing de contenidos a través del uso de blogs con el fin de otorgar los conocimientos necesarios para el proceso de promoción de su empresa o marca, permitirá que la comunicación con los clientes o consumidores sea bidireccional y se construya una relación a largo plazo potenciada por la actualización frecuente de contenido y conectado a través de las redes sociales.

Para lograr una publicidad y comunicación efectiva con los clientes es necesario complementar el uso de blogs con las bondades que proporcionan las redes sociales y las posibilidades de automatizar que el contenido del blog se publique y promocióne a través de las redes sociales haciendo uso efectivo de una estrategia de marketing de contenidos efectiva.

## Prerrequisitos:

### Técnicos:

- Navegadores de Internet: Mozilla Firefox, Google Chrome e Internet Explorer.
- Acceso a Redes Sociales.
- Acceso a YouTube.
- Tener instalado en el computador: Adobe Acrobat Reader, Adobe Flash Player y Adobe Shockwave Player.

### Generales:

- Uso de Internet.
- Manejo de redes sociales.
- Conocimientos sobre diseño de blogs.
- Conocimientos de Ofimática.

## Objetivo General del Curso:

Desarrollar estrategias efectivas de marketing de contenidos a través del uso de blogs aplicando estrategias de social media que permitan la promoción de su empresa o marca y la comunicación con los clientes.

## Objetivos Específicos:

- Analizar la conceptualización y caracterización de marketing de contenidos aplicados a un blog.
- Explorar estrategias de marketing de contenidos.
- Identificar las estrategias de social media para promocionar y dinamizar el contenido de los blogs.
- Diseñar un plan estratégico de marketing de contenidos aplicado a una marca o empresa, para promocionarla de manera efectiva.

## Contenidos:

### Unidad 1: Marketing de contenidos

- Definición de marketing de contenido.
- Características esenciales del marketing de contenido.

- Tipos de contenido.
- Blogs y marketing de contenido

### **Unidad 2: Identificación y análisis de estrategias de marketing de contenidos**

- Identificar e incorporar elementos innovadores.
- Elementos de marketing de contenido esenciales para el uso efectivo de blogs.
- Metodología de inbound marketing utilizadas para el marketing de contenido.

### **Unidad 3: Diseño e implementación de estrategias de social media**

- Las redes sociales para promocionar el contenido en los blogs.
- Estrategias de dinamización, publicidad y promoción en redes sociales para el contenido de los blogs.
- Estrategias de promoción impulsada.
- Plan estratégico de promoción de contenido en redes sociales.

### **Unidad 4: Plan estratégico de marketing de contenidos**

- Ventajas del diseño de un plan estratégico de marketing de contenido para la gestión y manejo del blog y promoción de la empresa o marca.
- Pasos para el diseño del plan estratégico de marketing de contenido:
- El plan estratégico de marketing de contenido aplicado a la empresa o marca.

## **Metodología y Evaluación:**

El aprendizaje es constructivista y conectivista, la participación del estudiante tiene un aporte real en cuanto posee la autonomía para determinar sus propios objetivos del éxito del MOOC.

El MOOC se caracteriza por la construcción de un aprendizaje autónomo, colaborativo, autorregulado, rizomático y situado. El estudiante de un MOOC construye su conocimiento en función de diversas actividades y cuestionarios planteados para desarrollar destrezas y competencias, dispone a la vez de recursos que se encuentran en la plataforma: objetos de aprendizaje, lecturas, videos, sitios web, entre otros.

Las actividades son autoevaluativas, los cuestionarios tienen una puntuación de 25 puntos en cada unidad. Las 4 unidades suman un total de 100 puntos.

La nota mínima para aprobar el curso es de 70/100.

## Cronograma de Actividades:

| Semana 1  | Semana 2  | Semana 3  | Semana 4   |
|---|---|---|--|
| Unidad 1  | Unidad 2  | Unidad 3  | Unidad 4   |
| <b>Actividades de Familiarización</b>   | <b>Actividades de Aprendizaje</b>   |   |  |
| <p>Desarrollo de la Encuesta Inicial.</p> <p>Participación en el Foro de Presentación.</p>  | <p>Análisis del Material de Estudio y Recursos Complementarios.</p> <p>Tarea: Elaborar un plan para la incorporación de los elementos de marketing de contenido.</p> <p>Desarrollo del Cuestionario de la Unidad 2- <b>25 puntos.</b></p> | <p>Análisis del Material de Estudio y Recursos Complementarios.</p> <p>Tarea: Elaborar una estrategia de social media.</p> <p>Desarrollo del Cuestionario de la Unidad 3- <b>25 puntos.</b></p> | <p>Análisis del Material de Estudio y Recursos Complementarios.</p> <p>Tarea: Elaborar un plan estratégico de marketing de contenido.</p> <p>Desarrollo del Cuestionario de la Unidad 4- <b>25 puntos.</b></p> |
| <b>Actividades de Aprendizaje</b>   | <b>Autoevaluación</b>   |   |  |
| <p>Análisis del Material de Estudio y Recursos Complementarios.</p> <p>Tarea: Elaborar una presentación (Bio digital).</p> <p>Desarrollo del Cuestionario de la Unidad 1- <b>25 puntos.</b></p> | <p>Contrastación de la Tarea: Elaborar un plan para la incorporación de los elementos de marketing de contenido con la solución.</p> <p>Participación en el Foro Colaborativo</p>   | <p>Contrastación de la Tarea: Elaborar una estrategia de social media.</p> <p>Participación en el Foro Colaborativo.</p>  | <p>Contrastación de la Tarea: Elaborar un plan estratégico de marketing de contenido.</p> <p>Participación en el Foro Colaborativo.</p>  |
| <b>Autoevaluación</b>   |   |   | <b>Actividades de Cierre</b>   |
| <p>Contrastación de la Tarea: Elaborar una presentación (Bio digital) con la solución.</p> <p>Participación en el Foro Colaborativo</p>   |   |   | <p>Desarrollo de la Encuesta Final.</p>  |

## Duración:

**Semanas:** 4

**Horas:** 48

## Bibliografía:

- Noblejas, D. (2013). ¿Qué es el Inbound Marketing? Disponible en: <http://increnta.com/es/blog/que-es-el-inbound-marketing/>
- Nunez, V. (2014). ¿Cómo crear estrategias de Marketing de Contenidos? Disponible en: <http://vilmanunez.com/2014/01/31/estrategia-marketing-de-contenidos/>
- Nunez, V. (2014). Cómo promocionar una estrategia de contenidos en redes sociales y blogs. Disponible en: <http://vilmanunez.com/2014/01/30/como-promocionar-una-estrategia-de-contenidos-en-redes-sociales-y-blogs/>
- Nunez, V. Marketing de contenidos para triunfar en Internet. Disponible en: <http://vilmanunez.com/2013/12/11/e-book-marketing-de-contenidos-para-triunfar-en-internet/>
- Rijo, V. (2016). 10 Razones para crear un blog de empresa. Disponible en: <https://www.lancetalent.com/blog/10-razones-crear-un-blog-startup/>
- Vargas, S. (s/f) ¿Por qué se debe implementar una estrategia de inbound marketing? Marketing Director en Giraffe Colombia Ltda. Disponible en: [http://www.formacionventures.com.co/sites/default/files/herramientas/estrategia-de-inbound-marketing\\_0.pdf](http://www.formacionventures.com.co/sites/default/files/herramientas/estrategia-de-inbound-marketing_0.pdf)
- Guía paso a paso para diseñar una estrategia de Marketing online. Giraffe Ideas. Disponible en:  
<http://www.formacionventures.com.co/sites/default/files/herramientas/paso-a-paso-para-disenar-estrategia-marketing-online%20.pdf>



Esta obra está bajo una [licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 3.0 Ecuador](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/ec/)

