



# Marketing de contenidos

Programa 

---

## Objetivo general

Adquirir conocimientos y herramientas para gestionar el marketing de contenidos de mi empresa y/o eventos poniendo el foco en el desarrollo estratégico y los resultados.

## Objetivos específicos

- Comprender la creación y el desarrollo de objetivos estratégicos.
- Realizar un autodiagnóstico de los valores que deseo potenciar en el plan de comunicación a través de los pilares de contenidos que se alineen a mi estrategia.
- Abordar las nuevas tecnologías y tendencias para poder identificar cuáles son las más destacadas en el mercado de los eventos.
- Ser capaces de visualizar y planificar qué debe tener un equipo de comunicación y contenidos según las necesidades y estrategia del proyecto a realizar.
- Comprender y aplicar técnicas de selección de influencers con objetivos claros y medibles.

## Público objetivo

Este curso está dirigido a tomadores de decisiones estratégicas, mandos medios, áreas gerenciales, comerciales, y de marketing de empresas de todos los rubros, especialmente de la industria de turismo y reuniones.

## Modalidad de trabajo

El curso se desarrolla con modalidad online en vivo en el aula virtual de la Escuela de Negocios de AOCA. Los contenidos de formación se desarrollarán en cinco encuentros. Cada uno de ellos contará con una introducción a los conceptos claves del módulo, un workbook con ejercicios prácticos y enlaces de herramientas y contenidos adicionales y slides presentadas en el encuentro en PDF. Para finalizar el curso, deberá completar la evaluación final multiple choice.

## Modalidad de acreditación

Para lograr la acreditación del curso, se deberán asistir a un mínimo del 80% de los encuentros y completar de forma satisfactoria la evaluación final del curso.

## Módulo 1 – ESTRATEGIAS Y OBJETIVOS

**Objetivo general: Aprender a crear una estrategia de contenidos de acuerdo a la elección de los objetivos y las necesidades de nuestro negocio o evento.**

### Contenido

- ¿Qué es una estrategia de contenidos? ¿Qué debo tener en cuenta a la hora de realizarla?
- La importancia del buyer persona en la creación de la planificación estratégica.
- Objetivos. Metodología smart. Tipos de objetivos según las necesidades.

## Módulo 2 – PILARES DE CONTENIDOS

**Objetivo general: lograr una comunicación más efectiva y alineada comercialmente a través de la planificación de contenidos para garantizar el éxito de la estrategia**

### Contenido

- Todo comunica. Axiomas de la comunicación.
- Pilares de contenidos. Qué son. Cómo utilizarlos. Cuáles son los más relevantes para el sector turístico.
- Ejemplos exitosos de su implementación en empresas y eventos

## Módulo 3 – TENDENCIAS Y HERRAMIENTAS

**Objetivo general: Entender cuáles son las tendencias y herramientas en el 2023 diferenciando qué es y qué no es aplicable a la industria.**

### Contenido

- ¿Qué es una tendencia?
- Convertirnos en cazadores de tendencias. Herramientas y técnicas que nos permiten reconocer si son efectivas o no para lo que queremos comunicar.
- Innovación en eventos. Estrategias de herramientas cruzadas para crear una tendencia.

## Módulo 4 – FORMACIÓN DE EQUIPOS DE CONTENIDOS

**Objetivo general: elegir el equipo que llevará la comunicación de mi negocio y/o evento de forma efectiva.**

### Contenido

- ¿Qué características debe tener un equipo de contenidos? ¿Cómo evaluar los perfiles?
- Tipos de equipos - Internos, externos o mixtos.
- Principales errores a la hora de formar equipos de contenidos. Ideas prácticas para elegir candidatos según las necesidades de mi negocio y/o evento.

## Módulo 5 – ESTRATEGIA DE SELECCIÓN DE INFLUENCERS

**Objetivo general: Conocer los diversos tipos de influencers y cómo abordar el desafío de encontrar el adecuado para mi negocio y/o evento.**

### Contenido

- ¿Qué es un influencer? Tipos de influencers
- Cómo planificar la inserción de influencers en mi plan de contenidos
- Pautas de trabajo para potenciar los objetivos comerciales.