



Estrategia de *marketing* de contenidos digitales para las empresas

Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA

Nivel de formación: **complementaria**

01 Presentación

Bienvenidos al programa “Estrategia de *marketing* de contenidos digitales para las empresas”.

El programa complementario virtual denominado Estrategia de *marketing* de contenidos digitales para las empresas es un programa novedoso que está adaptado para satisfacer las necesidades del sector productivo del país, articulado con la industria 4.0 y considera los retos que implica la nueva era de las tecnologías; busca formar capital humano de calidad y proyectado para formar aprendices competentes para trabajar en empresas del sector de la industria electrónica, TIC, financiero, agricultura y minería, y en definitiva, en cualquier sector que decida avanzar hacia el auge tecnológico a que están abocados todos los sectores económicos, permitiendo con su aporte, contribuir al crecimiento tecnológico y desarrollo del país.

Con gran sentido de pertenencia, ya que es importante lograr un acercamiento entre la empresa y los contenidos digitales que tiene para ofrecer y las necesidades que en este sentido tenga el sector empresarial.

Hoy en día, se encuentran diversos procesos como son: tendencias en *marketing* de contenidos digitales, herramientas de masificación y posicionamiento, motores de búsqueda, *open source*, entre otros.

Ya que en la actualidad las redes sociales resultan tener un potencial productivo para el desarrollo de contenidos digitales y están ubicadas en el marco de las empresas que necesitan mejorar su imagen con el cliente, impulsadas por la economía naranja.

Por lo anterior, el desarrollo de este programa de formación le permitirá realizar y analizar estudios, definir y aplicar estrategias de *marketing* que faciliten crear y compartir contenidos digitales de interés y con ello, lograr la fidelización de clientes para las empresas.

Es así como recibirá una formación de calidad, permitiéndole incorporarse al mundo del *marketing*, desarrollando competencias requeridas para desempeñar con calidad los procesos asociados a las áreas de atención a clientes, donde la empresa pueda generar excelentes vínculos con clientes potenciales y reales y, que se mantengan en el tiempo.

Recuerde que el programa se ofrece en modalidad virtual con encuentros sincrónicos que le permiten acceder desde cualquier punto con conexión a Internet en todo el territorio nacional.

¡Bienvenidos!

- **Nombre del programa:** Estrategia de *marketing* de contenidos digitales para las empresas.
- **Código:** 51220025.
- **Total horas:** 48horas.
- **Modalidad:** Virtual.



Información del programa

[Ver video](#)

Código

51220025


Horas

48


Duración

1 mes


Modalidad

virtual

02 Justificación del programa

Hoy, en pleno siglo XXI, los especialistas en *marketing* están invirtiendo activamente en el desarrollo de estrategias de *Marketing* de Contenidos Digitales (*Content Marketing*). Con estas estrategias, están ayudando a las empresas a ganar visibilidad ante el *Buyer Persona* de la marca en los diferentes canales digitales utilizados por la empresa.

En la actualidad, las redes sociales tienen un gran potencial para el desarrollo de contenidos digitales. En el contexto de las empresas que necesitan mejorar su imagen ante el cliente y, impulsadas por la economía naranja, tienen la oportunidad de desarrollar estrategias que permitan compartir contenidos valiosos de forma natural con el cliente ideal. Estos contenidos deben ser coherentes y consistentes con el contexto empresarial para atraer y retener al consumidor.

El *Marketing* de Contenidos es una estrategia del *marketing* digital que se enfoca en la creación y distribución de contenidos de interés de manera permanente, entregando valor

al cliente de la empresa. Los resultados de esta estrategia son beneficiosos para la empresa, como mejorar el *WOM (Word of Mouth)*, aumentar el *Brand Awareness* y el *Engagement* de la marca, y fidelizar a los clientes.

Es por esto que el programa Estrategia de *Marketing* de Contenidos Digitales para Empresas se creó para brindar el manejo técnico y estratégico con el que la empresa pueda generar excelentes vínculos con clientes potenciales y reales, sin necesidad de manifestar intenciones de venta de manera inmediata. El objetivo básico del *Marketing* de Contenidos es crear una buena relación con los clientes.

El SENA ofrece este programa con todos los elementos de formación profesional integral, social, tecnológica y cultural, con un alto valor agregado académico. Esto se enmarca en metodologías de aprendizaje innovadoras, el acceso a tecnologías de última generación y una estructuración acertada de contenidos que potencia la formación de ciudadanos participativos, creativos y con capacidad crítica, solidaria y emprendedora. Estos factores lo acreditan y lo hacen pertinente de acuerdo con las tendencias y cambios tecnológicos, así como con las necesidades del sector empresarial, alineados con los planes de desarrollo departamental y nacional.

03 Competencia a desarrollar

- ▶ 291301093 - Ubicar contenido según requerimientos del plan de comunicación y técnicas de posicionamiento.

04 Perfil de ingreso

- ▶ Cumplir con los trámites de ingreso definidos por el centro.

05 Estrategia metodológica

Centrada en la construcción de autonomía para garantizar la calidad del proyecto educativo en el marco de la formación por competencias, el aprendizaje por proyectos y el uso de técnicas didácticas activas que estimulan el pensamiento para la resolución de problemas simulados y reales; soportadas en la utilización de las tecnologías de la información y la comunicación, integradas, en ambientes abiertos y pluritecnológicos, que, en todo caso, recrean el contexto productivo y vinculan al aprendiz con la realidad cotidiana y el desarrollo de las competencias.

Igualmente, debe estimular de manera permanente, la autocrítica y la reflexión del aprendiz sobre el quehacer y los resultados de aprendizaje que logra a través de la vinculación activa de las cuatro fuentes de información para la construcción de conocimiento:



- El instructor – Tutor.
- El entorno.
- Las TIC.
- El trabajo colaborativo.