



## SÍLABO

### I. Información General

- Nombre del curso : Marketing de Contenidos
- Código del curso : 1MN388
- Número de créditos : 4
- Departamento académico : Marketing
- Requisito(s) : Marketing digital y redes sociales, o Tecnología y negocios digitales, o Innovación y Negocios digitales
- Año y Semestre académico : 2023-I
- Sección : A
- Docente(s), email : MANRIQUE PONCE, Christian Gerardo  
cg.manriquep@up.edu.pe

### II. Introducción

En el presente curso el alumno aprenderá a identificar y desarrollar contenido relevante y atractivo para el público objetivo de su marca y adaptarlo a los canales indicados. El desarrollo de ejemplos y aplicaciones será parte fundamental del curso.

### III. Logro de aprendizaje final del curso

Al término del curso, el estudiante estará capacitado para elaborar un ecosistema digital coherente con su estrategia online, incorporando medios digitales, presencia en redes sociales, Content Marketing, Inbound Marketing, entre otros elementos. Entenderá cómo las aplicaciones del método y conceptos del marketing digital pueden variar dependiendo del contexto, necesidades de los clientes/usuarios y del tamaño del proyecto. Finalmente, contarán con herramientas que le ayudarán en la creación de contenido siempre con una visión omnicanal con foco en digital.

### IV. Unidades de aprendizaje

#### UNIDAD DE APRENDIZAJE 1: Marketing de Contenidos

Logro de Aprendizaje / propósito de la unidad: Al terminar la primera unidad, el estudiante podrá desarrollar e implementar un plan para generar contenido relevante y atractivo para el público objetivo.

##### Contenidos:

- Ecosistema Digital
- Identificación de audiencias, consumidor y usuarios
- Herramientas para la generación y difusión de contenido
- Consideraciones básicas para la creación y comunicación de contenido digital
- Generación de contenido Omnichannel con foco digital
- Ejecución de plan de marketing digital

## V. Estrategias Didácticas

El curso será teórico-práctico a partir de la presentación de la teoría complementada con la aplicación de casos y dinámicas grupales. Se requiere de la permanente participación de los alumnos a través de preguntas y opiniones en un clima de diálogo y discusión constructiva.

La metodología incluirá: dinámicas individuales y grupales en clase, trabajos y exposiciones grupales y la visita de expositores invitados.

## VI. Sistema de evaluación

Producto/Instrumento	Criterios	Ponderación
Participación en clase	Observación	20%
Trabajos grupales	Entrega de informes de trabajos en clase	20%
Examen parcial	Evaluación escrita	20%
Trabajo final	Documento y exposición	40%
<b>Total</b>		<b>100%</b>

## VII. Cronograma referencial de actividades

Semana con fechas	Unidades de aprendizaje y contenidos	Actividades a realizar	Materiales (lecturas, audiovisuales, casos, etc.)	Evaluaciones (entregables) Fecha
S1	Introducción Ecosistema Digital	Presentación del curso Dinámica 1	L1: Cap. 1 – 10	Informe Dinámica 1
S2	Identificación de audiencias, consumidor y usuarios			
S3	Herramientas para la generación y difusión de contenido		L2: Cap. 6 - 13	
S4	Herramientas para la generación y difusión de contenido			
S5	Herramientas para la generación y difusión de contenido	Dinámica 2		Informe Dinámica 2
S6	Consideraciones básicas para la creación y comunicación de contenido digital			

<b>Semana con fechas</b>	<b>Unidades de aprendizaje y contenidos</b>	<b>Actividades a realizar</b>	<b>Materiales (lecturas, audiovisuales, casos, etc.)</b>	<b>Evaluaciones (entregables) Fecha</b>
S7	Consideraciones básicas para la creación y comunicación de contenido digital	Dinámica 3		Informe Dinámica 3
S8	EXÁMENES PARCIALES			
S9	EXÁMENES PARCIALES			
S10	Generación de contenido Omnichannel con foco digital			
S11	Ejecución de plan de marketing digital			
S12	Ejecución de plan de marketing digital	Dinámica 4		Informe Dinámica 4
S13				Exposiciones Finales
S14				Exposiciones Finales
S15				Exposiciones Finales

## VIII. Bibliografía y otras fuentes a usar en el desarrollo del curso

Obligatoria:

L1: Chapman, C. C., & Handley, A. (2012, May 22). Content Rules: How to Create Killer Blogs, Podcasts, Videos, Ebooks, Webinars (and More) That Engage Customers and Ignite Your Business (Revised and Updated). Wiley.

L2: Odden, L. (2012, March 27). Optimize: How to Attract and Engage More Customers by Integrating SEO, Social Media, and Content Marketing (1st ed.). Wiley.