



letrada  
academy

DIPLOMADO EN  
**COMMUNITY**  
MANAGEMENT

Mención en: UX Writing e Influencia Digital

# PROGRAMACIÓN

Módulo

1

Marketing  
de contenidos  
y escritura  
creativa

**25** horas  
académicas



Horario:  
18h30 a 20h00

MODALIDAD LIVE EAD  
zoom



# Programación y Contenido - Módulo 1

## Marketing de contenidos y escritura creativa



### OBJETIVO GENERAL

Estudiar, reflexionar y practicar estrategias de marketing de contenido, comprendiendo el contexto y la lógica de la comunicación en redes en el contexto actual. Poner en práctica técnicas del branded content y branded journalism para producir contenidos que potencien la interacción a través de las redes y puedan generar oportunidades de negocios, incrementando las ventas. Analizar cómo los blogs corporativos pueden ofrecer resultados consistentes para la planificación estratégica de los negocios. Aplicar conceptos de la escritura creativa con basis en la experiencia del usuario (user experience - UX) para redes sociales y blogs corporativos de forma práctica. Además de la relación del Storytelling en una comunicación efectiva en redes sociales y contenidos en general.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Preparar y actualizar a profesionales de diversas ramas de actuación para producir y manejar el contenido de su negocio, especialmente, con la utilización de blogs corporativos y redes sociales como punto central para difusión contenidos relevantes y diversos;
- Aplicar conceptos de escritura digital, UX writing y marketing de contenidos para planificar y manejar las estrategias de comunicación de los negocios;
- Analizar y practicar tipos de contenido, estrategias de promoción, formas de textos, publicaciones en distintos canales digitales;
- Reflexionar sobre la comunicación empresarial para la aplicación de formas innovadoras y creativas de manera estratégica.

### JUSTIFICACIÓN

Nuestra forma de comunicarse ha cambiado. Estamos conectados a todo instante. Hoy día nuestras interacciones son mucho más ágiles, objetivas y personalizadas. Utilizamos muchos medios para volver efectiva nuestras demandas comunicativas. Ya no somos obligados a aguantar hasta que nos digan a nosotros que es lo que debemos hacer, comprar, vestir, en fin, consumir. Tenemos un gran poder de decisión para no tan sólo aceptar lo que se nos intentan impo-

# Programación y Contenido - Módulo 1

## Marketing de contenidos y escritura creativa



ner. Esto se debe muchísimo a las tecnologías digitales que pasaron a formar parte de nuestra vida. Y una vez que cambiamos la forma como nos comunicamos, cambiamos nuestra relación con el mundo que nos rodea, incluyendo todos nuestros hábitos.

De esa forma, las personas y los profesionales que manejan la comunicación de negocios, empresas o marcas, pero que no comprenden que es lo que está pasando en nuestros tiempos e intentan seguir aplicando las mismas viejas prácticas, utilizando los mismos procesos o intentando controlar los resultados como se hacía antiguamente, muy probablemente no logren alcanzar sus metas. Luego, la pregunta que se nos queda es: Si la comunicación entre los individuos ha cambiado, cambiando consecuentemente la forma de vivir, interactuar y consumir, ¿por qué se debe seguir manejando la comunicación de un negocio, de una empresa o de una marca de la forma antigua? Es hora de parar, reflexionar y comprender lo que está pasando para conocer, desarrollar y aplicar nuevas prácticas comunicativas en todas las ramas de actuación.

Consciente de todo eso, la Facultad de Comunicación de la UTE en forma progresiva se viene posesionando en la sociedad ecuatoriana esto debido entre otras cosas a la calidad de profesionales que entrega a la sociedad, así como a los profesionales suficientemente cualificados que laboran en este centro de estudios superiores. Dentro de los objetivos principales de la Universidad están el servicio a la colectividad con la oferta de cursos de capacitación y perfeccionamiento sobre temáticas de actualidad a docentes, estudiantes y público en general.

Para dar cumplimiento a sus objetivos, se propone la realización, en alianza con Letrada Communication - Brasil, del curso denominado MARKETING DE CONTENIDO Y ESCRITURA CREATIVA. El cual está dirigido a todos que deseen actualizarse o profundizarse en los nuevos paradigmas de la comunicación y comprender más sobre las herramientas y la lógica de la producción de contenido para empresas, marcas y personas.

# Programación y Contenido - Módulo 1

## Marketing de contenidos y escritura creativa

### CONTENIDOS DEL CURSO

Clases	HORAS (PRESENCIALES)	TEMAS	SUBTEMAS	DETALLE DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE Y EVALUACIÓN
1	1h30	<b>Presentación del Curso</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Introducción;</li><li>- Línea del tiempo;</li><li>- Era Industrial VS Era Digital</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Discusiones teóricas con el grande grupo;</li></ul>
2	1h30	<b>Estrategia para producción de contenidos UX Writing</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Estudio de <i>persona</i></li><li>- Teoría y práctica</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Discusiones teóricas;</li><li>- Marketing de contenidos y la producción de contenidos con basis en la experiencia del usuario</li></ul>
3	1h30	<b>Estrategia para producción de contenidos UX Writing</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Estudio de <i>persna</i></li><li>- Teoría y práctica</li><li>- Análisis de ejemplos y estudios de casos</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Análisis de casos</li><li>- Desarrollo de <i>personas</i></li><li>- Actividad práctica</li></ul>
4	1h30	<b>Estrategia para producción de contenidos UX Writing</b>	Presentación de los trabajos de desarrollo de <i>Personas</i> .	<ul style="list-style-type: none"><li>- Práctica</li></ul>
5	1h30	<b>Estrategia para canales digitales y RRSS</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Construcción de público en RRSS (Plataforma FB/IG)</li><li>- Objetivos de campaña</li><li>- Etapas</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Discusiones teóricas</li><li>- Reconocimiento, consideración y conversión (embudo de ventas)</li></ul>
6	1h30	<b>Estrategia para canales digitales y RRSS</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Objetivos de campaña</li><li>- Etapas</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Discusiones teóricas</li><li>- Reconocimiento, consideración y conversión (embudo de ventas)</li></ul>
7	1h30	<b>Estrategia para canales digitales y RRSS</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Análisis de ejemplos de contenidos con basis en <i>UX Writing</i></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Práctica: Análisis de los contenidos para cada etapa del Mkt de Contenidos.</li></ul>
8	1h30	<b>Estrategia para canales digitales y RRSS</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Análisis de ejemplos de contenidos con basis en <i>UX Writing</i></li></ul>	Práctica: Análisis de los contenidos para cada etapa del Mkt de Contenidos en canales digitales y RRSS.
9	1h30	<b>Plataformas CMS: Blogs Corporativos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Los sistemas</li><li>- Objetivos y funcionalidades de las plataformas CMS</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Discusiones teóricas</li><li>- Estrategias de producción de contenidos para blogs corporativos</li></ul>
10	1h30	<b>Plataformas CMS: Blogs Corporativos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Los sistemas</li><li>- Objetivos y funcionalidades de las plataformas CMS</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Estrategias de producción de contenidos para blogs corporativos – titulares, número de palabras, palabras claves, etc.</li></ul>
11	1h30	<b>Plataformas CMS: Blogs Corporativos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Los sistemas</li><li>- Objetivos y funcionalidades de las plataformas CMS</li><li>- El Mkt de Contenidos y el Inbound Mkt.</li><li>- Análisis de ejemplos</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Practica: Análisis de blogs corporativos y sus estrategias de contenidos.</li><li>- Discusiones teóricas: Mkt de Contenidos e Inbound Mkt.</li></ul>
12	1h30	<b>Trabajos finales</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Presentación de trabajos</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- presentación de trabajos – 1er Día</li></ul>
13	2h	<b>Trabajos finales y cierre</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Presentación de trabajos</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- presentación de trabajos – 2do Día</li><li>- cierre del módulo.</li></ul>

# Programación y Contenido - Módulo 1

## Marketing de contenidos y escritura creativa



### DIRIGIDO A:

Todos los profesionales que actúan con marcas y que estén interesados en participar de esa nueva fase de la Comunicación y del Marketing. Profesionales publicistas y del mercadeo, emprendedores, periodistas, productores de contenido y estudiantes. Comunicadores, profesores del área de la comunicación, gestores de contenidos, blogueros. Además de las personas que deseen profundizar en los nuevos paradigmas y comprender más sobre las herramientas y la lógica del contenido para marcas.

### METODOLOGÍA

El proceso de enseñanza-aprendizaje se efectuará mediante la participación del facilitador a través de clases teórico-prácticas interactivas, por medio de los canales digitales disponibles para la ejecución del curso facilitados por la Universidad UTE.

### EVALUACIÓN

Al término del curso se entregará un certificado con el aval de la Universidad UTE en alianza con Letrada Communication – Brasil.

-De asistencia (con una asistencia mínima del 80% y una nota inferior al 80% de promedio en el cumplimiento de los trabajos y en la actividad final)

- De aprobación: (con una asistencia mínimo del 80% y una nota igual o superior al 80% de promedio en el cumplimiento de los trabajos y en la actividad final)

### INSTRUCTOR

**Cibele Torres** – CEO de Letrada Communication – Brasil. Agencia de Marketing de Contenidos, que actúa en la producción de contenidos para diversos medios y para ventas, ofreciendo consultoría estratégica para innovación y expansión de empresas por medio de una comunicación inteligente. Licenciada en de Letras – Lingüística, idiomas y literaturas – por la Universidade Paulista (UNIP – Brasil), Máster en Comunicación y Media (UNIP – Brasil), Posgrado en Influencia Digital – Universidade Anhembi Morumbi (Brasil).



**letrada**  
academy

DIPLOMADO EN  
**COMMUNITY**  
MANAGEMENT  
Mención en: UX Writing e Influencia Digital

**Marketing de**  
**Contenidos y**  
**Escritura Creativa**



# RECOMENDACIONES para el curso:

### **Dispón de un entorno cómodo y adecuado para el estudio.**

- Ten en cuenta que cada clase tiene una duración de **1 hora - 30 minutos**

### **Usa la tecnología adecuada.**

- Es esencial disponer de un acceso fiable y una buena conexión a Internet

### **Familiarízate con la plataforma virtual**

- Las clases serán en vivo en modalidad virtual en la plataforma Zoom.
- Los contenidos y recursos estarán respaldados en la plataforma EAD
- Las clases se grabarán en la plataforma Dropbox.

### **Participación activa - Modelo colaborativo**

- La mejor manera de aprender es en conjunto ! **No dudes en preguntar.**
- **Siéntete libre de colaborar, aportar y participar en todo momento.**

### **Cámara y micrófono encendidos**

- Es esencial la **interacción** entre todos los participantes del curso.
- **Mantente conectado, PRESENTE y activo.**