



Curso online: “Estrategias creativas de contenidos”

Contacto: Ronie Krukli Cel. 79875739
Telf. 3464000 int 218.

Correo: cenace@upsa.edu.bo

OBJETIVOS

Compartir con los participantes el QUÉ, CÓMO, CUÁNDO Y DÓNDE de una estrategia creativa de contenidos digitales, con base a las tendencias actuales del mercado. Esto con el fin de que los participantes logren comunicar de manera creativa y eficiente lo que las marcas o empresas desean decirle a sus audiencias.

Todas aquellas personas que trabajan en la creación de estrategias de contenidos y en la generación de los mismos. Este curso va a dirigido a todas las personas que desean comunicar algo dentro del ámbito digital. ¿Cómo resaltar en un medio tan saturado de publicidad como hoy lo son las redes sociales? Con este curso te decimos como.

PÚBLICO OBJETIVO

Todas aquellas personas que trabajan en la creación de estrategias de contenidos y en la generación de los mismos. Este curso va a dirigido a todas las personas que desean comunicar algo dentro del ámbito digital. ¿Cómo resaltar en un medio tan saturado de publicidad como hoy lo son las redes sociales? Con este curso te decimos como.

DURACIÓN

12 horas reloj, 4 sesiones on-line de 1 hora y 45 minutos (vía ZOOM) y 5 horas de trabajo individual.

METODOLOGÍA ON-LINE

- **Actividades previas al taller**

Envío de material de estudio por correo electrónico, incluyendo lecturas y actividades que serán empleadas en las sesiones en línea.

- **Sesiones online en vivo**

Enseñanzas 100% prácticas y adaptadas a la realidad actual.

- **Actividades posterior a las Sesiones online**

Evaluaciones. Lecturas de apoyo. Trabajos prácticos individuales y en equipo. Análisis de casos. Auto-diagnósticos. Revisión de trabajos prácticos y respuesta a consultas por parte del facilitador.



CONTENIDO

- El Marketing ya no es posible como lo conocemos
- La publicidad hoy es igual a spam.
- No puede existir mensaje sin estrategia
- Cómo armar una correcta estrategia de marketing
 - ✓ Definición del problema.
 - ✓ Determinación de objetivos.
 - ✓ Definición de mensaje.
 - ✓ Determinación de canales de difusión.
 - ✓ Definición de herramientas a utilizar.
 - ✓ Desarrollo de acciones tácticas.
- ¿Qué es BRANDED CONTENT?
 - ✓ Que no es branded content.
 - ✓ Tipos de branded content.
 - ✓ Como crear el contenido correcto para tu empresa.
- ¿Qué es la creatividad?
- Cómo hacer una estrategia creativa de contenidos.

campañas de branding a nivel Latinoamérica. Implementó la comunicación a través de branded content en las redes sociales de MINISO MÉXICO, COLOMBIA, PERÚ, PANAMÁ y CHILE. Consultora de creatividad y contenidos; creadora de contenidos y copy writer para TALENTUM BOLIVIA, conferencista de MERCA 2.0, el Tec de Monterrey y la universidad Anahuac, entre otras. Especialista en creatividad enfocada a la resolución de problemas.

INSTRUCTORA

Adriana Karina Velásquez Servia

Licenciada en marketing y publicidad en la UPSA (Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra) y con un diplomado en educación superior de la misma casa de estudios; Adriana trabajó en tácticas de marketing en NESTLÉ Bolivia y 3M. Fue Brand manager de la marca FUNKYFISH cuando esta ingreso al mercado boliviano, estuvo a cargo de la estrategia de lanzamiento y posicionamiento de la marca. Más tarde fue gerente de marketing de Bfashion México, encargándose de implementar estrategias de marketing 360 en el mercado del retail mexicano. Por tres años estuvo trabajando para MINISO LATINOAMÉRICA como creative and content manager. Estuvo a cargo de la occidentalización de la marca para todo el continente, lideró los lanzamientos de marca y las