



**CONTENT  
MARKETING**

**BIENVENIDOS**



## Elisa Ramírez

- Maestría en Comercialización  
Estratégica por la UP 2010/2012 -  
Especialidades en: Planeación estratégica  
comercial (UP) 2010 Comunicación  
enfocada al cliente (UP) 2011 Comercio  
minorista y ventas (UP) 2012

Diplomado en dirección estratégica del  
capital humano (ITESO) 2009 -

Licenciada en Diseño en Comunicación  
Gráfica (UdeG) 1995/1999 -

Idioma Frances (UNIVA) 2008/2010 -  
Idioma Ingles (UNIVA) 2006/2008  
Áreas de especialización: Gestión de  
Marca Comunicación e identidad  
Coordinación de estrategias publicitarias  
Planning Diseño Editorial-Identidad  
Creación de valor Creación de estrategias  
comerciales

“

*¿Para qué?  
Generar un contenido  
**transmedia**  
interesante que  
conecte con tu  
audiencia y desarrollar  
una personalidad  
online de marca  
honesta y única*

”





## Visión general del curso

**TENER UNA ESTRATEGIA CLARA**  
Debido a la gran saturación de información y la cantidad de canales donde se puede colocar un mensaje .

Conocer profundamente a nuestra audiencia y generar contenido de valor, para atraer de manera consistente a nuestro mercado deseado con mensajes valiosos y relevantes.



# Espacios de trabajo

## Canvas

Trabajo independiente  
Biblioteca de recursos  
Zona de entregas  
Canal Oficial de comunicación

## Teams

Sesiones de clase extraordinarias  
Medio de comunicación

## Salón de clase

Clases regulares

# Evaluación

## TAREAS



**30%**



*Tareas entregadas en  
canvas*

## EXAMENES



**30%**



*2 exámenes*

## PROYECTO FINAL



**40%**



*Proyecto aplicado a  
empresa real y  
presentación a fin de  
curso*

## ***NORMAS DEL CURSO:***



- 1. La comunicación con los alumnos se hace mediante el correo institucional del alumno.
- 2. La clase inicia al punto de las 11:00 horas y se toma asistencia al punto de dicha hora. Por reglamento en ITESO no existen retardos, solo faltas, por lo que si un estudiante llega a clase después de las 11:10 se considera falta.
- 3. Los alumnos tienen derecho a darse de baja durante el curso. Si se dan de baja en la primera semana, no tiene costo. Si se dan de baja después, el costo es a la prorrata de las clases cursadas. La semana 12 es la última semana para darse de baja sin que la materia aparezca reprobada.
- 4. El 80% de asistencias es requisito para tener derecho a calificación. La cuarta falta es reprobatoria.
- 5. La calificación mínima aprobatoria es de 6.0 (SEIS). Una calificación final de 5.9999 o inferior será considerada –sin excepción- como no aprobatoria. El redondeo de calificaciones aplica a partir del 6.5, que sube a 7, de 7.5 sube a 8. Una calificación de 8.499 se queda en 8, de 9.499 se queda en 9.
- 6. Todos los documentos deberán cumplir estrictamente con lo sugerido en la guía de trabajos escritos del ITESO, misma disponible en Moodle y citar en formato APA sexta edición.
- 7. Cada evidencia de aprendizaje, a menos que se especifique lo contrario, deberá cargarse en la plataforma Canvas, en el sitio destinado al curso.
- 8. Para ser elegible a calificación del trabajo, es importante cumplir con fecha y hora de entrega de las evidencias de aprendizaje, ambas disponibles en el sistema Canvas del curso.

## ***REQUISITOS DE TAREAS Y TRABAJOS:***



- 1. Portada con el nombre del alumno y el título y nombre del profesor. En caso de ser trabajo en equipo incluir en la portada todos los nombres de los miembros del equip.
- 2. Entregar en formato Word, letra tamaño 12 de la tipografía, texto justificado e incluir al final la bibliografía y las fuentes utilizadas en formato (APA).
- 3. Cada falta de ortografía baja 5 puntos en sus trabajos.
- 4. PLAGIO será calificación de 0. Usen fuentes fiables.
- 5. Cuidar la presentación de sus trabajos pensando que es una entrega a cliente.



# PROGRAMA DE LA ASIGNATURA



- **1. ¿Qué es el marketing de contenidos?**

  - ¿Qué es el marketing de contenidos?

  - Marketing tradicional versus marketing de contenidos

  - Canales Offline y Canales digitales

- **2. Definiciones clave de una estrategia de contenido**

  - Definición de audiencia y segmentación

  - Content mix

  - Selección de canales

  - Los 5 dominios del contenido

- **3. Audiencias / Conectar primero, luego vender**

  - Educando a nuestras audiencias

  - Conexión con ventas y la importancia de vender

  - Objetivos claros, estrategias funcionales.



- **4. Estrategia: Primer Dominio**

Mapping y desarrollo de buyer personas

Desarrollo de la voz de nuestra marca

Desarrollo de objetivos y KPIs

ROI

Definir benchark

Brief de campaña

Métricas de medición

Etapas del buyer journey

Atribución

Stakeholder y audiencias

Logic map y workflows

Auditorías y mejoras



- **5. Planeación: Segundo Dominio**

¿Cómo seguir siendo relevante?

Crear contenido y experiencias relevantes

Calendario editorial, ser organizado base del éxito

Definir un estilo visual de contenido y un storytelling

Data es poder

Conexiones en la lógica de la campaña

- **6. Producción: Tercer Dominio**

Es momento de elegir nuestras armas

¿Qué vamos a utilizar?

Repaso de formatos de contenido

Copys, CTA´s y conexiones con nuestra estrategia



- **7. Promoción: Cuarto dominio**

- Selección de canales orgánicos e inorgánicos

- Newsletters

- Social media § Marketing de influencers

- YouTube § SEO

- **8. Lead generation & buyer journey**

- Generación de leads ¿Qué hacemos ahora?

- Etapas del journey

- Nurture

- Approach con los leads

- Tiempos de respuesta

- La gran importancia de ventas

- Huecos en los procesos



- **9. Ventas digitales**

Inside sales & Approach digital

Approach telefónico

Sales Funnel

Cierre y ROI

- **10. Medición: Quinto dominio**

Definición de KPIs § Conversiones

CPA, CPC, CPL y CPV

Medición de performance de contenido

ROI de campaña & Mejoras de campaña

Nuevos objetivos

## **11. Proyecto Final**

Elaboración de estrategia integral con los cinco dominios incluidos

C O W O R K I N G

**Bienvenidos!**  
**GRACIAS**