



PLAN DE TRABAJO DETALLADO

Curso: Desarrollo de Campañas de Promoción en Redes Sociales

Código del Curso: 62360001-1

Ficha de Caracterización: 3280461

Duración Total: 48 horas

Modalidad: Presencial

Número de Encuentros: 6 jornadas de 8 horas cada una

Instructor: Edil Peña

Encuentro 1: Introducción al Marketing de Contenidos Digitales

Objetivo del Encuentro: Comprender los fundamentos del marketing de contenidos digitales y su importancia en el contexto rural.

Contenidos:

- - ¿Qué es el marketing de contenidos?
- - Publicidad tradicional vs. marketing de valor
- - Aplicaciones en asociaciones campesinas

Metodología:

Expositiva, participativa y colaborativa

Actividades:

- - Dinámica de lluvia de ideas
- - Crucigrama conceptual
- - Debate guiado sobre ejemplos reales

Encuentro 2: Audiencia Objetivo y Buyer Persona

Objetivo del Encuentro: Identificar segmentos de público y construir perfiles de cliente ideal (Buyer Persona).

Contenidos:

- - Segmentación demográfica, psicográfica y conductual
- - Características del público rural
- - Elementos del Buyer Persona

**Metodología:**

Taller práctico y trabajo por grupos

Actividades:

- - Juego de emparejamiento: público vs. contenido
- - Ficha de construcción del Buyer Persona con foto, datos y descripción

Encuentro 3: Objetivos SMART y Plan de Contenidos

Objetivo del Encuentro: Establecer metas claras mediante la metodología SMART y estructurar un plan de contenidos.

Contenidos:

- - Características de los objetivos SMART
- - Ejemplos prácticos
- - Herramientas de planificación

Metodología:

Participativa, con ejercicios individuales y en grupo

Actividades:

- - Dinámica de validación de objetivos
- - Diseño de calendario semanal de publicaciones

Encuentro 4: Tipos de Contenido y Canales de Difusión

Objetivo del Encuentro: Reconocer tipos de contenido digitales y canales adecuados según el perfil de audiencia.

Contenidos:

- - Infografías, blogs, videos, podcasts, historias
- - Facebook, Instagram, WhatsApp, YouTube
- - Criterios de selección de canal

Metodología:

Estudio de casos y taller creativo

Actividades:

- - Sopa de letras temática
- - Creación de un afiche o publicación digital adaptado al Buyer Persona



Encuentro 5: Posicionamiento y Herramientas Digitales

Objetivo del Encuentro: Optimizar contenidos para mejorar su alcance y posicionamiento en redes.

Contenidos:

- - Principios básicos de SEO
- - Uso de palabras clave y hashtags
- - Herramientas: Canva, Meta Business Suite, Google Trends

Metodología:

Demostrativa y práctica

Actividades:

- - Juego de roles con errores comunes en posicionamiento
- - Diseño y programación de publicaciones simuladas.

Encuentro 6: Evaluación y Presentación de Estrategias

- Objetivo del Encuentro: Integrar y presentar estrategias de marketing digital aplicadas al contexto productivo.

- **Contenidos:**

- - Estructura de una estrategia de contenidos
- - Indicadores de rendimiento (KPIs)
- - Retroalimentación y ajustes

- **Metodología:**

- Presentación colaborativa y evaluación grupal

- **Actividades:**

- - Presentación por grupos de estrategia de contenido para una asociación real o simulada
- - Rueda de retroalimentación entre pares

Observaciones Finales

- Este plan fue concertado con los aprendices durante el proceso de socialización y se ajusta a las necesidades y realidades del territorio. La metodología se adaptará de forma permanente según el avance del grupo y las dinámicas del entorno.

Firma

EDIL NAPOLEON PEÑA LOPEZ

Contratista CO1.PCCNTR.7515331
C.C No. 1.119.512.173 de Puerto Rondón – Arauca