



PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

- Nombre del Programa: DESARROLLO DE CAMPAÑAS DE PROMOCION EN REDES SOCIALES
- Código: 62360001
- Duración: 48 horas
- Modalidad: Presencial
- Encuentros: 6 sesiones (8 horas cada una)
- Dirigido a: Asociaciones campesinas y comunidades rurales

Resultados de Aprendizaje

RAP 1: Comprender el marketing de contenidos digitales, su definición, características y diferencia con la publicidad tradicional, destacando su importancia en el contexto empresarial.

RAP 2: Diseñar estrategias de marketing de contenidos digitales, identificando las necesidades del público objetivo, los canales adecuados y los tipos de contenido pertinentes.

RAP 3: Implementar estrategias de marketing de contenidos digitales, creando contenidos adecuados para los diferentes canales y públicos, aplicando herramientas digitales de diseño y programación.

RAP 4: Evaluar estrategias de marketing de contenidos digitales, mediante el análisis de indicadores de desempeño y resultados obtenidos para realizar mejoras continuas.

Duración de la Guía: 48 horas.

ENCUENTRO 1: INTRODUCCIÓN AL MARKETING DE CONTENIDOS DIGITALES

Objetivo: Comprender el concepto y la importancia del marketing de contenidos digitales.

Temas

- Definición y características
- Diferencias con la publicidad tradicional
- Beneficios para asociaciones rurales

Actividad Didáctica

Crucigrama de conceptos básicos de marketing de contenidos.



S	E	O							
B	L	O	G						
R	E	D	E	S					
M	A	R	C	A					
P	O	S	T						

Ejercicio Práctico

Crear una nube de palabras con ideas asociadas al marketing de contenidos usando papelógrafos o Canva.



ENCUENTRO 2: AUDIENCIA OBJETIVO Y BUYER PERSONA

Objetivo: Identificar y segmentar el público objetivo. Crear perfiles de cliente ideal.

Temas

- Segmentación demográfica, psicográfica y conductual
- Construcción del Buyer Persona

Actividad Didáctica

Juego de emparejamiento: unir características del público con sus respectivos tipos de contenido.

Ejercicio Práctico

Crear un perfil de Buyer Persona ilustrado con nombre, foto y descripción del estilo de vida.

ENCUENTRO 3: OBJETIVOS SMART Y PLAN DE CONTENIDOS

Objetivo: Formular objetivos claros para la estrategia de contenido.

Temas

- Objetivos SMART
- Planificación de contenidos

Actividad Didáctica

Rueda de preguntas: identificar si los objetivos redactados cumplen criterios SMART.

Ejercicio Práctico

Diseñar un calendario semanal de publicaciones adaptado a una asociación productiva.



ENCUENTRO 4: TIPOS DE CONTENIDOS Y CANALES DE DIFUSIÓN

Objetivo: Identificar formatos de contenido según la audiencia.

Temas

- Tipos de contenido: blogs, videos, infografías, podcast
- Canales: Facebook, WhatsApp, Instagram, YouTube

Actividad Didáctica

Sopa de letras con los tipos de contenido y redes sociales.

Ejercicio Práctico

Crear una pieza de contenido simple (afiche, post o audio) dirigida al Buyer Persona trabajado.

ENCUENTRO 5: POSICIONAMIENTO Y HERRAMIENTAS DIGITALES

Objetivo: Mejorar el posicionamiento del contenido en redes.

Temas

- SEO básico (títulos, palabras clave)
- Uso de hashtags
- Herramientas gratuitas (Canva, Meta Business Suite)

Actividad Didáctica

Juego de roles: elegir y optimizar una publicación simulada usando buenas prácticas SEO.

Ejercicio Práctico

Diseñar una publicación optimizada y programarla desde una página de Facebook simulada.

ENCUENTRO 6: EVALUACIÓN Y PRESENTACIÓN DE ESTRATEGIAS

Objetivo: Integrar los conocimientos aplicados en una estrategia final.

Temas

- Estructura de una estrategia de marketing de contenidos
- Métricas básicas: alcance, interacciones, CTR

Actividad Didáctica

Presentación grupal de estrategias aplicadas a asociaciones campesinas.

Ejercicio Práctico

Evaluación colaborativa entre grupos y retroalimentación

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Edil Napoleon Peña Lopez	Instructor	Centro de Gestión y Desarrollo Agroindustrial de Arauca	01 de Mayo de 2025



8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					