

MÓDULO 1 (Enfoque a quienes quieren ser influenciadores)	Temática General	Componentes de Formación	Horas	Docente	Modalidad	Jornada
1. Introducción a la influencia digital	LA INFLUENCIA DIGITAL - DOCENTE 1	BÁSICO	10	Juan Sebastián Giraldo Bermúdez	Presencial asistida por las TICS	Viernes de 5 a 10 de la noche y Sábado de 8 de la mañana a 2 de la tarde
2. ¿Qué es ser un creador de contenido o influencer? Referentes y tendencias globales						
3. La importancia de definir tu tipo de contenido						
4. Comunicación e interacción con seguidores	LA COMUNICACIÓN ESTRATEGICA EN EL CONTENIDO DIGITAL -	PROFESIONAL	11			
5. Cómo influenciar en las personas						
6. Hábitos y estilo de vida del influencer						
7. Estrategias y herramientas para obtener seguidores	ESTRATEGIAS DEL INFLUENCIADOR - DOCENTE 3	PROFESIONAL	11			
8. Identificación y creación de audiencias, nichos y comunidades (engagement)						
9. Tendencias de contenido						
10. Elementos de producción audiovisual para un buen contenido						
11. Laboratorios de lives, posts, reels, historias, streaming, podcast						

32

MÓDULO 2 (Enfoque a quienes ya son influenciadores)	Temática General	Componentes de Formación	Horas	Docente	Modalidad	Jornada
1. Relaciones públicas (importancia de los contactos en el gremio digital y colaboraciones con otros influencers)	LAS RELACIONES PUBLICAS Y GESTIÓN DE CRISIS	HUMANÍSTICO	10	Juan Pablo Cardona Hernández	Presencial asistida por las TICS	Viernes de 5 a 10 de la noche y Sábado de 8 de la mañana a 2 de la tarde
2. Personal Branding: Creación de marca personal						
3. Inteligencia emocional: Gestión de crisis, manejo de haters y trolls						
4. Ética y valores en entornos digitales						
5. Habilidades y competencias de la comunicación						
6. Cómo realizar publicidad de manera profesional para una marca. Estrategias de negocios y anuncios	MONETIZACIÓN Y PUBLICIDAD	PROFESIONAL	11			
7. ¿Cómo monetizar en las diferentes redes sociales?						
8. Manejo y aplicación de términos y condiciones de redes sociales	TERMINOS LEGALES Y NORMATIVAS DEL INFLUENCIADOR	PROFESIONAL	11			
9. Marco legal aplicado a los creadores de contenido						
10. Normativas tributarias para los creadores de contenido						
11. Los derechos de autor sobre contenidos digitales						
12. Los sorteos y concursos en redes sociales						

32

MÓDULO 3 (Enfoque a empresarios y profesionales de diferentes áreas para convertirse en embajadores de su propia marca)	Temática General	Componentes de Formación	Horas	Docente	Modalidad	Jornada
1. La importancia del copywriter	PLAN DE SOCIAL MEDIA Y CONTENIDO	BÁSICO	10	Jhon Jairo Bañol Trejos	Presencial asistida por las TICS	Viernes de 5 a 10 de la noche y Sábado de 8 de la mañana a 2 de la tarde
2. Plan de Social Media y Content Funnel						
3. Administración de redes sociales	DISEÑO ESTRATÉGICO Y ANÁLISIS DE MÉTRICAS	PROFESIONAL	11			
4. Diseño estratégico, análisis y medición de contenidos						
5. Algoritmos y métricas de las distintas redes sociales						
6. Creación de campañas de marketing de influencia, pauta asistida y social media (Facebook, Instagram, TikTok, Youtube, Twitch, For Business)						
7. Del Chat Manual al Automatizado, exploratorio por las diferentes plataformas disponibles						
8. La importancia de un equipo eficiente. Funciones de un equipo de marketing.	ESTRATEGIAS EMPRESARIALES	PROFESIONAL	11			
9. Benchmarking (revisión y análisis de estrategias comparativas en el entorno digital)						
10. La ciencia del contenido. Creación de contenido de calidad (elementos diferenciales)						

32

BÁSICO	
HUMANÍSTICO	
PROFESIONAL	