



DIPLOMADO EN

COMMUNITY MANAGEMENT

Mención en: UX Writing e Influencia Digital

Programación

MÓDULO 4 

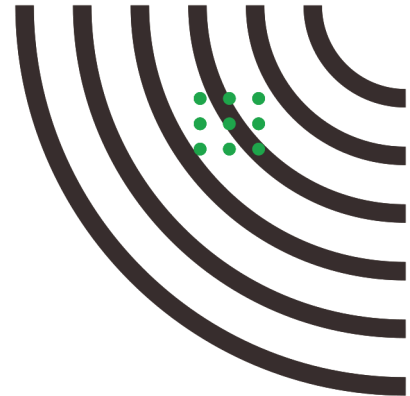
Herramientas para
Creación de Contenidos

40 horas
académicas



Horario:
18h30 a 20h00





1. DATOS INFORMATIVOS

MÓDULO 4 – Herramientas para Creación de Contenidos

Docente: María Alicia Abad Vidal

2. OBJETIVO GENERAL

Desarrollar habilidades y conocimientos para producir contenidos digitales efectivos para redes sociales utilizando herramientas avanzadas de inteligencia artificial (IA) y las tendencias actuales de la industria, con el fin de mejorar la presencia en línea y el enganche con la audiencia.

3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Comprender la importancia de utilizar herramientas avanzadas de Inteligencia Artificial (IA) en la producción de contenidos digitales para redes sociales.
- Adquirir habilidades y conocimientos para utilizar herramientas de inteligencia artificial, fotografía, creación de reels y marketing de influencia en la producción de contenidos digitales para redes sociales.
- Aprender a aplicar las tendencias actuales en la producción de contenidos digitales para redes sociales.

4. JUSTIFICACIÓN

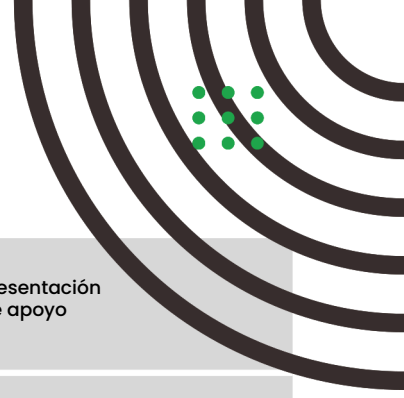
La producción de contenidos digitales es un componente clave en cualquier estrategia de marketing en redes sociales, y es fundamental contar con las herramientas adecuadas para lograr una producción efectiva. En este sentido, este módulo de "Producción de Contenidos Digitales para Redes Sociales con Herramientas Avanzadas y Tendencias Actuales" tiene como objetivo proporcionar a los estudiantes las habilidades y conocimientos necesarios para utilizar herramientas de vanguardia en la producción de contenidos digitales para redes sociales, aplicando además las tendencias actuales en la industria, como la utilización de herramientas y aplicaciones de Inteligencia Artificial para potenciar sus estrategias.



Al completar este módulo, los estudiantes podrán producir contenidos digitales de mayor calidad y efectividad, lo que se traducirá en una mejor presencia en línea y una mayor interacción con la audiencia en las redes sociales. El curso de Herramientas Digitales para Producción de Contenidos se apoya y complementa con los cursos – módulos del Diplomado en Community Management – Letrada Educación Continua: Marketing de Contenidos; Storytelling, Diseño Estratégico y Herramientas para Pautas y Plataformas. Los cuáles están dirigidos a todos quienes deseen profundizarse en conceptos de comunicación visual estratégica y herramientas de gestión de marca para potenciar un negocio o servicio.

5. CONTENIDOS DEL CURSO

Clase	Hora	Tema	Subtema	Detalle de actividades de aprendizaje y evaluación
1	1h30	Introducción al Marketing Digital, Neuromarketing y creación de contenidos para redes sociales	Neuromarketing Importancia de la narrativa visual en RRSS. Preproducción, Producción y Post producción	Presentación de apoyo
2	1h30	Guión, Storyboard	Fundamentos del guion: estructura, personajes, diálogos. Aplicación del Storytelling para contenido en RRSS	RawShorts IA StoryboardThat
3	1h30	Creación de Contenidos Mediante funnels	Exploración de las últimas tendencias en producción de video y contenido multimedia.	Instagram Tiktok
4	1h30	Estrategias de Contenidos para Diferentes Plataformas	Adaptación del contenido para plataformas específicas	Chat GPT
5	1h30	Técnicas de Iluminación y Sonido para Producciones Audiovisuales	Principios básicos de iluminación para videos, y técnicas para mejorar el sonido.	ClipDrop IA



6	1h30	Producción cinematográfica	Optimización del contenido Planos, angulaciones, iluminación, audio, formatos, recursos	Presentación de apoyo
7	1h30	Planificación Estratégica de Contenidos Audiovisuales	Interpretación de métricas clave: visualizaciones, participación, conversiones.	Trello
8	1h30	Laboratorio de reels	Edición con CapCut	CapCut
9	1h30	Clase Práctica	Edición con CapCut	CapCut
10	1h30	Herramientas Avanzadas de Edición de Video y Audio	Aplicaciones con IA	Runway, Synthesia, HeyGen,
11	1h30	Marketing de influencia	Engagement Rate	HypeAuditor Metricool
12	1h30	Manejo del hate	Estrategias y recursos de salud mental	
13	1h30	Tutoría	Desarrollo de un proyecto final: producción y promoción de un video para RRSS. Criterios para evaluar la calidad visual y auditiva de un video.	Presentaciones grupales, Taller Personalidad de Marca.

6. DIRIGIDO A:

Todos los profesionales que actúan con marcas y que estén interesados en participar de esa nueva fase de la Comunicación y del Marketing. Profesionales publicistas y del mercadeo, emprendedores, periodistas, productores de contenido y estudiantes. Comunicadores, profesores del área de la comunicación, gestores de contenidos, bloggers. Además de las personas que deseen profundizar en los nuevos paradigmas y comprender más sobre las herramientas y la lógica del contenido para marcas.



7. METODOLOGÍA

En nuestra academia, adoptamos una metodología de enseñanza totalmente centrada en la era digital, con un enfoque progresista, humanista, socio-interaccional y de empoderamiento de personas. Cada aspecto de nuestro curso está meticulosamente diseñado para capacitar a los estudiantes en sus respectivas áreas de trabajo, ofreciéndoles una formación en marketing digital basada en evidencia y respaldada por fuentes académicas de alta calidad. Reconocemos la importancia de mantenernos actualizados en un mundo en constante evolución, por lo que revisamos mensualmente nuestro contenido y metodología para ofrecer a nuestros alumnos las últimas informaciones y actualizaciones, incluyendo los avances en inteligencia artificial y otras tecnologías relevantes. Además, implementamos un modelo colaborativo y de análisis de situaciones reales, donde los alumnos participan activamente compartiendo su conocimiento y analizando casos contemporáneos para enriquecer su aprendizaje.

Nuestra metodología de enseñanza se basa en el respeto y la confianza en nuestros alumnos. Creemos en su capacidad para aprender y crecer, y fomentamos un ambiente en el que puedan desarrollar todo su potencial de manera efectiva y significativa.

8. DURACIÓN

Cada uno de los módulos tiene una duración de 20 horas dedicadas a actividades síncronas y 5 horas dedicadas a actividades asíncronas, 25 horas en total por módulo.

9. FECHA

Fechas definidas por cronograma

10. HORARIO DE CLASES

De lunes a jueves de 19h a 20h – 13 clases de 1h30 o variantes que se puede aplicar: 20 clases de una hora.

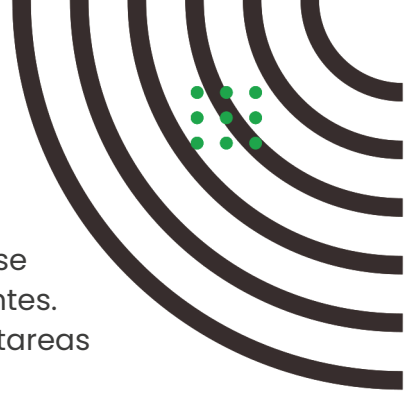
11. LUGAR

Plataforma Zoom o cualquier plataforma digital de web conferencia adecuada y recomendada por Letrada Educación Continua.

12. EVALUACIÓN

Al término del curso se entregará un certificado con el aval de Letrada Educación Continua.

De asistencia: con una asistencia mínima del 80% promedio en el cumplimiento de los trabajos y en la actividad final.



Consideramos y validamos participación y presencia proactiva cuando se trata de alumnos que están en otros países, y tiene fusos horarios diferentes. Pueden acceder por la plataforma, registrar presencia y cumplir con las tareas que son solicitadas.

Lo mismo lo hacemos con alumnos que tienen que trabajar en el horario nocturno y quieren estudiar en línea.

De aprobación: una nota igual o superior al 70% de promedio en el cumplimiento de los trabajos y en la actividad final.

13. EL CURSO INCLUYE:

Material digital para la realización de las lecturas y actividades del curso. Libros y e-books. Grabaciones de las sesiones disponibles por 15 días en el entorno virtual de aprendizaje - plataforma Letrada EAD y enlace para descarga de las sesiones grabadas disponibles por 3 días. Soporte y tutorías personalizadas cuando necesario.

14. BIBLIOGRAFIA

Referencias Bibliográficas:

- Boyd, D., & Ellison, N. (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230. Enlace
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68. Enlace
- Qualman, E. (2019). *Socialnomics: How Social Media Transforms the Way We Live and Do Business*. Wiley.
- Scott, D. M. (2018). *The New Rules of Marketing and PR: How to Use Social Media, Online Video, Mobile Applications, Blogs, News Releases, and Viral Marketing to Reach Buyers Directly*. Wiley.
- Solis, B., & Breakenridge, D. (2019). *Putting the Public Back in Public Relations: How Social Media Is Reinventing the Aging Business of PR*. Routledge.
- Plataformas de Herramientas para Producción de Contenidos en Redes Sociales:
- Canva: <https://www.canva.com/>
- Adobe Spark: <https://spark.adobe.com/>
- Buffer: <https://buffer.com/>
- Hootsuite: <https://hootsuite.com/>
- Sprout Social: <https://sproutsocial.com/>
- HubSpot: <https://www.hubspot.com/>
- CoSchedule: <https://coschedule.com/>
- Loomly: <https://www.loomly.com/>

Estas plataformas ofrecen una amplia gama de herramientas y funcionalidades para la creación, programación, análisis y gestión de contenido en redes sociales, adaptadas a las necesidades y objetivos de los profesionales del marketing y la comunicación digital.



15. INSTRUCTORA RESPONSABLE

MARIA ALICIA ABAD VIDAL

Creadora de contenido y docente. Experta en la creación y producción de contenidos digitales para redes sociales en base a estrategias que potencian el alcance de distintos emprendimientos. Influenciadora digital reconocida nacional e internacionalmente con diversos premios en esa categoría y más de 100 mil seguidores en sus canales digitales. Psicóloga clínica por la Pontificia Universidad Católica de Ecuador, especialista en Neuromarketing.