

letrada

EDUCACIÓN CONTINUA

DIPLOMADO EN

INTELIGENCIA

ARTIFICIAL

APLICADA A NEGOCIOS CON
ÉNFASIS EN COMUNICACIÓN

PROGRAMACIÓN Y CONTENIDO

Unidad 3

COMUNICACIÓN
ESTRATÉGICA &
INTELIGENCIA
ARTIFICIAL

40 horas
académicas



Horario:
18h30 a 20h00

on line



zoom

letrada
EDUCACIÓN CONTINUA

DIPLOMADO EN
INTELIGENCIA

ARTIFICIAL

Unidad 3

Programación y Contenido

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA & INTELIGENCIA ARTIFICIAL

UNIDAD 3

MÓDULOS 1, 2, 3, 4 Y 5 COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA & IA – 200h OBJETIVO GENERAL

- En la Unidad 3, con 5 módulos interactivos, nos enfocamos en la aplicación práctica de la inteligencia artificial en la comunicación estratégica. Los participantes aprenderán a crear contenido efectivo utilizando herramientas de IA, a redactar indicaciones para anuncios de marketing y a utilizar diversas

herramientas digitales para diseño y edición de video.

Además, exploraremos cómo la IA puede ser empleada de manera inteligente en estrategias de marketing inbound y en el recorrido de compra del cliente.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Creación de contenidos con Chatgpt/ Youcom/ Copy.ai: A lo largo de 40 horas, los participantes desarrollarán habilidades para crear contenido efectivo utilizando plataformas como Chatgpt, Youcom y Copy.ai, explorando su potencial para generar textos persuasivos y atractivos.
- Claves para redactar prompts para anuncios en marketing, prompts y herramientas de soporte de gestión: Durante 40 horas, los participantes aprenderán las mejores prácticas para redactar prompts efectivos para anuncios de marketing, así como el uso de herramientas de soporte de gestión para optimizar y automatizar procesos relacionados con la creación de contenido.
- Herramientas digitales aplicadas al diseño – Midjourney – Canva, herramientas Zoomout (Midjourney), Vary, Dall-e: En este módulo de 40 horas, los participantes explorarán diversas herramientas digitales para el diseño, como Midjourney, Canva, Zoomout, Vary y Dall-e, para crear contenido visualmente atractivo y profesional.

Todos los derechos reservados. Letrada Educación Continua – 2025©.

Programación y Contenido

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA & INTELIGENCIA ARTIFICIAL

- Herramientas digitales aplicadas a la edición de video – recursos visuales con Captcut, Canva, AWS e Azure, Speechelo: Durante 40 horas, los participantes se familiarizarán con herramientas digitales para la edición de video, como Captcut, Canva, AWS, Azure y Speechelo, para crear contenido audiovisual de alta calidad y efectivo en la comunicación estratégica.
- Inteligencia artificial para la jornada de compra y el inbound marketing: A lo largo de 40 horas, los participantes explorarán cómo la inteligencia artificial puede ser utilizada de manera inteligente en estrategias de marketing inbound y en el recorrido de compra del cliente, identificando oportunidades para mejorar la eficacia y la personalización de las interacciones con los clientes.

JUSTIFICACIÓN

En la actualidad, la rápida evolución de las tecnologías disruptivas, especialmente en el ámbito de la Inteligencia Artificial (IA), ha generado un profundo impacto en todos los aspectos de nuestra vida, tanto personal como profesional. Nos encontramos en una era donde la innovación tecnológica es constante, donde los límites entre lo real y lo digital se desdibujan cada vez más, y donde la capacidad de adaptación y comprensión de estas nuevas herramientas se vuelve fundamental para el éxito en cualquier campo.

La creciente presencia de la IA ha revolucionado la forma en que interactuamos con la tecnología y con el mundo que nos rodea. Desde los algoritmos de recomendación en plataformas de streaming hasta los sistemas de reconocimiento facial en dispositivos móviles, la IA ha permeado prácticamente todos los aspectos de nuestra vida diaria. En este contexto, comprender el histórico y los conceptos básicos de la IA se vuelve esencial para poder desenvolverse de manera efectiva en la sociedad y en el ámbito laboral del siglo XXI.

Programación y Contenido

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA & INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Además, la conexión entre la IA y el Aprendizaje Automático (Machine Learning), así como su relación con el Big Data, juegan un papel crucial en la comprensión de cómo estas tecnologías pueden ser aplicadas para resolver problemas complejos y generar valor en diferentes industrias. El análisis de datos estructurados y no estructurados en el contexto de la IA permite entender cómo la información puede ser transformada en conocimiento útil para la toma de decisiones empresariales.

Asimismo, los diferentes tipos de analítica, como la descriptiva, predictiva y prescriptiva proporcionan herramientas poderosas para extraer insights significativos a partir de grandes volúmenes de datos, lo que permite a las organizaciones anticiparse a tendencias futuras y tomar decisiones informadas y estratégicas.

Conscientes de esta realidad y comprometidos con la formación continua y la excelencia académica, Letrada Educación Continua se propone ofrecer un diplomado especializado en Inteligencia Artificial aplicada a Performance Empresarial. Este curso tiene como objetivo principal capacitar a los participantes en el uso estratégico de la Inteligencia Artificial para mejorar el rendimiento y la eficacia en el ámbito empresarial.

Letrada Educación Continua se compromete a brindar a los participantes la oportunidad única de explorar los avances más recientes en el campo de la Inteligencia Artificial y su aplicación práctica en el contexto empresarial. Los participantes adquirirán los conocimientos, habilidades y herramientas necesarias para implementar soluciones innovadoras y eficientes que impulsen el crecimiento y la competitividad de las empresas en el mercado actual.

Este curso no solo ofrecerá una comprensión profunda de los fundamentos teóricos de la Inteligencia Artificial, sino que también brindará a los participantes la capacidad de aplicar estos conocimientos de manera práctica en la resolución de problemas empresariales reales. Además, se enfocará en el de-

Programación y Contenido

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA & INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Desarrollo de habilidades clave, como el análisis de datos, la toma de decisiones estratégicas y la optimización de procesos, que son fundamentales para el éxito en un entorno empresarial cada vez más competitivo y dinámico.

En resumen, este curso representa una oportunidad invaluable para los profesionales que buscan mantenerse a la vanguardia en el campo de la Inteligencia Artificial y aprovechar su potencial para impulsar el rendimiento empresarial. Al completar este curso, los participantes estarán preparados para enfrentar los desafíos del mercado actual y liderar el camino hacia la innovación y el éxito empresarial.

MÓDULO 1 – CREACIÓN DE CONTENIDOS CON IA – 40 HORAS ACADÉMICAS

OBJETIVO GENERAL

Desarrollar y aplicar estrategias avanzadas de comunicación estratégica utilizando herramientas de inteligencia artificial como ChatGPT, YouCom y Copy.ai. Optimizar estrategias de comunicación corporativa e institucional, creación de contenidos digitales y productos/servicios diversos comunicacionales.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Comprender las características y funcionalidades específicas de ChatGPT, YouCom y Copy.ai para su aplicación en estrategias avanzadas de comunicación estratégica.
- Capacitar en el uso óptimo de las herramientas de inteligencia artificial, garantizando su integración exitosa en todas las iniciativas comunicacionales.
- Implementar y poner a prueba las estrategias diseñadas en campañas de comunicación específicas, con el fin de medirlas y ajustarlas, buscando alcanzar una destreza en el uso de herramientas de inteligencia artificial en comunicación estratégica.

Todos los derechos reservados. Letrada Educación Continua – 2025©.

Programación y Contenido

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA & INTELIGENCIA ARTIFICIAL

CONTENIDOS DEL CURSO

Clases	HORAS (SESIONES SÍNCRONAS)	TEMAS	SUBTEMAS	DETALLE DE ACTIVIDADES	APRENDIZAJE Y EVALUACIÓN (ACTIV. ASÍNCRONAS*)
1	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Introducción general IA Comunicación y	- Explicación sobre la comunicación estratégica y su integración con IA	- Conceptos clave de comunicación estratégica. - Panorama actual de la comunicación - La IA en la comunicación estratégica.	- Desarrollar una presentación que explique los beneficios y desafíos de integrar IA en la comunicación estratégica
2	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Conociendo las herramientas digitales	- Herramientas	- Exploración detallada de ChatGPT, YouCom y Copy.ai. - Características específicas y funcionalidades de las herramientas. - Casos de éxito	- Investigar y presentar sobre las herramientas digitales más populares utilizadas en la comunicación y cómo se integran con la IA.
3	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Integración de herramientas en estrategias comunicacionales para negocios	- Integración de herramientas	- Diseño de estrategias de comunicación integrando las herramientas. - Identificación de oportunidades para la aplicación de la IA. - Ejemplos de campañas de comunicación interna y externa.	- Diseñar un proyecto de integración de herramientas digitales para una campaña de comunicación ficticia.
4	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Creación de contenidos digitales con ChatGPT	- Aplicación y clase practica	- Principios de redacción persuasiva y su aplicación con ChatGPT. - Ejercicios prácticos - Análisis de casos	- Usar ChatGPT para crear diferentes tipos de contenido digital (artículos, posts en redes sociales, etc.) y evaluar su efectividad. - Crear una campaña de contenido utilizando ChatGPT y presentar los resultados.
5	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Personalización de Contenidos con YouCom	- Aplicación y clase practica	- Estrategias de personalización en campañas - Uso de YouCom - Ejemplos específicos.	- Elaborar una guía de usuario para YouCom que detalle cómo personalizar contenido de manera efectiva.

Todos los derechos reservados. Letrada Educación Continua – 2025©.

Programación y Contenido

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA & INTELIGENCIA ARTIFICIAL

6	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Copywriting avanzado con Copy.ai	- Clase teórica y práctica	- Técnicas de copywriting y su potenciación con Copy.ai. - Creación de textos persuasivos y atractivos	- Utilizar Copy.ai para escribir varios ejemplos de copywriting y compararlos con los escritos manualmente.
7	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Implementación de estrategias en campañas de comunicación	- Estrategias de comunicación con IA	- Desarrollo y planificación de una campaña real con las herramientas. - Consideraciones éticas en la implementación de IA en comunicación. - Evaluación de riesgos y mitigación.	- Diseñar un plan de campaña de comunicación que integre IA y describir cada etapa del proceso.
8	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Trabajo práctico y consultoría personalizada	- Clase práctica	- Sesiones prácticas donde los participantes trabajarán en sus proyectos. - Asesoramiento personalizado para aplicar los conocimientos a casos reales.	- Realizar una consultoría ficticia para una empresa que necesite integrar IA en su estrategia de comunicación, presentando un plan detallado.
9	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Trabajo práctico y consultoría personalizada	- Clase práctica	- Sesiones prácticas donde los participantes trabajarán en sus proyectos. - Asesoramiento personalizado para aplicar los conocimientos a casos reales.	- Realizar una consultoría ficticia para una empresa que necesite integrar IA en su estrategia de comunicación, presentando un plan detallado. (continuación)
10	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Trabajo práctico y consultoría personalizada	- Clase práctica	- Sesiones prácticas donde los participantes trabajarán en sus proyectos. - Asesoramiento personalizado para aplicar los conocimientos a casos reales.	- Realizar una consultoría ficticia para una empresa que necesite integrar IA en su estrategia de comunicación, presentando un plan detallado. (continuación)

Programación y Contenido

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA & INTELIGENCIA ARTIFICIAL

11	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Trabajo práctico y consultoría personalizada	- Discusión de contenidos y prácticas	- Práctica	- Realizar una consultoría ficticia para una empresa que necesite integrar IA en su estrategia de comunicación, presentando un plan detallado. (continuación)
12	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Análisis de resultados y ajustes	- Evaluación	- Evaluación de proyectos prácticos -Estrategias para ajustar y mejorar las implementaciones. - Feedback y discusión de experiencia.	- Preparar una presentación que muestre los resultados obtenidos y las lecciones aprendidas.
13	2h00 + 2h00 para realización actividades asíncronas	Presentación de proyectos y cierre	- Cierre	- Presentación de los proyectos desarrollados por los participantes. - Reflexión sobre el aprendizaje y aplicación de conocimientos. - Cierre del módulo.	- Participar en una sesión de reflexión grupal donde se discutan los principales aprendizajes y desafíos.

INSTRUCTORA RESPONSABLE

KEYLA NOEMI CARVAJAL SOLIS

Educomunicadora Social y Docente. Experiencia profesional en sector privado y proyectos con enfoque en comunicación digital, redacción, community management, contenidos audiovisuales, social media manager y consultoría en comunicación. Licenciada en Comunicación Social con énfasis en educocomunicación, arte y cultura por la Universidad Central del Ecuador. Becaria en el programa de Community Management por parte de la Fundación Crisfe y el programa Sin Fronteras.

BIBLIOGRAFIA

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7305479>

<https://revistascientificas.uspceu.com/doxacomunicacion/article/view/821>

https://prometeo.matem.unam.mx/recursos/VariosNiveles/iCartesiLibri/recursos/Inteligencias_Artificiales_Generativas/

Todos los derechos reservados. Letrada Educación Continua – 2025©.

Programación y Contenido

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA & INTELIGENCIA ARTIFICIAL

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6662628>

https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/17211/file_1.pdf?sequence=1

<https://repositori.upf.edu/handle/10230/25653>

<http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAR7222.pdf>

<https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/105612>

<https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/8388>

<https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=77&articulo=77-2023-04>

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8712491>

MÓDULO 2

HERRAMIENTAS DE GESTION EMPRESARIAL CON IA – 40 HORAS

ACADÉMICAS

OBJETIVO GENERAL

Capacitar a los estudiantes en el uso efectivo de herramientas de inteligencia artificial aplicadas a procesos empresariales tales como la jornada de compra y estrategias de inbound marketing, proporcionándoles conocimientos teóricos y habilidades prácticas necesarias para gestionar procesos empresariales de manera eficiente y ética.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar oportunidades de optimización con herramientas de IA en los procesos empresariales.
- Desarrollar habilidades en el diseño, implementación y gestión de chatbots y asistentes virtuales en la interacción con los clientes.
- Entender y utilizar herramientas de Inbound Marketing con IA y herramientas aliadas a la gestión interna y externa.

CONTENIDOS DEL CURSO

Todos los derechos reservados. Letrada Educación Continua – 2025©.

Programación y Contenido

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA & INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Clases	HORAS (SESIONES SÍNCRONAS)	TEMAS	SUBTEMAS	DETALLE DE ACTIVIDADES	APRENDIZAJE Y EVALUACIÓN (ACTIV. ASÍNCRONAS*)
1	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Introducción a la IA en la Gestión Empresarial	- Explicación sobre la comunicación estratégica y su integración con IA	- Definición y alcance de la inteligencia artificial en el entorno empresarial. - Breve historia y evolución de la IA aplicada a la gestión. - Impacto de la IA en la eficiencia y toma de decisiones en procesos empresariales	- Desarrollar una presentación que explique cómo se puede integrar la IA en la comunicación estratégica y sus beneficios para la gestión empresarial.
2	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Herramientas de IA para Optimización de Procesos	- Herramientas	- Automatización de procesos empresariales con herramientas de RPA - (Automatización de Procesos Robóticos).	- Realizar una investigación y escribir un informe sobre las principales herramientas de IA utilizadas para la optimización de procesos empresariales.
3	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Herramientas de IA para Optimización de Procesos	- Herramientas	- Chatbots y atención al cliente - Redes sociales y comunicación online	- Realizar una investigación y escribir un informe sobre las principales herramientas de IA utilizadas para la optimización de procesos empresariales. (continuación)
4	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Herramientas de IA para Optimización de Procesos	- Aplicación	- Google Cloud: Transformación digital - Microsoft	- Seleccionar una herramienta de IA y aplicar sus funcionalidades para optimizar un proceso empresarial específico. Presentar los resultados obtenidos.
5	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Herramientas de IA para Optimización de Procesos	- Plataformas organizacionales	- Herramientas de gestión de proyectos – Microsoft	- Crear una presentación que explique cómo estas plataformas pueden mejorar la eficiencia y efectividad de una organización.
6	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	IA y Gestión de Proyectos	- Clase teórica y practica	- Aplicación de IA en la planificación y ejecución de proyectos.	- Diseñar un plan de proyecto utilizando IA para mejorar la gestión de tareas y recursos.

Todos los derechos reservados. Letrada Educación Continua – 2025©.

Programación y Contenido

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA & INTELIGENCIA ARTIFICIAL

7	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	IA y Gestión de Proyectos	- Clase teórica y práctica	- Herramientas para la predicción de plazos y riesgos.	- Diseñar un plan de proyecto utilizando IA para mejorar la gestión de tareas y recursos.
8	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	IA y Gestión de Proyectos	- Estrategias de comunicación con IA	- Uso de chatbots y asistentes virtuales en la gestión de proyectos.	- Desarrollar una presentación que explique las estrategias de comunicación con IA en la gestión de proyectos.
9	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Herramientas de Análisis de Datos para Comprender al Cliente	- Teórico-práctico	- Introducción a herramientas de análisis de datos con IA.	- Realizar una investigación sobre las herramientas de análisis de datos más populares para comprender al cliente.
10	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Herramientas de Análisis de Datos para Comprender al Cliente	- Teórico-práctico	- Casos de estudio de cómo la IA puede revelar patrones de comportamiento del cliente.	- Utilizar una herramienta de análisis de datos para analizar un conjunto de datos de clientes y presentar los resultados.
11	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas 1h30	Herramientas de Análisis de Datos para Comprender al Cliente	- Teórico-práctico	- Aplicación de análisis predictivo en la jornada de compra.	- Utilizar una herramienta de análisis de datos para analizar un conjunto de datos de clientes y presentar los resultados. (continuación)
12	+ 1h30 para realización actividades asíncronas	Automatización de Marketing con IA	- Automatización	- Herramientas de automatización de - Creación de flujos de trabajo automatizados. - Ejemplos de cómo la automatización puede agilizar la jornada de compra	- Crear una campaña de marketing automatizada utilizando IA
13	2h00 + 2h00 para realización actividades asíncronas	Analítica Predictiva para la Toma de Decisiones	- Predictiva	- Introducción a la analítica predictiva. - Uso de modelos predictivos en la toma de decisiones de marketing. - Ejemplos de aplicación de analítica predictiva en campañas de Imbound.	- Crear una presentación que explique los conceptos de analítica predictiva y cómo se pueden aplicar para mejorar la toma de decisiones en una organización.

* Las actividades asíncronas pueden ser adaptadas libremente por el docente de acuerdo con el perfil del grupo.

Todos los derechos reservados. Letrada Educación Continua- 2025©.

Programación y Contenido

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA & INTELIGENCIA ARTIFICIAL

INSTRUCTORES RESPONSABLES

PABLO SEBASTIAN RACINES JIMENEZ

Trafficker, Content y Community Manager. Experto en proyectos digitales y en plataformas digitales como Meta Business y TikTok Ads para pautas y campañas. Project manager para automatización de procesos en el área de marketing. Licenciado Multilingüe en Negocios y Relaciones Internacionales por la Pontificia Universidad Católica de Ecuador (PUCE) y Tecnología Trilingüe en Administración de Empresas y Economía por el Instituto Tecnológico Superior Alemán - ITSA.

BÁRBARA TALLEDO

Estratega Digital y Content Manager. Experiencia con el manejo de contenido para grandes marcas a nivel nacional e internacional como República del Cacao, Nestlé, Roche, Sony Pictures, Phillip Morris, Moderna Alimentos (Fideos Cayambe, Pasta Santorino), Mall el Jardín, Arkopharma, Lamosan, Olé, BMI Seguros, Credit Allegiant, Bimble Drinks, entre otras. Experta en el manejo de aplicaciones que utilizan la inteligencia artificial para optimizar procesos de marketing y comunicación. Publicista graduada de la Universidad UTE con Reconocimiento a Mejor Graduada. Master en Dirección de Marketing Digital e E-commerce en el Instituto Europeo de Postgrado y la Universidad Europea de Monterrey en España. Diplomada en Creatividad Digital y Estrategia en Redes Sociales por la Escuela Superior de Creativos Publicitarios en Argentina. Diplomada en Innovación Publicitaria para mercados multiculturales por la School of Visual Arts de Nueva York en Estados Unidos.

BIBLIOGRAFIA

<https://burjcdigital.urjc.es/handle/10115/24590>

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7210980>

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=eT7ABAAAQBAJ&oi=fn->

Todos los derechos reservados. Letrada Academy – 2024©.

Programación y Contenido

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA & INTELIGENCIA ARTIFICIAL

[d&pg=PT4&dq=Optimizaci%C3%B3n+de+procesos+empresariales+con+inteligencia+artificial&ots=9y8Bj94JA-g&sig=H19EYSuC4LJsz_oCrAnCLe63sqw#v=onepage&q&f=false](https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9068865)

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9068865>

<https://burjcdigital.urjc.es/handle/10115/24590>

<https://journalprosciences.com/index.php/ps/article/view/194>

<https://repositorio.escuelaing.edu.co/handle/001/1475>

<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/652700>

http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2227-18992014000300004&script=sci_arttext&tlng=en

<https://repository.universidadean.edu.co/handle/10882/13071>

<http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/21249>

<https://burjcdigital.urjc.es/handle/10115/24590>

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=733393>

<https://digibuo.uniovi.es/dspace/handle/10651/61550>

<https://datos.unjfsc.edu.pe/index.php/BIGBANG/article/view/690>

<https://heinonline.org/HOL/LandingPage?handle=hein.journals/revpropin27&div=3&id=&page=>

<https://heinonline.org/HOL/LandingPage?handle=hein.journals/revpropin27&div=3&id=&page=>

<https://repository.ucatolica.edu.co/entities/publication/16e194ec-44d2-40c7-abf0-554958b9652e>

<https://infotec.repositorioinstitucional.mx/jspui/handle/1027/402>

<https://www.vivatacademia.net/index.php/vivat/article/view/1474>

https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_va/article/view/1631

<https://revistas.ulatina.ac.cr/index.php/tecnologiavital/article/view/337>

Todos los derechos reservados. Letrada Educación Continua – 2025©.

Programación y Contenido

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA & INTELIGENCIA ARTIFICIAL

MÓDULO 3

HERRAMIENTAS DE DESIGN CON IA – 40 HORAS ACADÉMICAS

OBJETIVO GENERAL

Desarrollar y aplicar criterios prácticos sobre la Comunicación Visual y Diseño Gráfico Publicitario a través de las facilidades de Herramientas de Inteligencia Artificial y su implementación en campañas de promoción de productos y servicios.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar conceptos esenciales de Inteligencia Artificial en la Comunicación Visual y el Diseño Gráfico Publicitario.
- Estudiar criterios prácticos sobre el uso de herramientas en la creación de imágenes.
- Conocer los elementos técnicos para la creación de imagen y video con herramientas de IA.
- Desarrollar habilidades técnicas de herramientas digitales.
- Estudiar y discutir casos de aplicación de Intelligencias Artificiales en campañas de promoción de productos y servicios.

Todos los derechos reservados. Letrada Educación Continua – 2025©.

Programación y Contenido

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA & INTELIGENCIA ARTIFICIAL

CONTENIDOS DEL CURSO

Clases	HORAS (SESIONES SÍNCRONAS)	TEMAS	SUBTEMAS	DETALLE ACTIVIDADES	APRENDIZAJE Y EVALUACIÓN (ACTIV. ASÍNCRONAS*)
1	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Introducción y Objetivos	- Explicación sobre la comunicación estratégica y su integración con IA	- Presentación del docente y estudiantes. - Contextualización de la inteligencia artificial en el diseño publicitario. - Establecimiento de objetivos del módulo.	- Crear una infografía que ilustre los beneficios de integrar IA en la comunicación estratégica.
2	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	El Prompt como Base Creativa	- Herramientas	- Definición y ejemplos de prompts. - Importancia del prompt en la generación de ideas publicitarias. - Ejercicios prácticos de creación de prompts	- Realizar ejercicios de redacción de prompts para diferentes tipos de contenido (texto, imágenes, videos).
3	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Herramientas de IA - OpenAI y Midjourney	- Herramientas	- Profundización en OpenAI y Midjourney . - Demostración práctica de uso. - Ejercicios de generación de imágenes publicitarias.	- Realizar una investigación sobre las capacidades y aplicaciones de OpenAI y Midjourney en la generación de contenido creativo.
4	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Herramientas de IA - OpenAI y Midjourney	- Herramientas (continuación)	- Profundización en OpenAI y Midjourney . - Demostración práctica de uso. - Ejercicios de generación de imágenes publicitarias.	- Comparar las funcionalidades de OpenAI y Midjourney y elaborar una presentación explicativa.
5	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Herramientas de IA - Microsoft Bing y DALL-E	- Herramientas	- Exploración detallada de Microsoft Bing y DALL-E. - Aplicaciones específicas en campañas publicitarias. - Prácticas de generación de contenido visual.	- Realizar una investigación sobre las capacidades y aplicaciones de Microsoft Bing y DALL-E en la generación de contenido.
6	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Herramientas de IA - Microsoft Bing y DALL-E	- Herramientas (continuación)	- Exploración detallada de Microsoft Bing y DALL-E. - Aplicaciones específicas en campañas publicitarias. - Prácticas de generación de contenido visual.	- Utilizar Microsoft Bing y DALL-E para desarrollar una serie de imágenes para una campaña publicitaria ficticia.

* Las actividades asíncronas pueden ser adaptadas libremente por el docente de acuerdo con el perfil del grupo.

Todos los derechos reservados. Letrada Educación Continua – 2025©.

Programación y Contenido

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA & INTELIGENCIA ARTIFICIAL

7	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Ejercicios Prácticos con Canva y IA	- Práctica	<ul style="list-style-type: none"> - Integración de herramientas de IA en Canva. - Desarrollo de recursos visuales para campañas. - Revisión y retroalimentación de proyectos. 	- Utilizar Canva junto con herramientas de IA para diseñar diferentes tipos de contenido (infografías, posts en redes sociales, etc.).
8	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Ejercicios Prácticos con Canva y IA	- Práctica	<ul style="list-style-type: none"> - Integración de herramientas de IA en Canva. - Desarrollo de recursos visuales para campañas. - Revisión y retroalimentación de proyectos. 	- Participar en un desafío creativo donde se utilicen Canva y herramientas de IA para resolver un problema específico de diseño.
9	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Aplicación en Campañas de Promoción	- Campañas	<ul style="list-style-type: none"> - Estrategias para incorporar imágenes y videos generados por IA. - Análisis de casos de éxito en campañas publicitarias. - Creación de propuestas prácticas para proyectos reales 	- Diseñar una campaña de promoción utilizando herramientas de IA y presentar un plan detallado.
10	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Aplicación en Campañas de Promoción	- Campañas (continuación)	<ul style="list-style-type: none"> - Estrategias para incorporar imágenes y videos generados por IA. - Análisis de casos de éxito en campañas publicitarias. - Creación de propuestas prácticas para proyectos reales 	- Diseñar una campaña de promoción utilizando herramientas de IA y presentar un plan detallado. (continuación).
11	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Análisis de Casos de Marcas	- Teórico-práctico	<ul style="list-style-type: none"> - Estudio detallado de campañas de marcas reconocidas. - Identificación de tendencias y enfoques creativos. - Lecciones aprendidas y oportunidades de mejora. 	- Investigar y presentar casos de marcas que han utilizado IA para mejorar sus estrategias de marketing y comunicación.
12	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Uso Ético de Imágenes Generadas con IA	- Automatización	<ul style="list-style-type: none"> - Discusión sobre las implicaciones éticas. - Desarrollo de políticas internas para el uso responsable. 	- Crear una guía sobre el uso ético de imágenes generadas con IA, incluyendo mejores prácticas y consideraciones legales.

Todos los derechos reservados. Letrada Educación Continua – 2025©.

Programación y Contenido

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA & INTELIGENCIA ARTIFICIAL

				- Casos de estudio sobre ética en publicidad con IA.	
13	2h00 + 2h00 para realización actividades asíncronas	Cierre y Conclusiones	- Cierre	- Recapitulación de los temas clave. - Evaluación del aprendizaje y habilidades adquiridas	- Preparar y presentar el proyecto final, integrando todos los conceptos aprendidos durante el curso.

INSTRUCTOR RESPONSABLE

SANTIAGO GABRIEL CORONEL CISNEROS

Diseñador y Docente. Experiencia profesional en sector privado y proyectos freelance con enfoque en: auditoria, análisis, planificación, creación, gestión y desarrollo de Marca e Identidad Corporativa, diseño gráfico publicitario, editorial y comunicación visual. Master en Gestión del Diseño por la Universidad de Palermo, Diseñador con Mención en Comunicación Visual por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Técnico en Diseño Gráfico Publicitario por la Universidad Tecnológica Equinoccial.

BIBLIOGRAFIA Alina Wheeler (2017). Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team Dabner, David y Stewart, Sandra (6 ed.) (2018). Fundamentos y prácticas: diseño gráfico Blume Davis, Melissa (2 ed.) (2016). Fundamentos del branding Parramón Paidotribo Grigori, S. (2011). Métodos modernos de Inteligencia Artificial. Hoyos Ballesteros, R. (Primera) (2016). Branding ECOE. Lupton, E. (2012). Intuición, Acción, Creación Graphic Design Thinking Lupton, E. (Segunda) (2019). El diseño como storytelling El diseño como storytelling Rico, J. (2020). El diseñador gráfico en la era de la inteligencia artificial

Programación y Contenido

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA & INTELIGENCIA ARTIFICIAL

MÓDULO 4 – LABORATORIO DE REELS CON IA– 40 HORAS ACADÉMICAS OBJETIVO GENERAL

El módulo "Laboratorio de Reels y Producción de Videos con IA" tiene como objetivo principal capacitar a los participantes en el uso de herramientas y técnicas avanzadas de inteligencia artificial para la producción y edición de videos, con un enfoque especial en la creación de reels y contenido audiovisual innovador.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Familiarizarse con los conceptos básicos de la inteligencia artificial aplicada a la producción audiovisual.
 - Explorar herramientas y tecnologías de inteligencia artificial utilizadas en la producción de videos y reels.
 - Aprender técnicas avanzadas de edición de video y audio impulsadas por IA para mejorar la calidad y la creatividad de los contenidos.
- Desarrollar habilidades prácticas en la creación y producción de reels utilizando herramientas de IA.
- Comprender cómo la inteligencia artificial está transformando la industria audiovisual y el marketing digital.
 - Aplicar estrategias de producción y edición de videos con IA para aumentar el engagement y la interacción con la audiencia.
 - Analizar casos de estudio y buenas prácticas en la producción de videos con IA en diferentes plataformas digitales.
 - Fomentar la creatividad y la innovación en la producción de contenido audiovisual mediante el uso de herramientas de IA.

Todos los derechos reservados. Letrada Educación Continua – 2025©.

Programación y Contenido

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA & INTELIGENCIA ARTIFICIAL

CONTENIDOS DEL CURSO

Clases	HORAS (SESIONES SÍNCRONAS)	TEMAS	SUBTEMAS	DETALLE DE ACTIVIDADES	APRENDIZAJE Y EVALUACIÓN (ACTIV. ASÍNCRONAS*)
1	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Exploración de Estrategias Digitales con IA y Neuromarketing	- Presentación de apoyo	- Neuromarketing - Importancia de la narrativa visual en RRSS. - Preproducción, Producción y Post producción	- Investigar un caso de estudio de una empresa que haya utilizado neuromarketing y IA en sus campañas de marketing. - Mantener un diario durante un proyecto audiovisual, documentando cada etapa y el uso de IA en el proceso.
2	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Storyboard Potenciado por IA	- Desarrollo de Guión y Storyboard Potenciado por IA	- Fundamentos del guion: estructura, personajes, diálogos. - Aplicación del storytelling y storyboard para contenido en RRSS	- Escribir un guión corto aplicando los fundamentos de estructura, personajes y diálogos - Desarrollar un storyboard para el guión utilizando herramientas de IA para generar imágenes y secuencias. - Analizar un caso de
3	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Optimización de Contenidos a través de Funnels Inteligentes	- Exploración de las últimas tendencias en producción de video y contenido multimedia.	- Comprender cómo la inteligencia artificial puede mejorar la optimización de funnels de conversión. - Utilizar herramientas de IA para personalizar contenidos y aumentar la eficacia de los funnels de conversión - Instagram & Tik Tok	estudio donde se haya utilizado IA para optimizar un funnel de conversión. - Crear una guía sobre cómo utilizar herramientas de IA para personalizar contenidos en un funnel de conversión.
4	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Estrategias de Contenido Adaptativas con IA para Plataformas Variadas	- IA adaptativa - Chatgpt	- Adaptación del contenido para plataformas específicas - Formatos de publicación en diferentes plataformas.	- Comparar la efectividad de un mismo contenido en diferentes plataformas y describir las adaptaciones realizadas.

Todos los derechos reservados. Letrada Educación Continua – 2025©.

Programación y Contenido

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA & INTELIGENCIA ARTIFICIAL

5	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Técnicas de Iluminación y Sonido para Producciones Audiovisuales	- Herramienta: ClipDrop IA	- Leyes de composición fotográfica - Principios básicos de iluminación para videos, y técnicas para mejorar el sonido.	- Realizar un proyecto audiovisual utilizando ClipDrop IA y documentar el proceso. - Realizar un proyecto fotográfico aplicando las leyes de composición y los principios de iluminación.
6	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Técnicas Avanzadas de Producción Audiovisual con IA	- Producción Audiovisual con IA	- Optimización del contenido - Planos, angulaciones, iluminación, audio, recursos	- Desarrollar un proyecto audiovisual utilizando técnicas avanzadas de producción con IA.
7	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Producción cinematográfica	- Trello	- Interpretación de métricas clave: visualizaciones, participación, conversiones.	- Gestionar un proyecto de producción cinematográfica utilizando Trello y documentar el proceso. - Analizar las métricas clave (visualizaciones, participación, conversiones) de un proyecto cinematográfico y presentar un informe.
8	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Laboratorio de reels	- Capcut	- Edición con CapCut: transiciones de movimiento, pantalla verde.	- Editar un reel utilizando CapCut y aplicar técnicas avanzadas como máscara de recorte y fotogramas clave.
9	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Edición con CapCut, máscara de recorte, fotogramas clave.	- Capcut	- Practica	- Editar un reel utilizando CapCut y aplicar técnicas avanzadas como máscara de recorte y fotogramas clave. (continuación)
10	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Herramientas Avanzadas de Edición de Video y Audio	- Runway, Synthesia, HeyGen, - Dall-E, Stable Difusion	- Prompting en Aplicaciones con IA	- Realizar un proyecto de edición de video y audio utilizando estas herramientas y documentar el proceso.
11	1h30 +	Marketing de influencia	- HypeAuditor - Metricool	- Colaboraciones - Marketing de influencia	- Desarrollar una campaña de marketing

Todos los derechos reservados. Letrada Educación Continua – 2025©.

Programación y Contenido

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA & INTELIGENCIA ARTIFICIAL

	1h30 para realización actividades asíncronas			- Engagement Rate	de influencia utilizando estas herramientas y documentar los resultados. - Analizar las métricas de engagement y conversión de una campaña de marketing de influencia.
12	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Manejo de Hate	- Gestión	- Estrategias para salud Mental	- Investigar un caso de estudio de una empresa o individuo que haya manejado el hate de manera exitosa y describir las estrategias utilizadas.
13	2h00 + 2h00 para realización actividades asíncronas	Cierre y Conclusiones	- Tutoría de cierre y trabajo final	- Finalización	- Preparar y presentar el proyecto final, integrando todos los conceptos y técnicas aprendidas durante el curso.

* Las actividades asíncronas pueden ser adaptadas libremente por el docente de acuerdo con el perfil del grupo.

Todos los derechos reservados. Letrada Educación Continua – 2025©.

Programación y Contenido

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA & INTELIGENCIA ARTIFICIAL

INSTRUTORA RESPONSABLE

ALICIA ABAD

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. Experiencia en la creación de contenido para grandes marcas nacionales y globales como Coca-Cola, Finalín, RM, Roland, Festival, Nestlé, Portal Shopping, KFC, Pycca, Aki entre otras. 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.

BIBLIOGRAFÍA:

- Gómez, J. A., & Rodríguez, M. C. (2018). Neuromarketing: Aplicaciones Prácticas en la Toma de Decisiones del Consumidor. *Revista de Investigación en Marketing*, 12(3), 45-58.
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, Fast and Slow*. Farrar, Straus and Giroux.
- Berger, J. (2016). *Contagious: How to Build Word of Mouth in the Digital Age*. Simon and Schuster.
- Brown, T. (2009). *Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation*. HarperCollins Publishers.
- Heath, C., & Heath, D. (2007). *Made to Stick: Why Some Ideas Survive and Others Die*. Random House.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. NYU Press.
- Leberecht, T. (2018). *The Business Romantic: Give Everything, Quantify Nothing, and Create Something Greater Than Yourself*. HarperBusiness.
- Liedtka, J. (2014). *Design Thinking: Integrating Innovation, Customer Experience, and Brand Value*. Columbia University Press.
- Pink, D. H. (2018). *When: The Scientific Secrets of Perfect Timing*. Riverhead Books.

Programación y Contenido

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA & INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Recursos en línea:

Adobe Premiere Pro - Software de edición de video profesional.

Final Cut Pro - Herramienta de edición de video avanzada para usuarios de Mac.

Davinci Resolve - Software de edición de video y corrección de color.

Wibbitz - Herramienta de creación de videos automatizada.

Lumen5 - Plataforma para crear videos a partir de texto.

Rocketium - Herramienta para crear videos con plantillas personalizables.

MÓDULO 5

HERRAMIENTAS DE IA & IMBOUND MARKETING – 40 HORAS ACADÉMICAS

OBJETIVO GENERAL

El módulo "Herramientas y Imbound Marketing" tiene como objetivo principal proporcionar a los participantes los conocimientos y habilidades necesarios para implementar estrategias efectivas de Imbound Marketing, haciendo uso de herramientas digitales y técnicas de análisis web.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Comprender los fundamentos y la importancia del Imbound Marketing.
- Aplicar estrategias de Imbound Marketing en diferentes etapas del embudo de ventas.

Analizar casos prácticos de éxito en la implementación de Imbound Marketing.

- Adquirir conocimientos básicos de SEO y su aplicación en la estrategia de contenido.

Utilizar herramientas de análisis web para mejorar la estrategia de marketing.

- Implementar herramientas como SEM Rush para mejorar la visibilidad en motores de búsqueda.
- Crear contenido atractivo y relevante para atraer y convertir leads.
- Diseñar landing pages efectivas y estrategias de lead nurturing.
- Utilizar HubSpot para la creación de landing pages y flujos de correos auto-

Todos los derechos reservados. Letrada Educación Continua – 2025©.

Programación y Contenido

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA & INTELIGENCIA ARTIFICIAL

matizados.

- Analizar los resultados de la estrategia de Inbound Marketing e identificar áreas de mejora.
- Desarrollar un proyecto final que incluya la implementación de una estrategia de Inbound Marketing completa.

CONTENIDOS DEL CURSO

Clases	HORAS (SESIONES SÍNCRONAS)	TEMAS	SUBTEMAS	DETALLE DE ACTIVIDADES	APRENDIZAJE Y VALUACIÓN (ACTIV. ASÍNCRONAS*)
1	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Historia y Conceptos Básicos del Inbound Marketing	- Origen y evolución del Inbound Marketing. - Principios fundamentales del Inbound Marketing.	- Presentación histórica y conceptual del Inbound Marketing. - Discusión sobre la relevancia y aplicación del Inbound Marketing en la actualidad.	- Analizar un caso de estudio de una empresa que haya implementado los principios fundamentales del Inbound Marketing.
2	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	El Embudo de Ventas y Aplicación del Inbound	- Estructura y fases del embudo de ventas. - Estrategias de Inbound Marketing para cada etapa del embudo.	- Análisis de casos de aplicación del Inbound Marketing en diferentes etapas del embudo. - Desarrollo de estrategias específicas para cada fase del embudo de ventas.	- Comparar diferentes modelos de embudos de ventas y describir sus ventajas y desventajas. - Diseñar una campaña de Inbound Marketing que incluya estrategias para todas las etapas del embudo de ventas.
3	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Inbound Marketing en Práctica - Ejemplos	- Ejemplos de campañas exitosas de Inbound Marketing. - Lecciones aprendidas de casos reales.	- Estudio y análisis de casos prácticos de aplicación del Inbound Marketing. - Identificación de buenas prácticas y errores a evitar en campañas de Inbound.	- Comparar dos campañas exitosas de Inbound Marketing y analizar qué factores contribuyeron a su éxito.
4	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Conceptos Básicos de SEO	- Subtemas: - Fundamentos de SEO (Search Engine Optimization). - Estrategias básicas para mejorar el posicionamiento en buscadores.	- Introducción a las técnicas de SEO y su importancia en el Inbound Marketing. - Prácticas para optimizar contenido y mejorar el ranking en motores de búsqueda.	- Investigar y analizar varios sitios web y describir cómo se aplican los fundamentos de SEO en cada uno. - Redactar una lista de estrategias básicas para mejorar el posicionamiento en buscadores.

Todos los derechos reservados. Letrada Educación Continua – 2025©.

Programación y Contenido

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA & INTELIGENCIA ARTIFICIAL

5	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Herramientas de Análisis Web e Investigación	- Tipos de herramientas para análisis de datos web. - Uso de herramientas para investigación de mercado.	- Demostración de herramientas de análisis web y su aplicación en estrategias de marketing. - Ejercicios prácticos de investigación de mercado utilizando herramientas online.	- Realizar una comparativa de diferentes herramientas de análisis de datos web y describir sus funcionalidades. - Realizar una investigación de mercado utilizando una herramienta específica y presentar los resultados.
6	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	SEO con SEM Rush	- Funcionalidades básicas de SEM Rush para SEO. - Interpretación de resultados y métricas.	- Prácticas guiadas para utilizar SEM Rush en la optimización de contenido. - Análisis de datos y elaboración de informes utilizando la plataforma.	- Utilizar SEM Rush para realizar un análisis básico de SEO de un sitio web y documentar los resultados. - Comparar las métricas de dos sitios web utilizando SEM Rush y escribir las diferencias.
7	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	SEO con SEM Rush - Nivel Avanzado	- Funcionalidades avanzadas de SEM Rush para SEO. - Estrategias avanzadas para mejorar el posicionamiento.	- Ejercicios prácticos para utilizar funciones avanzadas de SEM Rush . - Desarrollo de estrategias avanzadas de SEO basadas en los datos obtenidos.	- Aplicar funcionalidades avanzadas de SEM Rush para mejorar el SEO de un sitio web y documentar los resultados. - Analizar un sitio web que haya mejorado su posicionamiento utilizando estrategias avanzadas de SEO.
8	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Contenido Imbound: Ebooks, Whitepapers, Blogs, etc.	- Tipos de contenido Imbound. - Creación y distribución de contenido atractivo.	- Creación de ejemplos de contenido Imbound (ebooks, whitepapers, blogs, etc.). - Evaluación de la efectividad de diferentes tipos de contenido en la atracción de leads.	- Comparar diferentes tipos de contenido Imbound y describir sus ventajas y desventajas. - Analizar varios casos de contenido Imbound atractivo y describir las estrategias utilizadas.
9	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Landing Pages y Lead Nurturing	- Diseño y optimización de landing pages. - Estrategias de lead nurturing para la conversión.	- Diseño y creación de landing pages efectivas. - Desarrollo de estrategias de lead nurturing basadas en el comportamiento del usuario.	- Diseñar y optimizar una landing page - Analizar un caso de estudio de una empresa que haya implementado estrategias de lead nurturing y describir los resultados obtenidos. - Utilizar HubSpot para
10	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Creación de Landing Pages con HubSpot	- Funcionalidades de HubSpot para la creación de landing pages. - Personalización y optimización de landing pages.	- Prácticas guiadas para utilizar HubSpot en la creación de landing pages. - Análisis de casos de éxito y mejores prácticas en el uso de HubSpot.	- Crear una landing page y documentar el proceso. - Personalizar y optimizar una landing page en HubSpot

Todos los derechos reservados. Letrada Educación Continua – 2025©.

Programación y Contenido

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA & INTELIGENCIA ARTIFICIAL

11	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Creación de Flujos de Correos con HubSpot	<ul style="list-style-type: none">- Automatización de flujos de correos electrónicos.- Segmentación y personalización de correos electrónicos.	Configuración de flujos de correos automatizados en HubSpot. <ul style="list-style-type: none">- Creación de mensajes personalizados para diferentes segmentos de audiencia.	<ul style="list-style-type: none">- Implementar un flujo de correos electrónicos automatizado en HubSpot.- Segmentar y personalizar una serie de correos electrónicos en HubSpot.
12	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	Análisis y Avances en la Estrategia de Imbound	<ul style="list-style-type: none">- Diseño y ejecución de un flujo de Imbound Marketing completo.- Presentación y evaluación de los resultados del flujo de Imbound.	<ul style="list-style-type: none">- Análisis de datos y métricas de campañas de Imbound Marketing .- Desarrollo de un plan de acción para mejorar resultados de campañas existentes.	<ul style="list-style-type: none">- Diseñar y ejecutar un flujo de Imbound Marketing completo y documentar cada etapa del proceso.- Analizar las métricas obtenidas y evaluar la efectividad del flujo de Imbound Marketing.
13	2h00 + 2h00 para realización actividades asíncronas	Trabajo Final - Flujo de Imbound	<ul style="list-style-type: none">- Diseño y ejecución de un flujo de Imbound Marketing completo.- Presentación y evaluación de los resultados del flujo de Imbound.	<ul style="list-style-type: none">- Desarrollo de un proyecto final que incluya la implementación de un flujo de Imbound Marketing.- Presentación y defensa del proyecto ante el grupo para recibir retroalimentación.	<ul style="list-style-type: none">- Preparar una presentación final sobre el proyecto de Imbound Marketing, destacando las estrategias implementadas y los resultados obtenidos.- Grabar un video presentando los resultados y proponer mejoras para futuros proyectos de Imbound Marketing.

* Las actividades asíncronas pueden ser adaptadas libremente por el docente de acuerdo con el perfil del grupo.

INSTRUCTOR RESPONSABLE

JOÃO RIVELLI

Especialista en Marketing Digital con amplia experiencia en Inbound Marketing, SEO, Copywriting, Redes Sociales y Marketing 360. Con un historial de trabajo lo cual cuenta con reconocidas marcas nacionales, incluyendo Revista Ekos, Universidad UTE, AIESEC, y empresas en Brasil, Chile, Colombia, Ecuador y Alemania. Reconocido conferencista sobre Marketing, Oratoria, Gestión de Personas y Análisis de Datos enfocados al Marketing para micro y pequeños empresarios. Graduado en Marketing Digital por la Universidad Uninter (Brasil). Estudiante del MBA en Dirección de Marketing impartido por Seth Godin y Philip Kotler en Next MBA (Valencia, España). Diplomado en Estrategia de Marketing por la Universidad de Londres (Reino Unido).

Todos los derechos reservados. Letrada Educación Continua – 2025©.

Programación y Contenido

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA & INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Diplomado en Marketing Viral por la Universidad de Pennsylvania (Estados Unidos)

BIBLIOGRAFÍA

SEMrush Academy. (Fecha de último acceso: 22 de octubre de 2023). Recuperado de <https://es.semrush.com/academy/>

HubSpot Academy. (Fecha de último acceso: 22 de octubre de 2023). Recuperado de <https://academy.hubspot.com/es/courses?>

Handley, A., & Chapman, C. C. (2010). Content Rules. Wiley.

Hunt, B. (2011). ¡Convert!: Designing Web Sites to Increase Traffic and Conversion. Wiley.

Stratten, S. (2012). UnMarketing: Stop Marketing. Start Engaging. Wiley